



CAPITAL-RISQUE BIOTECH EN SUISSE

Pureos investit 200 millions

PAGE 6

OBTENTION D'UN STANDARD DE QUALITÉ L'avancée de Sophia Genetics

PAGE 4

LE DIGITAL GAGNE LA CONSTRUCTION Impact du BIM dans le bâtiment

PAGE 8

NOUVELLE AGENCE NUMÉRIQUE À GENÈVE La fusion Cobweb - Graf Miville

PAGE 7

FACE À LA CHUTE MASSIVE DES COURS Crypto-investisseurs dans le flou

PAGE 14

UBS SUR LES CRYPTO-MONNAIES (2/4) Elles ne sont pas des monnaies

PAGE 14

PIC DE VOLATILITÉ À WALL STREET Credit Suisse enterre un ETN

PAGE 15

LA CHRONIQUE DE XAVIER COMTESSE Secrétaire d'État à l'industrie 4.0

PAGE 2

Portrait d'un startuper genevois à New York



MARK KORNFILT. Entrepreneur, il avait fondé Livestream à New York en 2007, qu'il a revendu à Vimeo fin 2017.

Ce diplômé de l'EPFL en informatique en 2006 vante les mérites du cursus académique en Suisse, mais c'est en s'expatriant à New York pour sa thèse de Master qu'il a rencontré ses futurs associés. En 2007, ils créent Livestream, grâce à une première levée de fond. Cette date coïncide avec l'explosion de YouTube, qui démocratise le partage de vidéo sur internet. Livestream crée une plateforme, qui permet la retransmission de vidéo en direct de tout événement, qu'il soit sportif, musical ou culturel.

Le modèle d'affaires B2B de Livestream se concentre sur les créateurs, les marques et les organisateurs d'événements, dans le but d'étendre leur audience online avec une qualité professionnelle de vidéo.

Parmi les 10.000 clients de Livestream, le World Economic Forum (WEF), des institutions des Nations Unies, Spotify, l'Agence Spatiale Européenne, avant la vente à Vimeo fin 2017, plus grande plateforme mondiale de vidéo sans publicité aux 70 millions de membres et 280 millions de visiteurs par mois.

Le montant de la transaction demeure confidentiel (DNA), mais il s'agit d'une sortie très satisfaisante pour les actionnaires de Livestream, l'équipe et la continuité des clients, selon Mark Kornfilt, qui est devenu General Manager Live pour Vimeo, basé à New York. **PAGE 8**

Idorsia détient de solides atouts pour s'imposer

BIOPHARMA. Quatre molécules se trouvent en phase 3 de développement. Le pipeline et les partenariats sont solides.



JEAN-PAUL CLOZEL. Un pipeline substantiel et des partenariats forts incitent à être optimiste au sujet de l'avenir d'Idorsia.

PHILIPPE REY

Pour ses six premiers mois et demi d'activité depuis sa séparation d'Actelion et son IPO en juin 2017, Idorsia a réalisé un excellent parcours. Lequel a d'ailleurs été salué hier par une hausse de l'action dans un marché suisse pourtant en sensible recul. Des progrès importants ont été accomplis dans l'établissement d'Idorsia sans baisser la cadence s'agissant du pipeline de produits. Quatre molécules sont entrées en phase 3 de développement. Ce pipeline est substantiel et diversifié, ce qui est un atout supplémentaire. De même que les partenariats établis avec Janssen Biotech

et Roche. Ce sont deux situations gagnantes-gagnantes. Il existe toutes les raisons d'être optimiste pour le futur, selon Jean-Paul Clozel, CEO d'Idorsia. Cette dernière a l'ambition de devenir l'une des entreprises biopharmaceutiques les plus innovantes d'Europe, en ayant des capacités allant de la recherche à la commercialisation, avec sa propre organisation. Toutefois, des partenariats efficaces sont recherchés si une large infrastructure commerciale est requise pour aboutir au succès sur le marché. Le fait d'être établi en Suisse constitue un avantage non négligeable vu une plus grande stabilité et loyauté des équipes. **PAGE 4**

La baisse sur les marchés devrait être passagère

CHRISTIAN AFFOLTER

La première question à se poser face à un mouvement aussi vigoureux que celui de lundi à Wall Street est bien évidemment s'il marque un retournement de tendance. D'autant plus qu'il marque

aussi le retour des craintes d'inflation, qui pourrait provoquer une accélération du rythme de hausses de taux par la Fed. Les six experts en Suisse romande consultés par *L'Agefi* estiment que la conjoncture à l'échelle mondiale est bien trop positive pour

que cette correction puisse durer. Elle tempère plutôt l'excès d'optimisme qui a caractérisé le mois de janvier. Cependant, elle rappelle que les fluctuations sur les marchés pourraient bien être plus importantes en 2018 que les années précédentes. **PAGE 3**



SAMY CHAAR. Le Chef économiste chez Lombard Odier a anticipé plus de volatilité.

Decathlon consolide sa présence en Romandie

Le géant français ouvrira une enseigne à Villeneuve en 2019. D'autres projets sont en cours de discussion.

LEILA UEBERSCHLAG

Decathlon continue de grandir sur le territoire helvétique. Six mois après son arrivée à Neuchâtel, le groupe français – qui va ouvrir un deuxième point de vente à Meyrin en avril prochain – sera également présent à Villeneuve, dès le printemps 2019, avec une nouvelle enseigne en lieu et place de l'ancien Toptip. D'autres projets, en cours de discussion, pourraient se concrétiser avant cette date. «Ces prochaines ouvertures s'inscrivent dans la continuité de notre politique d'expansion», explique Adrien Lagache, directeur du développement en Suisse. «Notre objectif est de rendre accessible le sport au plus grand nombre», ajoute-t-il. Par ailleurs, le site de Neuchâtel, qui fait office

de magasin test pour les activités de Decathlon en Suisse, va s'agrandir. Un système de «membership» a été lancé le 25 janvier dernier, obligeant les personnes désireuses de faire des achats en magasin de se créer un compte client. «Il est rare, en Suisse, de pouvoir contacter un vendeur pour lui demander conseil, tout en passant une commande depuis son canapé. Le magasin du futur proposera ces deux éléments et il est impératif d'avoir une combinaison entre un magasin physique et des services en ligne», assure Sarah Bernard, la directrice de Decathlon Neuchâtel. «Il faut s'adapter au monde moderne et aux nouvelles façons de vivre. C'est le bon moment pour basculer dans cette digitalisation», ajoute Adrien Lagache. **PAGE 7**

Genève, la pionnière des obligations vertes

FINANCE DURABLE. La place financière se profile en portedrapeau de ce nouvel instrument d'emprunt «écologique».

SOPHIE MARENNE

Dernier né dans l'univers de l'impact investing, le green bond a fait fureur sur les marchés mondiaux en 2017, affichant une croissance de 87%. Ce nouveau type d'emprunt reprend le schéma d'une obligation traditionnelle, si ce n'est que son utilisation est destinée uniquement à des projets qui favorisent la protection de l'environnement ou la transition énergétique. Cet instrument – simple, efficace et encore rarissime en Suisse – a fait l'objet d'une conférence dédiée ce mardi, organisée par Credit Suisse et Sustainable Finance Geneva. Au sein de l'amphithéâtre Forum Genève, *Green bonds: l'expérience genevoise* a rassemblé les diverses

figures du milieu autour de ce changement de paradigme en levée de fonds. La table ronde a permis aux acteurs des deux premières émissions genevoises de green bonds – Credit Suisse, Helvetia Environnement, le canton ainsi que Pictet Asset Management – de partager leurs expériences. Didier Denat, Head Corporate & Investment Banking chez Credit Suisse a déclaré être fier de voir Genève à la pointe de l'innovation en la matière. «Nous sommes convaincus que le domaine des green bonds poursuivra sa croissance. Je crois que l'impulsion sera soutenue par nos clients. Ceux-ci, notamment en gestion de fortune, veulent déployer leurs fonds dans des énergies renouvelables et des projets durables». **PAGE 6**



9 771421 948004 3 0 0 0 6