

SMI 9325.60	DOW JONES 23557.99
9346	23590
9316	23560
9286	23530
9256	23500
+0.11%	+0.14%

PAS ASSEZ DE VALEUR AJOUTÉE

Zurich relocalise en Suisse

PAGE 7

AUDIENCE EN HAUSSE POUR LES SITES
Black Friday en Suisse aussi

PAGE 8

FUSION DANS L'ÉNERGIE
BASF en discussion

PAGE 8

IMPACT DE L'AFFAIBLISSEMENT DU FRANC
L'industrie au plus haut

PAGE 9

CONSEILS D'ADMINISTRATION
Les enjeux du numérique

PAGE 9

VENTE DE LA DIVISION PLASTICS & COATINGS
Clariant s'oppose à White Tale

PAGE 5

SATISFACTION DE THERESA MAY
Brexit: un accord encore possible

PAGE 10

PRODUITS STRUCTURÉS
Le rendez-vous du lundi

PAGE 15

Les marqueurs clés du leadership



RAJEEV VASUDEVA. Le CEO indien d'Egon Zehnder a développé avec succès les activités de sa firme notamment en Inde, en Afrique et au Moyen-Orient.

La société d'origine suisse Egon Zehnder – spécialisée dans le conseil en leadership – est une des rares firmes mondiales de consulting à ne pas être d'origine américaine. Dans un grand entretien avec L'Agefi, son CEO Rajeev Vasudeva met en exergue les évolutions radicales de son secteur qui ont poussé sa firme à offrir à ses clients des services beaucoup plus larges et continus que les embauches de nouveaux directeurs généraux. Vasudeva souligne aussi qu'un grand nombre de données sont devenues publiques et, par conséquent, l'identification des candidats est devenue beaucoup plus facile; par contre, le jugement et l'expérience de ses «conseillers en leadership» gagnent en importance. Il faut reconnaître que, lors de l'embauche de nouveaux dirigeants, les échecs ne sont pas rares. Autrement dit, les cadres sont engagés sur la base de leur expertise et leur expérience (Quotient Intellectuel) mais ils sont licenciés à cause de leur manque de compétence (Quotient Emotionnel). Pour minimiser les erreurs, Vasudeva explique qu'il est important de détecter chez les cadres les «marqueurs» clés de leadership: saine motivation, curiosité, capacité de synthèse, détermination et, bien sûr, aptitude à parler aux cœurs – et pas seulement aux cerveaux – de leurs collaborateurs. **PAGE 6**

Deux start-up donnent le coup d'envoi au StartLab

BIOPÔLE. Leurs domaines d'activité reflètent bien la vision d'une diversité enrichissante favorisant les échanges de proximité.



BIOPÔLE. Les entreprises déjà présentes pourront également bénéficier des idées apportées par les start-up.

CHRISTIAN AFFOLTER

Le Biopôle combine la mise à disposition d'infrastructures de laboratoires classiques pour start-up à des possibilités de collaboration particulièrement riches. Rares sont les endroits offrant autant de liens de proximité entre le monde universitaire, de l'investissement, des affaires, du transfert technologique et de l'entrepreneuriat. Le programme StartLab offre de surcroît un accompagnement pour transformer une idée en produit de marché. Les start-up doivent soumettre leur candidature au conseil consultatif, qui sélectionne en principe chaque trimestre les projets ayant le plus de potentiel.

Le conseil n'a aucune obligation de retenir un ou plusieurs dossiers jusqu'à atteindre la capacité d'accueil maximale du StartLab de 10-12 sociétés; ce qui compte, c'est de prendre la bonne décision. Au cours de la première sélection, les dossiers de HaYa Therapeutics et de GNUbiotics se sont détachés. Ils ne se situent pas dans le domaine habituellement associé au Biopôle, l'oncologie. L'une cherche à remédier à l'insuffisance cardiaque, l'autre à trouver un équivalent au lait maternel. Ce qui souligne l'ouverture du Biopôle. La diversité est enrichissante, à travers toute la chaîne de création de valeur dans le domaine de la santé. **PAGE 3**

Hacknowledge: un centre d'alerte en cas de piratage

LEILA UEBERSCHLAG

Une société, en Suisse, met en moyenne 146 jours à se rendre compte qu'elle a été piratée. Et, dans un cas sur deux, elle prend conscience du problème seulement après avoir été avertie par

une tierce partie. «C'est vraiment long et c'est quelque chose que nous pensons pouvoir améliorer», annonce Paul Such, fondateur et CEO de Hacknowledge. Basée à Prévèrenges, la société a vu le jour début 2016. Sa mission? Offrir des services de mo-

ntoring de sécurité. «Nous fonctionnons comme une centrale d'alarme», explique-t-il. Depuis sa création, la société a triplé ses effectifs. Elle a ouvert une antenne aux États-Unis cet été et va étendre prochainement son offre à d'autres marchés. **PAGE 4**



PAUL SUCH. Le CEO de Hacknowledge s'inquiète de la surmédiation des attaques.

«Tout est plus difficile pour les femmes»

SPONSORING. Les sportives touchent moins d'un tiers des 900 millions d'investissement sur le marché helvète.

SOPHIE MARENNE

Ski, tennis et course à pied se hissent sur le podium suisse des sports au féminin les plus parrainés par des compagnies, en termes de volume d'investissement. «Alors que chez les hommes, on trouve le football et le hockey en première position», déclare Sebastian Chiappero, CEO du cabinet Sponsorize. Ce spécialiste en marketing explique que les sections féminines ne reçoivent que 30% des montants en sponsoring du territoire helvète. Dans son parcours, il a croisé la route de nombreux dirigeants réticents à investir du côté des femmes: «On rencontre malheureusement des CEO qui donnent moins de valeur aux sports féminins. Ce sont surtout des pra-

tiquants de l'ancienne méthode: s'ils aiment le golf, ils soutiennent un golfeur. Depuis les années 2000, un néo-sponsoring plus structuré a émergé, qui exige un retour sur investissements». Juliette Pera, capitaine de l'équipe des Wildcats du Cern Rugby Club confirme: «Tout est plus difficile pour les femmes. Nous sommes rarement prises au sérieux. Nous devons nous battre pour avoir accès aux mêmes droits que les équipes masculines, que ce soit en termes de logistique ou en termes de reconnaissance de notre valeur sportive». Les sponsors sont pourtant indispensables à l'équipe de ligue A pour acheter du matériel d'entraînement ou financer leurs déplacements à travers tout le pays. **PAGE 4**

Le niveau des marchés peut encore se justifier

ACTIONS. Le danger d'une inversion de la courbe des taux et d'une récession n'est pas là, selon Thomas Braun.

PHILIPPE REY

Le marché américain des actions (indice S&P 500) est surévalué de 17% par rapport à la moyenne historique du ratio cours/bénéfices (P/E). Cependant, le très bas niveau des taux d'intérêt et l'inflation modérée peuvent justifier un niveau un peu plus élevé que la moyenne à long terme, selon Thomas Braun, partenaire de Braun, von Wyss & Müller. Ce d'autant plus que le rendement des actions demeure intéressant par rapport aux obligations et aux placements monétaires. D'autre part, les marchés, dont le S&P 500 et l'indice SMI, ont traversé une longue phase de stagnation de 2000 à 2015. Le SMI se situe aujourd'hui environ au même niveau que le pic de 2007, alors que

les taux sont sensiblement plus bas. Il n'y a pas de surchauffe. Il n'y a pas encore d'inversion de la courbe des taux qui précède une récession. Certes, une correction demeure toujours possible pour une raison qui n'est pas toujours claire. De telles baisses se passent mais ne remettent pas en question l'évolution à long terme positive des actions. Par ailleurs, les prix actuels, en particulier sur le marché suisse, montrent qu'il n'est certes pas facile de détecter des sociétés sous-valorisées. On peut encore en trouver mais encore faut-il bien chercher. En ce moment, le risque d'une baisse des marchés ne semble pas très grand. Le risque d'un coût d'opportunité en ne possédant pas d'actions paraît actuellement plus important. **PAGE 14**



9 771421 948004 10048

