

SWISSQUOTE

FINANCE AND TECHNOLOGY UNPACKED

BOURSE
Twitter,
l'ami
des traders

PORTRAIT
Arbonia,
le phœnix
helvétique

DIVIDENDES
Les firmes suisses
choient leurs
actionnaires

DOSSIER

CANNABIS LA FIÈVRE DE L'OR VERT

Pourquoi le marché légal
vaut déjà des milliards.

Mary-Louise Parker
de la série TV « Weeds »

AURORA ► APHRIA ► CANOPY GROWTH ► HYDROPOTHECARY ► MEDRELEAF ► GW PHARMACEUTICALS

ISSN 1663-8379

50



9 771663 837050



Cartier

COLLECTION SANTOS DE CARTIER



HAPPY SPORT
Chopard

Vent nouveau



Par Marc Bürki,
CEO de Swissquote

2018 se profile décidément comme une année inédite et, à bien des égards, passionnante pour les investisseurs. Alors que les cryptomonnaies suscitent toujours autant d'intérêt, y compris parmi les professionnels de la finance, voilà que s'ouvre en grand un autre secteur d'investissement au potentiel tout aussi débridé: le cannabis.

p. 34 Déjà **légale** dans de nombreux États américains (dont la Californie et le Colorado), la vente de marijuana à usage thérapeutique et récréatif sera également une réalité au Canada dès le mois de juillet de cette année. Avant, sans doute, d'être autorisée dans d'autres pays.

p. 40 Ce changement de paradigme catapulte les cours en Bourse d'une myriade d'**entreprises** actives dans ce domaine. Les plus à la pointe sont aujourd'hui canadiennes. On y trouve des producteurs à grande échelle de marijuana, des pharmas, mais aussi des start-up qui développent des produits plus originaux, tels des sprays aromatisés, des poudres en pot ou des onguents pour le sport – avec en ligne de mire une future clientèle premium. C'est le

cas de l'entreprise Hydropothecary, basée au Québec, dont le CEO Sébastien St-Louis nous a accordé une **interview**. Le dirigeant canadien anticipe déjà la prochaine révolution, celle d'une disruption étendue au secteur des boissons et de l'alimentation. Les analystes s'attendent eux aussi à des rachats d'envergure au cours des prochaines années, impliquant des géants du tabac et de l'alcool.

p. 36

Dans ce climat euphorique, faut-il rappeler toutefois que le cannabis reste une **drogue**? Les recherches cliniques lui attribuent des vertus sanitaires (notamment comme antidouleur, antinauséeux ou stimulant de l'appétit) mais ses effets potentiellement délétères sur les adolescents et les jeunes adultes sont eux aussi établis. Dont acte.

p. 53

Cette année 2018, c'est aussi celle d'un **anniversaire**. Chers lecteurs, le 50^e numéro de l'histoire de *Swissquote Magazine* est entre vos mains. Cette étape méritait bien une rétrospective illustrée, au gré de huit ans d'existence. Merci de continuer à nous lire si nombreux.

p. 8

Bonne lecture!

28

DOSSIER

CANNABIS

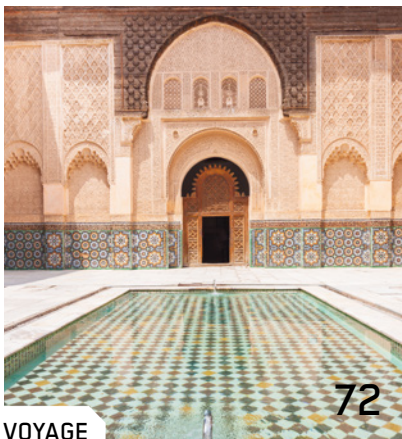
LA FIÈVRE DE L'OR VERT



SCANS



BOURSE



VOYAGE

72

SOMMAIRE

3. ÉDITORIAL
par Marc Bürki

8. ANNIVERSAIRE
Le cap des 50

10. SCANS
Panorama
de l'actualité
économique

18. TRENDS
La personnalité,
le pays, l'innovation

20. L'INFOGRAPHIE
Dividendes :
les firmes suisses
choient leurs
actionnaires

22. PORTRAIT
Arbonia voit à
nouveau le soleil
par ses fenêtres

24. FOCUS
Mondial de foot :
les coulisses
du sponsoring

28. DOSSIER: CANNABIS, LA FIÈVRE DE L'OR VERT

34. Infographie :
la carte mondiale
du cannabis

36. L'interview de
Sébastien St-Louis, CEO
de Hydrothecary

40. Neuf entreprises
qui dépotent

48. Le cannabis,
un supermédicament

52. Un business
qui se conjugue
au féminin

53. Le cannabis reste
une drogue

54. De l'herbe à
toutes les sauces

58. BioCan,
le poids lourd
helvétique

62. SWISSQUOTE
Le certificat
du cannabis

64. Un portefeuille
de cryptomonnaies
créé en un clic

66. BOURSE
Twitter, l'ami
des traders

72. VOYAGE
Détox royale
à Marrakech

76. AUTO
Mercedes renouvelle
sa Classe G

80. J'AI TESTÉ
Les écouteurs
qui parlent
40 langues

ÉDITEUR

Swissquote
Chemin de la Crétaux 33
1196 Gland – Suisse
T. +41 44 825 88 88
www.swissquote.com
magazine@swissquote.ch

Manager

Brigitta Cooper

RÉDACTION

Rédacteur en chef

Ludovic Chappex

Rédacteur en chef adjoint

Bertrand Beauté

Direction artistique

Natalie Bindelli et Caroline Fischer
CANA atelier graphique
Route de Jussy 29 – 1226 Thônex
www.ateliercana.ch

Journalistes

Martine Brocard, Stanislas Cavalier,
Blaise Duval, Sophie Gaitzsch,
Salomé Kiner, Martin Longet,
Philipp Müller, Daniel Schneider,
Gaëlle Sinnassamy, Julie Zaugg

Mise en page

Natalie Bindelli, Caroline Fischer,
Coralie Meder (CANA atelier graphique)

Couverture

Showtime

Photographies

AFP, Keystone, Getty images,
Istockphoto, Newscom, Reuters

IMPRESSION, RELIURE

ET DISTRIBUTION

Stämpfli SA
Wölflistrasse 1 – 3001 Berne
www.staempfli.com

PUBLICITÉ

Infoplus AG
Traubenweg 51, CH-8700 Küsnacht
hans.otto@i-plus.ch

WEMF

REMP 2017: 50'638 ex. / Tirage: 60'000 ex



imprimé en
suisse

ABONNEMENT

CHF 40.- pour 6 numéros
www.swissquote.ch/magazine/f/

FROM THE DEPTHS OF THE SEA.

IN 1936, PANERAI CREATED THE FIRST UNDERWATER MILITARY WATCH IN HISTORY, DESIGNED FOR THE COMMANDOS OF THE ROYAL ITALIAN NAVY. A PRECISION INSTRUMENT WHICH ESTABLISHED INNOVATIVE STANDARDS OF RELIABILITY, WATER-RESISTANCE AND LEGIBILITY, ENSURING SAFETY EVEN UNDER EXTREME USAGE CONDITIONS. FROM THE DEPTHS OF ITS HISTORY, INTO THE HISTORY OF WATCHMAKING.

PANERAI



LUMINOR SUBMERSIBLE 1950
3 DAYS CHRONO FLYBACK AUTOMATIC
TITANIO - 47MM
(REF. 615)

PANERAI.COM • +41 22 580 29 49

LABORATORIO DI IDEE.

Le cap des 50

Swissquote Magazine fête sa 50^e édition.
Panorama de huit années riches en dossiers
et reportages.

2010



Quelles entreprises ont le plus performé en Bourse en l'espace d'un an, et comment? C'est la question à laquelle répondait ce numéro. L'un des high-lights de la deuxième saison.

Difficile d'esquiver le regard perçant de Peter Brabeck. Le CEO de Nestlé – de l'époque – était l'invité de cette édition consacrée aux marques cultes. Ou l'art de conquérir des millions de consommateurs.



La conseillère fédérale Doris Leuthard s'était prêtée au jeu de la grande interview dans ce numéro dédié aux femmes d'influence. Un sujet qui reste d'une actualité brûlante.

2013

Le retour en force des énergies fossiles occupait cette année-là l'actualité. Nous avons consacré un grand reportage à l'industrie du fracking, dans le Dakota du Nord.



2014



Après la Corée du Sud (2012) et le Brésil (2013), Shanghai faisait à son tour l'objet d'une édition spéciale. L'occasion de comprendre pourquoi cette mégapole brille dans les ranking internationaux.

2015

Trois ans avant le présent numéro sur le marché du cannabis, l'industrie du tabac s'offrait un baroud d'honneur. Cigarette électronique, vaporisateurs... Quand le vieux monde se rebiffe.



2016



Nouvelle maquette et nouveau modèle économique au menu de ce premier numéro de 2016, qui passait les champions de l'économie collaborative au scanner. Airbnb et Uber bientôt cotés en Bourse?

2017

Big data et médecine personnalisée, la pharma est entrée dans une nouvelle ère. Les firmes suisses y jouent les premiers rôles, comme le montrait l'enquête de ce numéro.



SCANS



«L'intelligence artificielle est sans doute l'invention humaine la plus importante. Je pense qu'elle dépasse la découverte de l'électricité ou du feu»

Sundar Pichai,
CEO de Google.



\$600 MRD

C'est le montant dérobé sur le plan mondial en 2017 par les cybercriminels, contre 445 milliards de dollars en 2014, selon une étude de McAfee et de l'agence CSIS. Cette hausse est due à l'essor des monnaies virtuelles, qui représentent une cible facile et attractive pour les hackers.

divertissement
DISNEY SE MET AU STREAMING

Disney va lancer son propre service de streaming. Cette plateforme contiendra l'ensemble des films produits par le groupe, ainsi que ceux des franchises Marvel et Star Wars. Elle proposera également quatre ou cinq séries et trois ou quatre films originaux par an. Pour accroître son offre, Disney a en outre racheté fin 2017 une bonne partie du catalogue du studio 21st Century Fox. Avec ce nouveau service, dont le lancement est prévu pour 2019, le géant du divertissement espère concurrencer Netflix, Amazon et Hulu. Pour tester le terrain, il a créé cet automne la plateforme DisneyNow, qui regroupe en un seul lieu tous ses programmes TV et jeux. — CF —



«Coco», le dernier film des studios Disney et Pixar, a remporté l'Oscar du meilleur film d'animation.

DISNEY

boissons
LES JEUNES ÉVITENT LES CUITES



Avec Heineken 0.0, la marque néerlandaise veut s'imposer sur le marché en pleine expansion des boissons sans alcool.

KOEN VAN WEEL

Les jeunes boivent moins d'alcool que les générations précédentes. Ils font aussi davantage attention à leur ligne. Cette tendance a donné un coup de fouet aux bières sans alcool. Heineken a récemment mis sur le marché un houblon appelé 0.0%. Son concurrent Anheuser-Busch InBev a pour sa part lancé la Budweiser Prohibition, égale-

ment dépourvue d'alcool. Il estime que ce segment générera un cinquième de ses revenus d'ici à 2025. Et les amateurs de mousse ne sont pas les seuls à se tourner vers des boissons plus saines : Diageo a récemment investi dans Seedlip, une start-up qui fabrique des eaux-de-vie sans alcool.

— HEIA — ABI — DGE



«Porsche suit son propre chemin. C'est ce que nous avons toujours fait. La stratégie de Tesla n'est donc pas si importante»

Oliver Blume,
CEO de Porsche.
La marque allemande lancera en 2019 son modèle Mission E, 100% électrique.

luxe
RICHEMONT S'AVENTURE SUR LA TOILE



SHUTTERSTOCK

Le groupe suisse Richemont va racheter pour 2,7 milliards d'euros la plateforme d'e-commerce Yoox-Net-a-Porter group, dont il possède déjà une partie. Cette acquisition traduit la volonté de la firme de mettre l'accent sur la vente en ligne, longtemps snobée, car elle ne collait pas à l'image de marque du groupe. L'e-commerce ne représente pour l'heure que 9% de ses ventes. Les concurrents de Richemont veulent eux aussi écouler davantage de biens de luxe en ligne. LVMH a récemment lancé une plateforme appelée 24 Sèvres. Le site d'e-commerce Farfetch s'est, quant à lui, spécialisé dans la vente de produits haut de gamme. — CF — MC

RANKING

LES 10 VOITURES ÉLECTRIQUES LES PLUS VENDUES EN EUROPE EN 2017
(en nombre d'immatriculations)

1. RENAULT ZOE	31'302
2. NISSAN LEAF	17'293
3. BMW I3	14'785
4. TESLA MODEL S	14'319
5. VOLKSWAGEN E-GOLF	12'663
6. TESLA MODEL X	10'396
7. NISSAN E-NV200	4'419
8. SMART FORTWO	4'239
9. RENAULT KANGOO ZE	4'232
10. VOLKSWAGEN E-UP !	2'981

Source : Avere

LES 3 PLUS GRANDS LANCEURS DE SATELLITES COMMERCIAUX
(en nombre de lancements réussis en 2017)

SPACE X	18
ARIANESPACE	11
UNITED LAUNCH ALLIANCE (alliance de Boeing et Lockheed Martin)	8

Source : divers

LES 5 PLUS GRANDES ENTREPRISES D'AFRIQUE
(en fonction de leurs revenus en 2016)

1. SONATRACH (Algérie, hydrocarbures)	\$ 30'242'200
2. STEINHOFF INTERNATIONAL HOLDINGS (Afrique du Sud, meubles)	\$ 17'304'461
3. SONANGOL (Angola, pétrole)	\$ 14'711'363
4. THE BIDVEST GROUP (Afrique du Sud, trading et distribution)	\$ 13'290'847
5. ESKOM (Afrique du Sud, électricité)	\$ 12'856'531

Source : The Africa Report

SCANS



300 MIO

C'est le nombre de véhicules électriques qui circuleront sur les routes d'ici à 2040, contre 3 millions aujourd'hui, selon une nouvelle étude de BP. Le groupe pétrolier juge en outre que la demande pour les produits pétroliers aura atteint son pic d'ici à la fin des années 2030, en raison de cet afflux de voitures vertes.

électronique

VENTES DE SMARTPHONES EN BERNE



Les ventes de smartphones ont chuté pour la première fois depuis 2004 au dernier trimestre de 2017, perdant 5,6%. Les usagers ont commencé à privilégier l'achat d'appareils de meilleure qualité, qu'ils remplacent moins souvent, selon le cabinet d'études Gartner. Autre élément d'explication : peu de nouveaux smartphones présentant de réelles innovations ont été mis sur le marché l'an dernier. Les seuls fabricants à tirer leur épingle du jeu sont les chinois Huawei et Xiaomi, qui ont vu leurs ventes progresser de 7,6% et 79% respectivement durant cette période. Ils bénéficient de leur vaste gamme de smartphones bon marché. — KUNN

tourisme

KUONI FAIT DU SUR-MESURE

Kuoni va lancer cet été en Grande-Bretagne une plateforme en ligne proposant des séjours sur mesure. Les clients pourront choisir parmi une gamme d'options afin de personnaliser leur itinéraire en fonction de leurs préférences. Ils pourront par exemple sélectionner l'hôtel de leur choix ou le mode

de transport qu'ils préfèrent adopter entre deux étapes. La clientèle visée par cette nouvelle offre, qui a pour but de contrecarrer la baisse du trafic dans les enseignes physiques du spécialiste suisse du voyage, est composée de couples aisés sans d'enfants. — KUNN

impression 3D

OC OERLIKON INNOVE POUR BOEING



Un dissipateur thermique en aluminium, fabriqué grâce à l'impression 3D.

La société schwytoise OC Oerlikon a noué un partenariat avec Boeing portant sur cinq ans. Les deux firmes vont développer un processus standardisé pour l'impression en 3D de pièces en titane. Cela fera baisser le prix des composants réalisés avec ce matériau ultra léger et résistant. L'an dernier, Boeing est devenu le premier

groupe aéronautique à introduire une pièce en titane obtenue grâce à l'impression en 3D dans un avion de ligne, le 787 Dreamliner. Ce partenariat s'annonce également fructueux pour OC Oerlikon : les analystes pensent que l'impression 3D représentera 10% de son chiffre d'affaires d'ici à 2021, contre 1% aujourd'hui. — OERLIKON

matières premières

PÉNURIE D'AGRUMES ET DE VANILLE



Une explosion sur un site du chimiste BASF à Ludwigshafen (Allemagne) entraîne une pénurie.

DANIEL ROLAND / AFP

Le fabricant d'arômes Givaudan est à court d'agrumes. Les matières premières utilisées pour produire les senteurs appartenant à cette famille, qui servent à parfumer des savons et d'autres produits d'hygiène, sont introuvables dans toute l'Europe. Cette pénurie est due à un incendie en novembre dernier dans une usine

d'arômes de l'allemand BASF. Le groupe genevois est confronté simultanément à une carence sur le marché de la vanille, suite au passage du cyclone *Enawo* en mars 2017 qui a détruit une bonne partie de la récolte à Madagascar. Ces événements ont fait monter le prix des matières premières de 6% pour Givaudan. — GIVN



\$4,7 MRD

c'est la somme déboursée en 2017 par Swiss Re pour indemniser ses clients victimes de catastrophes naturelles. Cela en fait l'une des années les plus coûteuses de son histoire. 2017 a été marquée par le cyclone *Debbie* en Australie, les ouragans *Harvey*, *Irma* et *Maria* dans l'Atlantique et les feux de forêt en Californie.



« Trump a une vision médiévale de l'économie »

Pascal Lamy, ex-directeur de l'OMC, suite à la décision de Donald Trump de taxer l'acier et l'aluminium exportés vers les États-Unis.

KICKSTARTER



BAUBAX

BAUBAX

LA VESTE COUTEAU SUISSE

Baubax est la veste ultime pour le voyageur intrépide. Dotée de 12 poches de tailles diverses, elle comprend également dans sa doublure un coussin de tête, un masque pour les yeux, des gants, un repose-pieds, un décapsuleur, une couverture, des boules Quies et une gourde. Disponible en plusieurs coloris, elle peut être commandée sous forme de pull sans manches, de sweatshirt, de coupe-vent ou de veste Bombers. Cette veste est l'œuvre d'un couple américain qui, après s'être marié en 2013, a dû surmonter plusieurs années de relation à longue distance. Les longs trajets en avion entre Chicago et San Francisco les ont convaincus de la nécessité de créer un vêtement unique qui réponde à tous les besoins du voyageur. Une première version de la Baubax, mise sur le marché en 2015, a déjà trouvé plus de 200'000 acquéreurs.

FONDS LEVÉS
\$9'192'000

DISPONIBILITÉ
AOÛT 2018

SCANS

santé

ROCHE MISE SUR LE BIG DATA

Roche a racheté l'américain Flatiron Health pour 1,9 milliard de dollars. Ce spécialiste du big data agrège des milliers de données auprès de cliniques oncologiques et de centres de recherche sur le cancer. Cette acquisition fournira au groupe bâlois une vaste base de données issue du monde réel, afin de favoriser la découverte de nouveaux traitements anti-cancer. Elle devrait lui permettre de renforcer sa position de leader dans le domaine de l'oncologie, qui représente déjà quelque 60% de ses revenus et qui est menacée par l'expiration de plusieurs brevets importants (Avastin, Herceptin et Rituxan) entre 2018 et 2020. — ROG



«Lorsque nous parlons d'infrastructures nationales, nous évoquons souvent les routes et le rail, mais le réseau mobile est tout aussi important»

Börje Ekholm,
CEO de Ericsson.

transports

LES CAMIONS ÉLECTRIQUES ARRIVENT



Tesla lancera son modèle dès 2019.

TESLA MOTORS / AFP

Les récentes innovations sur le front des batteries ont fait baisser le prix des véhicules électriques et ont accru le nombre de kilomètres parcourables entre deux recharges. Ces progrès ont rendu possible l'émergence de camions électriques destinés au transport de biens sur de longues distances. Tesla promet de mettre le sien

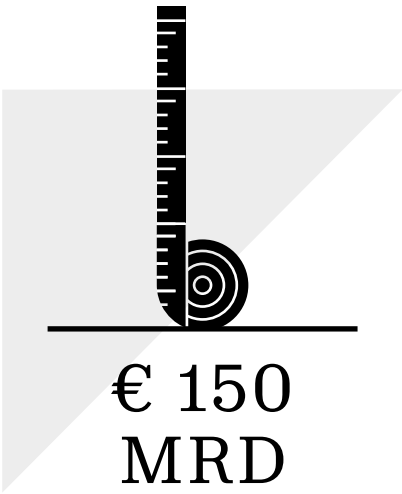
sur les routes dès 2019. Il pourra couvrir 800 kilomètres et coûtera 180'000 dollars. Daimler travaille également sur un véhicule de ce type et a commencé à vendre des camionnettes électriques à UPS. Mais leur adoption à large échelle sera freinée par leur poids et le manque de bornes de chargement hors des villes. — TSLA — DAI

pneumatiques
PIRELLI RÊVE DE CHINE



CLEMENT MARIN / AFP

L'automne dernier, le fabricant italien de pneus Pirelli se cotait à la Bourse de Milan, réalisant la plus importante introduction européenne de l'année. Il reprenait ainsi en partie son autonomie par rapport au chinois ChemChem, qui en a fait l'acquisition en 2015. Mais cela ne signifie pas qu'il renonce à l'Empire du Milieu. Bien au contraire. Il espère capter une partie de cet immense marché composé d'une classe moyenne grandissante qui rêve de posséder une voiture. Pour l'heure, ses revenus – en hausse de 7,6% en 2017 – proviennent à 41,7% d'Europe et sont tirés à la hausse par le segment à haute valeur ajoutée. — PIRC



C'est le chiffre d'affaires de l'industrie de la mode en France, selon l'Institut français de la mode (IFM). Un montant plus élevé que celui généré par l'industrie aéronautique ou automobile hexagonale.

LE FLOP

Snapchat perd quelques amis

Début février, Snapchat introduisait la dernière mise à jour de son réseau social. Elle avait notamment pour but de regrouper en un seul endroit tous les snaps, stories et messages publiés par ses amis. Les critiques ne se sont pas fait attendre: pétitions en ligne pour demander le retour à l'ancienne version, avalanche de tweets négatifs, posts de blogs incendiaires. Même les stars s'y sont mises: peu après le lancement de la mise à jour,

Kylie Jenner tweetait: «Est-ce que quelqu'un d'autre n'ouvre plus Snapchat? Ou c'est juste moi... euh, c'est tellement triste.» Une bonne partie des membres de Snapchat se sont carrément mis à boycotter la plateforme. Résultat, le réseau social a vu son cours en bourse chuter de 6% en quelques semaines, ce qui lui a fait perdre 1,3 milliard de dollars (lire également en p. 66).

— SNAP

nutrition

LES CHINOIS AVIDES DE LAIT EN POUDRE



En 1867, Henri Nestlé développe en Suisse une farine lactée, substitut du lait maternel.

NESTLÉ

La fin de la politique de l'enfant unique en Chine a fait grimper en flèche les ventes de lait en poudre. Et suite à un scandale impliquant un produit local contaminé à la mélamine, les parents chinois privilégient les marques étrangères. Nestlé domine ce segment avec 17% de parts de marché, mais ses revenus n'ont guère progressé en 2017. Danone a en revanche

vu ses ventes de lait en poudre progresser de 10% l'an passé et sa part de marché doubler depuis cinq ans pour atteindre 11%, en misant sur l'e-commerce. Les marques plus petites affichent aussi des résultats flatteurs, à l'image de l'australien A2 Milk qui a vu ses revenus asiatiques croître de 204% au second semestre de 2017.

— NESN — BN — A2M

hôtellerie

UN CONCIERGE PRIVÉ MÊME APRÈS LES VACANCES



Sébastien Bazin,
le CEO d'AccorHotels.

ERIC PIERMONT / AFP

Le groupe hôtelier AccorHotels lutte contre la concurrence des plateformes de location peer-to-peer comme Airbnb en misant sur le très haut de gamme. Son service Onefinestay, qui propose de louer des logements d'exception, sera assorti dès le mois de mars d'une offre de conciergerie privée appelée Higher Living. Les clients de Onefinestay y auront accès durant une année entière après leur séjour. Ce service proposera diverses prestations, telles que la réservation de transports privés et professionnels, l'engagement d'un coach fitness ou d'un chef à domicile, ou encore du shopping sur commande. De son côté, Airbnb s'apprête lui aussi à monter en gamme en lançant une offre appelée Lux, dotée de 4'000 logements issus du portefeuille de Luxury Retreats, qu'il a racheté l'an dernier. — AC



4,4 MIO

C'est le nombre d'armes à feu importées par les États-Unis en 2017. Plus de la moitié de ces fusils et pistolets provenaient d'Europe. Ces achats profitent à des entreprises comme l'autrichien Glock, l'allemand SIG Sauer ou l'italien Beretta.

SCANS



«Nous savons tous que la demande pour le cuivre va croître et que l'on a assisté à un sous-investissement massif dans les mines de cuivre»

Yvan Glasberg,
CEO de Glencore.

smartphones

GOOGLE PLACE SES BILLES EN ASIE



Sundar Pichai,
le CEO de Google,
lors de la World
Internet Conference
à Wuzhen (Chine),
en décembre 2017.

ALY SONG / REUTERS

Google a déboursé 1,1 milliard de dollars pour s'offrir une partie de l'équipe d'ingénieurs du taiwanais HTC, ainsi que certains de ses brevets. Cette opération va accroître l'expertise du géant américain en matière de smartphones. HTC produit déjà ses appareils Pixels. Google a également ouvert récemment un laboratoire consacré à l'intelligence

artificielle à Pékin, ainsi qu'un bureau à Shenzhen, le hub technologique chinois. Une série d'investissements qui signalent son intention d'améliorer son implantation en Asie, là où le nombre d'utilisateurs de smartphones présente le potentiel de croissance le plus important.

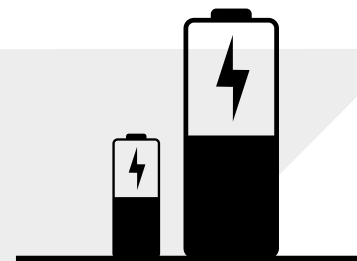
— G006

L'ENTRÉE EN BOURSE

EN DANGER, SWISSPORT SE COTE EN BOURSE

Le numéro un mondial des services aéroportuaires Swissport va se coter à la Bourse suisse courant 2018. Rachetée en 2015 par le conglomérat chinois HNA, la firme va se servir de cette IPO comme d'une bouée de sauvetage pour se dépêtrer des ennuis financiers de son propriétaire. Lourdemment endetté et confronté à des soucis de liquidités, ce dernier peine à lever des fonds sur les marchés internationaux. Pour obtenir

des prêts, il est allé jusqu'à engager en tant que garantie des actions de Swissport avant même d'avoir complété l'acquisition de cette dernière, ce qui a placé l'entreprise suisse en contravention de ses obligations face à ses propres créanciers. Autre société helvétique rachetée par HNA, le spécialiste des repas dans les avions Gategroup envisage lui aussi une cotation à la Bourse suisse.



\$12'000

C'est le prix d'une tonne de lithium. En 2008, cette matière première ne valait que 6'000 dollars la tonne.

Son cours s'est envolé avec le développement de l'industrie des véhicules électriques, car elle sert à fabriquer les batteries qui l'alimentent. On en trouve surtout en Chine, au Chili et en Australie.

En route pour l'avenir.

39 systèmes d'assistance. 24 capteurs. Une voiture prête à relever tous les défis. Audi va plus loin.

La nouvelle Audi A7 Sportback. Visionnaire.



Audi Vorsprung durch Technik



la personnalité
NOBUAKI KURUMATANI

Un nouveau capitaine pour sauver Toshiba du naufrage

Fonction
CEO de Toshiba

Âge
60 ans

Nationalité
Japonais

Nobuaki Kurumatani vient de prendre les rênes de Toshiba. Premier outsider à diriger la firme japonaise depuis cinquante ans, cet économiste de formation a passé l'ensemble de sa carrière dans le secteur bancaire. Il a notamment officié comme vice-président de Sumitomo Mitsui Financial Group et comme directeur pour le Japon du fonds de capital-investissement CVC Capital Partners. Il fait également partie du conseil d'administration de Sharp. L'homme arrive à un moment critique à la tête du conglomérat nippon: Toshiba vient de subir un scandale lié à sa comptabilité, ainsi que la faillite de sa filiale nucléaire Westinghouse aux États-Unis. Ces revers l'ont contraint à revendre sa division la plus rentable, celle dédiée aux puces informatiques, pour 18 milliards de dollars. Nobuaki Kurumatani n'en est pas à sa première opération de sauvetage: il a joué un rôle clef dans le renflouement financier de l'opérateur de centrales nucléaires TEPCO, après la catastrophe de Fukushima en 2011.

6502



le pays

L'ESPAGNE

La revanche du taureau ibérique

Longtemps considérée comme l'un des parents pauvres de la zone euro, l'Espagne a effectué un spectaculaire redressement depuis trois ans. Son PIB a progressé de plus de 3% en 2017, pour la troisième année de suite. Mise à terre par l'éclatement d'une bulle immobilière en 2008, son économie s'était contractée de 8% et le taux de chômage avait explosé pour atteindre 27%. Mais le net

regain de la consommation domestique – amorcé dès 2013 – du tourisme et des exportations, sans oublier l'immobilier, ont permis à l'économie ibérique de retrouver la voie de la croissance. Les deux dernières années, les Espagnols ont acheté 2,4 millions de nouvelles voitures. En 2017, ils ont dépensé 30% de plus qu'en 2013 dans les restaurants. Cette année, les salaires devraient augmenter pour la première fois depuis six ans.

Population
46,5 millions

PIB par habitant
en 2017
28'212 dollars

Croissance
en 2017
3,1%

Principaux
secteurs
de l'économie
agriculture,
tourisme,
construction,
énergies
renouvelables



Prévu pour arriver sur les routes en 2019, le Cruise AV est conçu pour fonctionner en toute sécurité, sans conducteur, volant ni pédales.

l'innovation
CRUISE AV

Entreprise
General Motors

Lancement
2019

Coût
non communiqué

Une flotte de robotaxis électriques

General Motors vient de dévoiler un taxi électrique autonome baptisé Cruise AV. Ce véhicule au look futuriste est dépourvu de pédales et de volant. Il est aussi doté de portes qui s'ouvrent et se ferment automatiquement. Il commencera à transporter des passagers dans plusieurs villes américaines à partir de 2019 s'il obtient l'autorisation du Département des transports. Développée grâce à l'expertise de la start-up d'intelligence artificielle Cruise,

rachetée par GM en 2016 pour plus d'un milliard de dollars, cette voiture autonome a pour particularité d'être destinée à une production de masse, ce qui permet de réduire le coût des divers capteurs qu'elle contient. Avec le lancement de son service de robotaxis, dont la flotte sera composée d'au moins 2'600 véhicules, GM espère concurrencer les autres offres de taxis à la demande comme Uber, qui sont plus coûteuses. La suppression du chauffeur lui permettra de

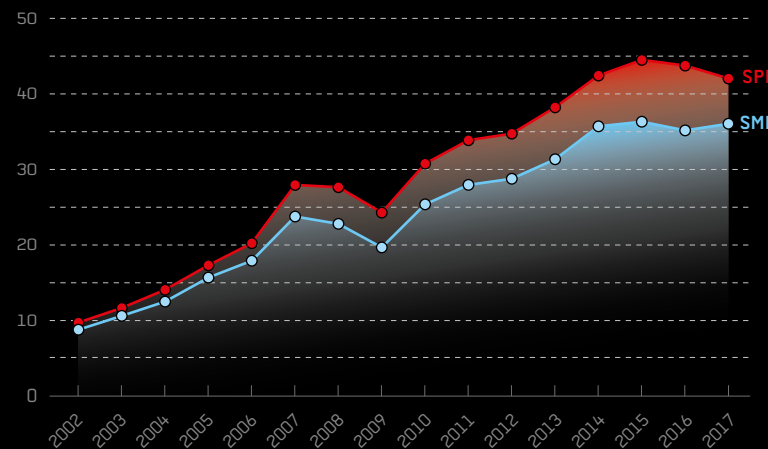
proposer des trajets dont le prix de revient s'élèvera à un dollar par mile (1,6 km), contre 2,5 dollars par mile pour les services existants. Le groupe automobile estime que le marché pour ce type d'offre s'élève à 1'600 milliards de dollars rien qu'aux États-Unis. Par la suite, GM compte étendre son service au transport de biens.

GM

DIVIDENDES

Les firmes suisses choisent leurs actionnaires

En milliard de francs



Au cours des quinze dernières années, le taux de distribution des dividendes a fortement augmenté au sein des sociétés helvétiques. Panorama.

2017, NOUVELLE ANNÉE FASTE

En 2017, les entreprises du SMI, soit les 20 plus grosses capitalisations suisses, ont versé à elles seules plus de 36 milliards de francs de dividendes à leurs actionnaires. Le montant dépasse 42 milliards de francs pour l'ensemble des firmes de la Bourse suisse (SPI).

RENDEMENT DU DIVIDENDE

LE TOP 20 DE LA BOURSE SUISSE*

Bellevue Group	6.37%
St Galler Kantonalbank	6.20%
Cembra Money Bank	6.00%
Zurich Insurance	5.91%
Gam	5.51%
Compagnie financière	5.49%
Swiss Re	5.33%
Gavazzi Carlo	5.19%
Walter Meier	5.14%
Credit Suisse	4.79%
Mobilezone	4.67%
Basler Kantonalbank	4.62%
Intershop	4.52%
Energiedienst	4.51%
Sunrise	4.49%
Bank Cler	4.29%
Swisscom	4.24%
Helvetia	4.19%
EFG International	4.06%
Bâloise	4.05%

*le rendement du dividende représente le retour sur investissement pour une action (20.03.2018)

RÉMUNÉRATIONS CASH

LES MEILLEURES PROGRESSIONS DE L'ANNÉE*

Bobst	+ 52.9%
Swissquote	+ 50.0%
Daetwyler	+ 36.4%
Schindler	+ 33.3%
Barry Callebaut	+ 29.0%
Bossard	+ 27.3%
Inficon	+ 25.0%
Comet	+ 25.0%
Swiss Life	+ 22.7%
Also	+ 22.2%
Dormakaba	+ 21.4%
Sunrise Communications	+ 20.1%
Partners Group	+ 20.0%
Siegfried	+ 20.0%
Emmi	+ 18.6%
Temenos	+ 18.2%
Julius Baer	+ 16.7%
Sika	+ 15.6%
Fischer	+ 15.0%
Belimo	+ 13.3%

*Dividendes réguliers + retour du capital



AIR

LAND

SEA

NAVITIMER 1



NAVITIMER 1 B01 CHRONOGRAPH 46
MANUFACTURE CALIBER B01
CHRONOMETER-CERTIFIED

BREITLING BOUTIQUE
GENEVA • LAUSANNE • ZERMATT
ZURICH

Arbonia voit à nouveau le soleil par ses fenêtres

Grâce à une restructuration majeure, l'entreprise thurgovienne, l'un des leaders européens de son secteur, renoue avec les chiffres noirs.

PAR MARTIN LONGET

« On pourrait comparer Arbonia à une personne qui a été malade et a dû subir des soins. Aujourd'hui, le patient se porte mieux, mais il se trouve toujours en convalescence. » Martin Flückiger, analyste chez Kepler Cheuvreux, ne le cache pas : Arbonia, spécialiste suisse du chauffage, des portes et des fenêtres, revient de loin. Alors qu'elle affichait une perte de 177,1 millions de francs en 2015, l'entreprise thurgovienne a dégagé un bénéfice net de 46,4 millions sur le dernier exercice, après une année 2016 proche de l'équilibre.

« Les derniers chiffres annoncés sont plutôt meilleurs que prévu. L'EBITDA ajusté a légèrement dépassé les attentes du marché, tout comme la croissance organique du groupe, poursuit Martin Flückiger. C'est la première fois depuis 2011 qu'Arbonia produit de la croissance organique supérieure à 1%. » Mais ce redressement spectaculaire ne s'est pas fait sans concessions. La production de fenêtres sur les sites de Villeneuve (Vaud) et d'Altstätten (Saint-Gall), par exemple, a été transférée en Slovaquie en 2016. Au total, le groupe a délocalisé

400 places de travail en Europe de l'Est depuis 2015, principalement vers des usines en Allemagne, en République tchèque et en Pologne. En parallèle, Arbonia s'est défait de plusieurs actifs, dont sa division Revêtements, pour se recentrer sur quatre secteurs d'activité : le chauffage (radiateurs, ventilation, air conditionné), l'équipement sanitaire, les fenêtres et les portes. « Sans cette transformation radicale, Arbonia n'existerait tout simplement plus aujourd'hui », explique Alexander von Witzleben, le CEO du groupe.

C'eût été la fin d'une longue histoire. Les origines d'Arbonia remontent en effet à 1874. Selon le récit fait par la société, les deux fondateurs souhaitaient « offrir aux hommes des solutions qui réchauffent au sens le plus propre du terme ». Au gré de différentes acquisitions, notamment celle de son homologue Looser Holding en 2016, Arbonia s'est diversifiée, jusqu'à devenir l'un des leaders européens de l'industrie des portes, des fenêtres et du chauffage.

Aujourd'hui, le groupe, qui compte près de 7'600 employés dans le

monde, est ainsi numéro un en Allemagne et en Suisse dans la vente de radiateurs, numéro un en Suisse et en Pologne sur le marché des fenêtres et numéro deux en Allemagne dans la vente de portes. L'entreprise vise également le marché russe. Elle vient d'inaugurer le chantier d'un nouveau site de production de radiateurs en Russie, dont la mise en fonction est prévue pour 2019.

« Sans cette transformation radicale, Arbonia n'existerait tout simplement plus aujourd'hui »

Alexander von Witzleben, CEO du groupe

« Aujourd'hui, 90% du plan de redressement est achevé et nous espérons que les chiffres de 2018 refléteront encore davantage le travail accompli », poursuit Alexander von

Witzleben. L'entreprise table sur une augmentation organique de ses ventes de 3% en 2018 et 3,5% en 2019, contre 2,6% en 2017. Mais pour y parvenir, Arbonia devra faire face à une féroce concurrence, venant notamment de la compagnie autrichienne Internorm, qui rend le critère du prix de vente toujours plus déterminant, surtout pour les modèles d'entrée de gamme.

« Bien que les marges se rétablissent progressivement, la rentabilité et l'efficacité du capital restent historiquement bas, souligne Martin Flückiger, de Kepler Cheuvreux. De plus, avec la hausse de l'euro et des salaires dans des marchés clés, Arbonia doit faire face à une augmentation des charges salariales, ce qui l'empêche de tirer pleinement profit de la délocalisation de certains de ses sites de production. » Opérant dans des pays connaissant un taux de chômage historiquement bas, Arbonia prévoit en effet des augmentations

de salaires conséquentes en 2018, pouvant atteindre jusqu'à 6,6% en République tchèque.

Par ailleurs, l'entreprise peine actuellement à répondre à la demande, notamment en Allemagne, où le besoin en portes dépasse ses capacités de production actuelles. « Nous avons comme priorité en 2018 d'augmenter nos capacités en investissant dans les usines existantes », répond Alexander von Witzleben, qui précise que le montant de ces investissements pour la période 2016-2019 s'élève à 400 millions de francs.

Malgré des chiffres 2017 encourageants, les actions Arbonia ne devraient donc pas voir leur valeur s'envoler en 2018 : « En partant de sa valeur actuelle qui se situe entre 17 et 18 francs, nous ne nous attendons pas à voir le prix de l'action monter significativement dans les douze prochains mois, confirme Martin Flückiger. Sur la base des

EN CHIFFRES

1874

Année de la création par Franz Josef Forster d'une chaudronnerie, ancêtre de l'actuel Arbonia Group.

1,245

En milliard de francs suisses, le chiffre d'affaires réalisé par le groupe Arbonia en 2017.

7'600

Nombre d'employés du groupe.

41%

La part du chiffre d'affaires réalisée par le groupe en Allemagne en 2017.

résultats 2017, nous maintenons un rating hold avec un target price autour de 17 francs. »

Arbonia prévoit cependant de continuer sa politique d'expansion. « La tendance à la concentration du secteur va se confirmer dans les prochaines années. Vous pouvez donc vous attendre à voir Arbonia poursuivre ses investissements dans des entreprises intéressantes pour ses secteurs d'activité », confie le CEO allemand, qui affirme cependant que le groupe n'est pas intéressé par la division chauffage de l'entreprise « dont le nom commence par Z ». Comprenez Zehnder, le principal concurrent suisse d'Arbonia. ▲

— ARBN



KEYSTONE

Un employé d'Arbonia vérifie la conformité d'un radiateur sur le site de production d'Arbon en Thurgovie (2014).

ANALYSES

LE POINT DE VUE DES SPÉCIALISTES

LE FOCUS

Mondial de foot: les coulisses du sponsoring

Les firmes qui s'associent à de grandes compétitions voient fluctuer leur cours en Bourse. Décryptage.

PAR BERTRAND BEAUTÉ

Hyundai, Budweiser, McDonald's... En regardant les matchs de la Coupe du monde de football, qui débute le 14 juin en Russie, vous vous demanderez peut-être combien déboursent ces entreprises pour être « sponsor officiel ». La réponse: une somme gigantesque. Lors du Mondial 2014 au Brésil, les 22 sponsors officiels de la FIFA ont payé au total 1,4 milliard de dollars, soit une moyenne de 63 millions dépensés par entreprise.

Un montant justifié ? Pour le savoir, des chercheurs ont passé au crible la réaction des marchés à des annonces de sponsoring d'événements sportifs majeurs provenant de sociétés cotées entre 1998 et 2008. Leurs résultats, publiés en mai 2017 dans le *Journal of Advertising Research*, montrent que globalement le prix des actions augmente dans

les jours qui suivent l'annonce de ce type de partenariat. En d'autres termes, sponsoriser une manifestation sportive comme une Coupe du monde engendre une réaction positive des marchés.

« Obtenir une exposition médiatique similaire avec de la publicité traditionnelle coûterait encore plus »

Emmanuel Bayle, chercheur à l'Institut des sciences du sport (ISSP)

Mais, notent les auteurs, alors que cette réponse était importante en 1998, elle tend à l'être de moins en moins au fil du temps. En 2008, date de la fin de la période analy-

sée, elle est ainsi presque nulle. En cause: l'envol du ticket d'entrée. Les entreprises ont par exemple réglé 866 millions de dollars pour parer les Jeux olympiques de Turin et Pékin (2006 et 2008), contre 663 millions pour les Jeux de Salt Lake City et d'Athènes (2002 et 2004) et « seulement » 579 millions de dollars pour Nagano et Sydney (1998 et 2000). Et depuis, les prix ont encore augmenté. Pas de quoi rassurer les investisseurs.

« En raison de l'augmentation des tarifs, les actionnaires croient de moins en moins au fait que le sponsoring d'événements sportifs majeurs peut renforcer la valeur de la marque et générer du cash-flow plus efficacement que les autres stratégies de marketing, explique Marc Mazodier, professeur associé en marketing

à l'Université Zayed, à Abu Dhabi. À leurs yeux, le retour sur investissement n'est plus clairement établi. »

Une étude publiée dans le *Journal of the Academy of Marketing Science* montre ainsi qu'en 2010 les marchés ont réagi globalement négativement à 300 annonces de sponsoring d'événements sportifs passés cette année-là. Mais si les investisseurs jugent cette démarche non pertinente, pourquoi les entreprises se bousculent-elles pour sponsoriser Coupes du monde et autres Jeux olympiques ?

« La principale raison, c'est la notoriété, répond Emmanuel Bayle, professeur associé à l'Institut des sciences du sport (ISSP), à l'Université de Lausanne. Les gros événements sportifs possèdent une

audience considérable. Même si le ticket d'entrée est très cher, les études montrent qu'obtenir une exposition médiatique similaire avec de la publicité traditionnelle coûterait encore plus. »

Une analyse confirmée par Jean-Pascal Gayant, professeur d'économie à l'Université du Mans et auteur du livre « Économie du sport »: « Il n'existe rien d'équivalent au retentissement médiatique suscité par un événement comme la Coupe du monde. Pendant un mois, tous les médias et toutes les conversations convergent vers le même sujet. » Plus de 4,8 milliards de personnes ont ainsi suivi les Jeux olympiques de Londres en 2012 et environ 3,2 milliards ont regardé la Coupe du monde de football au Brésil (2014).

Pour des entreprises mondialement connues comme Coca-Cola ou Nike, cette exposition sert à maintenir le statu quo. « Les marques numéro 1 s'associent aux événements numéro 1 », résume Emmanuel Bayle. Mais c'est surtout pour les sociétés en quête de renommée que le sponsoring d'événements sportifs peut devenir un atout considérable. Pour la Coupe du monde 2018, la FIFA a ainsi séduit quatre nouveaux acteurs chinois: le champion des téléviseurs Hisense, le groupe de produits laitiers Mengniu, le fabricant de téléphones Vivo et le conglomérat Wanda.

« Avec ces partenariats, ces entreprises souhaitent acquérir de la légitimité et de la respectabilité, à un moment où elles cherchent à se développer à l'international, souligne Marc Mazodier. Et cela peut »

BRUNO FAHY / AFP



Les consommateurs ne retiennent pas toujours qui sont les sponsors officiels des grands événements, comme la Coupe du monde de football.



Pour avoir dribblé le fisc espagnol, Lionel Messi a été condamné à 21 mois de prison en 2016. Une mauvaise nouvelle pour ses sponsors.

Miser sur un seul sportif? Un choix risqué

Associer sa marque à une star du sport n'est pas sans risque. Une étude publiée en 2013 dans la revue *Management science* a montré que dans les 15 jours suivant la révélation du scandale sexuel de Tiger Woods, le portefeuille complet de ses sponsors a chuté de 2% en Bourse. Les plus importantes pertes se concentrant sur ses trois principaux sponsors (Electronic Arts, Nike et Pepsi Co) qui ont enregistré une chute de 5,8% de leur capitalisation boursière. C'est pourquoi, certaines entreprises préfèrent sponsoriser les événements plutôt qu'un sportif en particulier. «Elles sont ainsi associées à la fête et aux supporters, explique Emmanuel Bayle, professeur associé à l'Institut des sciences du sport (SSP). De ce point de vue, elles sont sûres de gagner.» Mais elles profitent moins de l'euphorie de la victoire. Une étude, publiée en 2017, a montré que dans les cinq jours qui suivent la victoire d'un champion dans un sport individuel, le cours de Bourse de son sponsor vestimentaire (habillement et chaussures) progresse de 0,5% (0,33% quand c'est un tournoi de tennis, 0,45% pour la course à pied et 0,7% quand c'est du golf). Les titres des sponsors des deuxièmes ne varient, en revanche, pas. Winner takes all!

Et pour convaincre leurs investisseurs, «les entreprises cotées devraient mieux expliquer à leurs actionnaires les retombées attendues du sponsoring d'événements sportifs, préconisent les chercheurs de l'étude parue dans le *Journal of Advertising Research*. Il faudrait aussi que les frais de parainage soient revus à la baisse par les organisateurs.» ▴

fonctionner, à condition d'accompagner le sponsoring par d'autres actions.»

Les spécialistes estiment en effet qu'une entreprise doit dépenser trois fois le montant du sponsoring en marketing traditionnel pour valoriser son investissement. Selon les chiffres du *Financial Times*, Vivo a déboursé 400 millions d'euros pour accoler son nom aux coupes du monde 2018 et 2022. Si l'entreprise chinoise veut maximiser son gain d'image, elle devra donc investir 1,2 milliard en marketing traditionnel pour accompagner ce partenariat. Sinon? «Les consommateurs risquent d'associer une autre marque à l'événement», explique Marc Mazodier.

Le cas n'est pas que purement théorique. En 2000, la compagnie

aérienne Ansett Australia était devenue le transporteur officiel des Jeux olympiques de Sydney. Mais c'est sa grande rivale, Qantas, qui a tiré profit de l'événement. En soutenant intelligemment Cathy Freeman, la star du pays, l'entreprise a totalement éclipsé Ansett Australia qui a fait faillite un an plus tard.

«Les études montrent que les consommateurs ne retiennent pas toujours qui sont les sponsors officiels des grands événements, poursuit Marc Mazodier. Faites le test: quelle est la marque de voiture qui soutient la coupe du monde? Spontanément, beaucoup de personnes vont peut-être répondre Toyota, alors que c'est Hyundai... Les marques doivent activer leur partenariat avec du marketing traditionnel, de la communication et sur les réseaux sociaux.»

La nouvelle Opel Insignia GSi

VIVE L'EXTRAVAGANCE.



De série:

- 4x4 avec le contrôle vectoriel de couple
- Boîte automatique à 8 rapports



L'AVENIR APPARTIENT À TOUS

Équipements «Exclusive» disponible à partir de l'automne 2018.

DOSSIER

CANNABIS LA FIÈVRE DE L'OR VERT

À quelques mois de la légalisation de la marijuana récréative au Canada, le marché mondial est en pleine ébullition.

PAR BERTRAND BEAUTÉ

- 34. Infographie : la carte mondiale du cannabis
- 36. L'interview de Sébastien St-Louis, CEO de Hydropothecary
- 40. Neuf entreprises qui dépotent
- 48. Le cannabis, un supermédicament ?
- 52. Un business qui se conjugue au féminin
- 53. Le cannabis reste une drogue
- 54. De l'herbe à toutes les sauces
- 58. BioCan, le poids-lourd helvétique

La prohibition du cannabis, consensus mondial depuis près d'un siècle, serait-elle en train de partir en fumée ? Après l'Uruguay et plusieurs États américains, le Canada légalisera la consommation du cannabis récréatif en juillet 2018. Un changement de paradigme. « Pendant des années, la production, la vente et la consommation de marijuana ont été vivement combattues partout dans le monde, rappelle Christian Ben Lakhdar, professeur d'économie à l'Université Lille 2. Désormais, nous assistons à un retournement complet : de plus en plus d'États légalisent l'usage de cette drogue »

Dossier réalisé par
Bertrand Beauté,
Martine Brocard,
Stanislas Cavalier,
Ludovic Chappex,
Blaise Duval
et Martin Longet

à des fins médicinales ou récréatives. Et ce phénomène se propage partout dans le monde. Cela ouvre la voie à un marché totalement neuf et donc indéniablement intéressant pour les investisseurs.»

Les perspectives sont alléchantes. Selon une étude du cabinet Arcview, publiée en janvier 2018, la vente légale de cannabis dans les États américains qui l'autorisent générera un chiffre d'affaires de 40 milliards de dollars en 2021, contre 16 milliards en 2017. Près d'une centaine de petits producteurs locaux se partagent le marché. Mais aucun n'est entré en Bourse, car le cannabis demeure illégal aux États-Unis au niveau fédéral.

« L'engouement des investisseurs pour le secteur du cannabis est énorme »

Martin Landry, analyste chez GMP Securities

En attendant, ce sont des entreprises canadiennes, comme Canopy Growth, Hydropothecary et Aurora, qui se taillent la part du lion (lire les portraits en p. 40). « En autorisant le cannabis thérapeutique il y a une quinzaine d'années, puis le récréatif en juillet prochain, le Canada est devenu le leader de la production de marijuana légale, explique Martin Landry, analyste chez GMP Securities, à Montréal. Si l'on observe le marché mondial, huit des dix plus grandes sociétés impliquées dans la culture de cette plante sont canadiennes. Elles ont pris beaucoup d'avance sur la concurrence internationale. »

LE CANADA, PREMIER EXPORTATEUR MONDIAL

En effet, loin de se cantonner à leur marché domestique, les sociétés canadiennes commencent à exporter leur production partout où le cannabis thérapeutique est autorisé (voir l'infographie en p. 34). En mai 2017, par exemple, Aurora a annoncé le rachat du distributeur allemand Pedanios, afin de commercialiser son cannabis médicinal outre-Rhin. Par ailleurs, Canopy Growth vend ses produits au Brésil depuis 2016. D'autres pays, comme l'Australie, l'Afrique du Sud, l'Espagne, la Pologne ou le Danemark, sont dans le viseur ou déjà approvisionnés par le Canada. « Nous n'exportons pas vers les États-Unis, car le commerce reste interdit au niveau fédéral. En revanche, nous allons nous implanter dans tous les pays où ce business deviendra légal, confirme Pierre Debs, directeur de Canopy pour le marché européen. Nous ne nous fixons aucune limite à l'exportation. »

« Les sociétés canadiennes ciblent les États qui commencent à légaliser le cannabis thérapeutique sans disposer de capacités de production locales. L'Allemagne est particulièrement intéressante parce que le cannabis thérapeutique y est remboursé par le système de santé, poursuit Martin Landry. Bien sûr, la concurrence va s'organiser. Mais je pense que l'avantage du premier entrant va se maintenir pendant plusieurs années. Dans 5 ans, il n'y aura plus huit sociétés canadiennes dans le top 10 mondial, mais le plus gros producteur au monde sera toujours canadien. »

D'ici là, le marché mondial du cannabis devrait peser entre 100 et 200 milliards de dollars

par an, selon les différentes estimations. Le médical représentera la moitié de cette valeur et le reste proviendra de l'usage récréatif de cette drogue. Selon l'agence nationale de statistique canadienne, 4,9 millions de Canadiens ont dépensé près de 4,5 milliards de dollars pour se procurer du cannabis en 2017. Mais seulement 10% l'ont acheté légalement pour des raisons de santé. Les autres, soit 90%, se procurent illégalement cette drogue pour le plaisir. Avec

183 millions

C'est le nombre de personnes qui consommaient du cannabis illégalement dans le monde en 2014, ce qui représente un marché noir estimé à 300 milliards de dollars par an, selon l'ONU.

LEXIQUE

LES DIFFÉRENTES FORMES D'AUTORISATION

CANNABIS RÉCRÉATIF

Dans les pays qui ont totalement légalisé la marijuana, comme l'Uruguay ou le Canada à partir de juillet 2018, le cannabis est en vente libre sous certaines conditions (âge, quantité, etc.), au même titre que le tabac ou l'alcool.

CANNABIS THÉRAPEUTIQUE

Dans les pays où la marijuana à usage médicinal est autorisée, les médecins peuvent prescrire la plante à l'état naturel. Délivrée sur ordonnance, elle est ensuite fumée ou consommée sous une autre forme (inhalation, infusion) par les patients, afin de lutter contre des pathologies diverses, telles que douleurs, spasmes ou nausées.

MÉDICAMENTS À BASE DE CANNABINOÏDES

À l'image du saule, qui contient de l'acide acétylsalicylique (plus connu sous le nom d'aspirine), la plante cannabis regorge de molécules actives, baptisées cannabinoïdes. Des entreprises pharmaceutiques les ont extraites afin de développer des médicaments, comme le Sativex autorisé dans une vingtaine de pays dont la Suisse et la France.

l'autorisation de l'usage récréatif en juillet 2018, une grande part de ce marché noir devrait tomber entre les mains des producteurs de cannabis thérapeutique.

Selon une étude du cabinet Deloitte, publiée en 2016, la vente d'herbe à l'état pur pourrait peser plus de 6 milliards de dollars par an après la légalisation, sans compter les revenus du cannabis thérapeutique. Une aubaine qui agite le petit monde de l'or vert, où les transactions se multiplient.

En octobre dernier, par exemple, l'entreprise américaine Constellation Brands, distributeur de la bière Corona, a annoncé l'acquisition de 9,9% du capital de Canopy Growth, pour 191 millions de dollars (lire en p. 54). Puis, le 24 janvier, Aurora Cannabis a acheté CanniMed Therapeutics pour 850 millions de dollars. En parallèle, la capitalisation des plus gros acteurs a explosé. À la Bourse de Toronto, la valeur de Canopy a été multipliée par trois en un an, tandis que celle d'Aurora >

s'est appréciée d'un facteur quatre et celle d'Hydrothecary d'un facteur deux.

« L'engouement des investisseurs pour le secteur est énorme, souligne Martin Landry de GMP Securities, mais lorsqu'une action commence à prendre 30 ou 50% en un seul mois, il faut rester très prudent. » Pour certains analystes, une bulle financière est en train de gonfler dans le marché du cannabis. Et gare à l'explosion. « Il s'agit d'un secteur nouveau, dynamique et florissant qui va durer. Mais ce n'est pas non plus le marché du siècle comme le

fut le pétrole, poursuit Christian Ben Lakhdar. Par ailleurs, il n'est pas dénué de risques pour les investisseurs. »

Le premier serait que l'offre dépasse rapidement la demande. Au Canada, plus de 90 licences de production ont été délivrées par le Ministère de la santé à des entreprises dont plus d'une dizaine sont cotées en Bourse. Et toutes se préparent à augmenter massivement leur production afin de répondre à l'envol supposé de la demande résultant de la légalisation de l'usage récréatif. De quoi faire craindre la surchauffe dans

une industrie encore émergente et spéculative.

« À court terme, nous nous attendons à une pénurie de cannabis légal au Canada. Les entreprises vont donc pouvoir réaliser des marges attrayantes. Mais dès 2020, date à partir de laquelle les nouvelles usines tourneront à plein régime, les capacités de production surpasseront la demande, explique Martin Landry, analyste chez GMP Securities. Cela va induire une pression sur les prix de vente et les petites entreprises auront du mal à survivre.

UNE MANNE FISCALE BIENVENUE

Dans le Colorado, où les premières ventes ont eu lieu en 2014, le marché du cannabis a créé 18'000 emplois à temps plein en trois ans. En outre, cette nouvelle industrie a rapporté à l'État près de 700 millions de dollars de recettes fiscales supplémentaires, sans compter une augmentation sans précédent du tourisme. « Les principaux bénéfices de la légalisation iront aux États, souligne Christian Ben Lakhdar, professeur d'économie à l'Université Lille 2. Ils n'auront plus à financer les moyens policiers alloués à une lutte inefficace, les recettes fiscales vont augmenter et les zones de deal vont diminuer. »

Mais les anciens trafiquants de cannabis ne risquent-ils

pas de se lancer dans le commerce de drogues plus dures comme la cocaïne et l'héroïne ? « La demande pour ces drogues est bien moindre, répond Christian Ben Lakhdar. Par ailleurs, les recettes fiscales additionnelles peuvent servir à faire quelque chose de bien dans les quartiers gangrenés par le trafic de drogue. » La Ville d'Oakland en Californie, par exemple, a décidé de réserver la moitié des autorisations d'exploiter le cannabis à des personnes condamnées pour un délit lié à la marijuana lors des années de prohibition ou vivant dans un quartier ayant connu un nombre élevé d'arrestations ces dernières années. Une réinsertion grâce au business de l'or en vert, en somme.

Dans ce contexte, une concentration du secteur est inévitable. » C'est aussi l'avis de Sébastien St-Louis, cofondateur et CEO d'Hydrothecary, qui a accordé une interview à *Swissquote Magazine* (lire en p. 36).

L'ÉCHEC DES POLITIQUES RÉPRESSIVES

Par ailleurs, la croissance des producteurs canadiens à l'international reste suspendue à l'évolution des législations locales, encore très restrictives dans la majeure partie du monde. Actuellement, seul 1,4% de la population mondiale réside dans une zone où la vente de marijuana est légale. Cela montre à la fois le potentiel énorme du marché mais aussi ses limites actuelles. « Toutes les nations vont regarder de près ce qui

se passera au Canada quand le cannabis récréatif deviendra légal cet été, estime Pierre Debs de Canopy Growth. À mon avis, lorsque les autres pays verront que la société canadienne ne s'effondre pas et que l'économie se porte bien, les arguments en faveur de la prohibition ne tiendront plus. »

Un avis partagé par Christian Ben Lakhdar, auteur du livre *De l'intérêt de sortir le cannabis des réseaux criminels* : « Au niveau mondial, la prohibition du cannabis a été un échec cuisant. Les politiques répressives n'ont jamais endigué le trafic et elles ont coûté très cher aux États. C'est pourquoi de nombreux pays réfléchissent à légaliser cette drogue. C'est un mouvement de fond qui, en plus, pourrait rapporter gros au niveau fiscal. » ▲

66'000'000 kilos

C'est la consommation annuelle de cannabis dans le monde en 2014, selon l'ONU.



SEAN KILPATRICK / NEWS.COM

Basée à Smiths Falls dans l'Ontario, l'entreprise Canopy Growth exploite plus de 60'000 m² répartis sur sept sites de production.

LÉGISLATION

LA CARTE MONDIALE DU CANNABIS



Pays ayant légalisé le cannabis récréatif

La vente de cannabis y est officiellement autorisée.

Canada (Dès le 01.07.2018)
 États-Unis
 Alaska
 Californie
 Colorado
 Maine
 Massachusetts
 Nevada
 Oregon
 Washington
 Washington D.C.
 Uruguay



Pays ayant dépénalisé le cannabis récréatif

La consommation et la détention de petites quantités de cannabis ne font pas l'objet de poursuites en justice.

Allemagne	États-Unis	Finlande	Portugal
Argentine	Caroline du Nord	Géorgie	République tchèque
Australie	Connecticut	Îles Vierges des États-Unis	Royaume-Uni
Autriche	Delaware	Inde (certains États)	Russie
Belgique	Illinois	Israël	Slovénie
Belize	Maryland	Italie	Suisse
Bolivie	Minnesota	Jamaïque	Ukraine
Brésil	Mississippi	Lettonie	
Chili	Missouri	Luxembourg	
Colombie	Nebraska	Malte	
Costa Rica	New Hampshire	Mexique	
Croatie	New York	Moldavie	
Danemark	Ohio	Pays-Bas	
Équateur	Rhode Island	Pérou	
Espagne	Vermont	Pologne	
Estonie			



Pays interdisant le cannabis récréatif

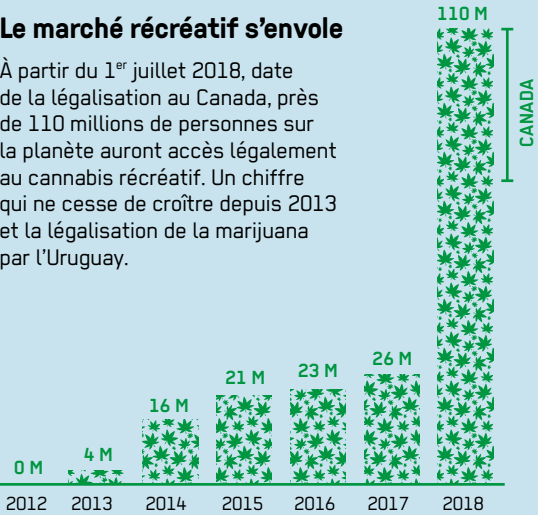
Pays autorisant le cannabis à visées thérapeutiques*

Allemagne	Jamaïque
Australie	Pays-Bas
Canada	Pérou
Chili	Pologne
Chypre	Rép. tchèque
Colombie	Suède
États-Unis (certains États)	Suisse
Israël	Uruguay
Italie	

* Cette liste n'inclut pas les pays qui autorisent uniquement certains médicaments à base de cannabis.

Le marché récréatif s'envole

À partir du 1^{er} juillet 2018, date de la légalisation au Canada, près de 110 millions de personnes sur la planète auront accès légalement au cannabis récréatif. Un chiffre qui ne cesse de croître depuis 2013 et la légalisation de la marijuana par l'Uruguay.



« DEUX OU TROIS MULTINATIONALES VONT RÉGNER SUR LE MARCHÉ »

Le CEO de l'entreprise canadienne Hydropothecary, à la pointe dans le développement de nouveaux produits, entrevoit un avenir radieux pour son secteur.

PAR LUDOVIC CHAPPEX

HYDROPOTHECARY

Vaporisateurs, fleurs séchées, poudres ou huiles de cannabis... la société Hydropothecary, basée au Québec, s'impose comme un leader sur le marché des produits premium à base de marijuana. Son CEO, Sébastien St-Louis, a répondu avec enthousiasme à nos questions.

À partir du 1^{er} juillet de cette année, le cannabis récréatif sera légal au Canada. Cette pratique est-elle appelée à se propager à l'ensemble de la planète ?

Le phénomène du cannabis ne fait effectivement que débiter. Le Canada a ouvert les feux, mais on verra rapidement d'autres pays, comme le Danemark, l'Allemagne ou l'Australie, suivre la même voie. Je m'attends à un timing similaire à celui suivi par le Canada, soit quatre à cinq ans d'autorisation médicale avant la légalisation complète. Et on assistera d'ici 8 à 10 ans à une légalisation au niveau fédéral aux États-Unis.

Ne craignez-vous pas un possible retour en arrière aux États-Unis, c'est-à-dire que Washington impose aux États une interdiction stricte ?

Non, je ne crois pas que le mouvement en cours sera stoppé. Il est possible que l'on assiste à des phases plus ou moins négatives, un peu comme lors de soubresauts du marché, mais la légalisation semble inéluctable. L'exemple canadien va donner à réfléchir, notamment suite aux revenus perçus grâce aux taxes.

Les entreprises canadiennes sont-elles avantagées ?

C'est bien simple, à moins d'un changement législatif aux États-Unis dans les douze prochains mois, l'avance prise par les firmes canadiennes est déjà décisive. Elles ont pour elles l'expérience de ce marché et un plus gros cash-flow. Les nouveaux entrants se retrouveront dans la situation de start-up face à des compagnies établies. Les futures sociétés les plus prometteuses se feront probablement racheter par les entreprises canadiennes. Mon pronostic, c'est que deux ou trois multinationales régneront à terme sur le marché du cannabis. Et nous avons l'intention d'en être une. Canopy Growth a de bonnes chances d'en être une autre.

Pourtant, hormis les obstacles financiers, qu'est-ce qui peut empêcher un nouvel entrant de répliquer votre recette ?

Tout dépend de quel business on parle. Effectivement, faire pousser du cannabis, ce n'est pas trop compliqué. Mais notre modèle d'affaires ne se limite pas à l'agriculture. Il ne s'agit pas uniquement de cultiver la plante mais surtout de la transformer pour l'intégrer dans nos différents produits. Nous sommes aujourd'hui clairement une société technologique de manufacture. Or, l'innovation et la R&D ne sont pas simples à mettre en place dans ce secteur, pas plus que la validation et l'autorisation de mise sur le marché de nouveaux produits. >

ENTREPRENEUR EN TECHNOLOGIE

Jusqu'à l'été 2013, rien ne prédestinait Sébastien St-Louis à s'intéresser au cannabis. Le CEO de Hydropothecary, titulaire d'un MBA en finance, dirigeait alors une société d'immobilier, après avoir officié comme CFO d'une entreprise de pièces détachées pour automobiles et travaillé auparavant quelques années dans la banque. Le changement de la loi canadienne sur la marijuana médicale va faire office de détonateur pour cet entrepreneur dans l'âme (il avait 17 ans lorsqu'il a lancé sa première start-up, une société de consulting spécialisée dans la simulation 3D, puis 20 ans à l'heure d'acquérir un premier immeuble locatif).

Aujourd'hui âgé de 34 ans, Sébastien St-Louis se souvient de ses débuts en tant que manager : « J'étais trop jeune à l'époque. Par contraste avec ces expériences, la première chose que j'ai faite en lançant Hydropothecary a été de bâtir une équipe très solide. Je me suis entouré d'experts. »



La surface cultivable de l'entreprise devrait atteindre 120'000 m² en décembre 2018, permettant une production de 100'000 kg de cannabis séché par an.

HYDROPOTHECARY

En raison de la législation, Hydrophothecary se présente pour l'heure comme un spécialiste de produits à usage strictement thérapeutique. Quel sera l'impact de la légalisation du cannabis récréatif sur vos affaires et sur votre stratégie commerciale ?

Toutes les études de marché montrent que la légalisation aura un retentissement énorme. Le commerce de produits thérapeutiques sera remplacé à 90% par le récréatif. Une fois ce marché légalisé, nous pourrions toucher un public plus large en adaptant nos lignes de produits.

On devine que de nombreux secteurs industriels vont être impactés par cette légalisation...

C'est effectivement le cas. On cite souvent les industries du tabac, de

l'alcool, ou de la pharma. Dans le registre purement récréatif, le marché des boissons festives au cannabis va exploser.

« Le marché des boissons festives au cannabis va exploser »

L'un des avantages de ces breuvages étant d'éviter les désagréments de l'alcool au réveil... Mais d'autres secteurs sont concernés, comme les cosmétiques et

produits naturels, et, à plus large échelle, l'industrie alimentaire. Chez Hydrophothecary, nous sommes en train de développer des boissons au cannabis dont l'objectif est de stimuler l'appétit (au moyen de la molécule CBD contenue dans le cannabis, ndr), ainsi que des onguents dédiés à la pratique du sport.

Comment se passe le développement de nouveaux produits ?

Nous avons une équipe d'une trentaine d'ingénieurs et chimistes en interne, dédiée en partie à la R&D. Et nous collaborons également avec des consultants scientifiques externes.

Quelles seront les prochaines innovations marquantes attendues sur ce marché ?

L'un des grands défis techniques consiste à rendre le THC soluble

dans l'eau. Une fois ce problème résolu, la porte s'ouvrira à toute une gamme de nouveaux articles. L'idée est d'exploiter les molécules actives du THC, mais sans le goût du cannabis. Par exemple pour créer des boissons contenant un faible taux de THC, et donc moins psychotropes.

Prévoyez-vous de vendre votre savoir-faire à des géants de l'alimentation ou du secteur des boissons ? En octobre dernier, on a vu l'entreprise américaine Constellation Brands, propriétaire de Corona, prendre 10% de votre concurrent Canopy Growth...

Ce type d'alliance risque fort de se multiplier. De grandes marques de boissons sont appelées à devenir non seulement nos clients, mais aussi nos partenaires.

Le cannabis reste toutefois un marché incertain aux yeux de nombreux investisseurs. Quels sont les arguments de nature à les rassurer ?

À court terme, disons dans les dix-huit prochains mois, le cash-flow des plus grosses compagnies va augmenter de façon très significative, ce qui est une garantie de survie. À elle seule, Hydrophothecary a déjà prévenu 20'000 kg de cannabis au gouvernement du Québec, soit la plus grosse commande jamais enregistrée. Et ce n'est qu'un début, pour une seule province... On s'attend à ce que les volumes augmentent sensiblement.

Suffisamment pour générer des profits importants ?

Oui. On peut faire une rapide projection : une grande majorité de nos produits seront vendus autour de 7 dollars le gramme ; nous savons qu'une taxe d'environ un dollar sera appliquée ; nous savons aussi que nos partenaires gouvernementaux ne prendront pas une marge supérieure à 50% (lire l'encadré ci-contre). Cela nous assure un revenu d'environ 3 dollars par gramme. Or, comme

nos coûts actuels sont inférieurs à un dollar par gramme, il reste 2 dollars de profit. Un investisseur prudent pourrait estimer que nos profits à long terme avoisineront un dollar par gramme, mais objectivement le seuil des 2 dollars me paraît plus réaliste, surtout compte tenu des économies d'échelle à venir. Nous avons comme objectif d'écouler 100 millions de grammes par an. En faisant une moyenne conservatrice, cela correspondrait à 150 millions de dollars de profits par année. Vu sous cet angle, Hydrophothecary est encore une aubaine avec sa capitalisation de 700 millions de dollars.

Néanmoins, les acteurs du marché noir vont probablement chercher à réduire leurs marges pour vous concurrencer, en tirant les prix vers le bas...

Nous avons bien conscience que le marché noir ne disparaîtra pas du jour au lendemain. Mais nous sommes optimistes : le tarif de 7 dollars par gramme qui sera officiellement pratiqué est inférieur au prix actuel sur le marché noir. Il s'agit d'une toute nouvelle industrie, ce qui implique une part d'inconnu. L'important est de nous montrer flexibles.

À titre personnel, est-ce que vous testez vos produits ?

Oui, je suis un consommateur. J'ai une prescription médicale. Le vendredi soir, je préfère prendre une dose de notre spray mentholé Elixir plutôt qu'un verre d'alcool.

Quel regard portez-vous sur le marché du CBD en Suisse ?

Il s'agit d'une forme de légalisation très intéressante. C'est un début. Nous pourrions tout à fait imaginer travailler à l'avenir avec l'une des PME suisses existantes, sachant qu'elles disposent déjà d'un réseau de distribution, une fois le cannabis légalisé en Suisse. Nous aurons un portefeuille complet de produits à leur proposer. ▲

LE CANADA, TERRE D'EXPÉRI-MENTATION

S'il est prévu que la consommation de cannabis récréatif soit légalisée dès le 1^{er} juillet au Canada, ce changement ne surviendra pas de manière uniforme. En effet, chaque province a fixé ses propres règles pour la commercialisation de la marijuana, certaines d'entre elles mêlant économie privée et structure étatique. C'est le cas du Québec, où la Société québécoise du cannabis (SQDC) a été mise en place. Cette société d'État, filiale de la Société des alcools du Québec (SAQ), a acheté 54'000 kg de cannabis aux producteurs canadiens, dont notamment 20'000 kg à Hydrophothecary et 12'000 kg à Canopy Growth.

Elle aura pour mandat d'écouler ce stock dans toute la province. Pour cela, le gouvernement québécois a prévu d'ouvrir dès cette année 20 magasins dédiés et jusqu'à 150 établissements d'ici à deux ans. Lors de la présentation du projet, les autorités ont insisté sur le fait qu'il n'était pas question de promettre le « nirvana » du cannabis. Les usagers auront accès à des points de vente sobres où toute consommation sera interdite et où aucun produit ne pourra être affiché en vitrine. Les profits dégagés par la SQDC, soit environ 50% du produit des ventes, seront intégralement consacrés à la recherche, à la prévention et au traitement des dépendances.

NEUF ENTREPRISES QUI DÉPOTENT

Panorama des sociétés les plus prometteuses pour les investisseurs.

PAR BERTRAND BEAUTÉ ET LUDOVIC CHAPPEX

Aurora Cannabis, l'ogre de Vancouver

Cette firme a déboursé 860 millions de dollars en janvier.

Aurora Cannabis a beaucoup fait parler d'elle dès décembre dernier et en début d'année. Les rumeurs de rachat de son concurrent Cannimed – opération qui s'est finalement concrétisée le 24 janvier pour la somme de 860 millions de dollars – ont fait flamber son cours de Bourse. L'action a baissé depuis, mais cette fusion a ouvert à Aurora Cannabis un accès à près de 20% du marché de la marijuana médicale au Canada.

Cette société a la particularité d'avoir conclu trois des quatre derniers trimestres dans les chiffres noirs. Une situation qui la distingue de ses concurrents pour l'heure moins profitables, à l'instar de Canopy Growth. Reste que la rentabilité n'apparaît pas comme une donnée décisive aux yeux des investisseurs, le secteur n'en étant qu'à ses débuts et se trouvant donc en phase d'investissements. Et en dépit des nombreux accords passés par l'entreprise avec des partenaires institutionnels, elle demeure beaucoup moins connue que Canopy Growth auprès des usagers lambda. Beaucoup d'analystes recommandent de conserver (HOLD) l'action, cette dernière étant déjà bien valorisée.

FONDATION
2013

SIÈGE
VANCOUVER

EFFECTIF
500

CHIFFRE D'AFFAIRES
2017
CAD 18 MIO

CAPITALISATION
CAD 3,54 MRD

ACB

Le CEO et co-fondateur de Canopy Growth, Bruce Linton. L'homme a auparavant dirigé l'entreprise de solutions informatiques Martello Technologies.

Canopy Growth, le leader canadien

La société basée dans l'Ontario a pris une avance remarquable.

« Nous voulons dominer le monde. » En septembre 2016, le CEO de Canopy Growth, Bruce Linton, dévoile ses ambitions planétaires. Loin de le trouver mégalomane, ses actionnaires applaudissent à tout rompre. C'est que, depuis sa création, Canopy ne cesse de croître avec succès, multipliant acquisitions et projets d'expansion.

L'histoire débute en 2014, lorsque la start-up Tweed Marijuana, qui sera renommée Canopy en 2015, reçoit l'autorisation de produire et de vendre du cannabis thérapeutique au Canada. L'entreprise achète alors une ancienne usine de chocolat à Smiths Falls dans l'Ontario, afin d'y faire pousser de la marijuana. Mais le site, qui s'étend tout de même sur 46'000 m², ne suffit pas à Bruce Linton. En 2015, Tweed rachète son concurrent Bedrocan pour 61 millions de dollars. Puis avale en 2016 un autre poids lourd du secteur, Mettrum, pour 430 millions. L'entreprise devient alors la première licorne du cannabis avec une valorisation dépassant un milliard de dollars.

Grâce à ces acquisitions, Canopy s'est imposé comme le leader de l'industrie du cannabis au Canada. Une majorité d'analystes recommandent l'achat du titre, qui possède encore un potentiel de hausse. Actuellement, Canopy s'arroge 30% du marché du cannabis thérapeutique au Canada et les analystes

s'attendent à ce que l'entreprise s'empare de la même proportion du marché récréatif lorsque celui-ci sera légalisé en juillet prochain. Pour y parvenir, la société a annoncé en octobre qu'elle allait doubler sa production d'ici à cet été.

Et l'international va représenter un autre relais de croissance. Après avoir choisi le rappeur américain Snoop Dogg comme tête d'affiche, l'entreprise s'est en effet installée au Brésil et en Australie en 2016, puis a mis un pied en Europe avec le rachat de la société allemande Medcann en novembre 2016. « Canopy représente un investissement attrayant », souligne Martin Landry, analyste chez GMP Securities. « Ils sont très bien placés pour conquérir le marché planétaire. »

Ce développement à vitesse accélérée a certes un coût : en 2017, Canopy a affiché une perte opérationnelle de 17 millions de dollars canadiens (soit 12,7 millions de francs, ndlr). Mais Martin Landry souligne que le partenariat prometteur noué avec le producteur d'alcool Constellation Brands, qui a injecté près de 200 millions de dollars en octobre, change la donne : « Cet afflux de fonds va permettre à Canopy de réaliser son ambitieux plan d'expansion. Et il devrait également ouvrir les portes d'un nouveau business juteux : celui des boissons au cannabis. »

FONDATION
2014

SIÈGE
SMITHS FALLS
(ONTARIO)

EFFECTIF
700

CHIFFRE D'AFFAIRES
2017
CAD 40 MIO

CAPITALISATION
CAD 5,55 MRD

WEED



NATHAN DENETTE / KEYSTONE

MedReleaf, un géant en puissance

L'entreprise prévoit de multiplier ses capacités de production par quatre d'ici à la fin de 2018.

« J'aime beaucoup MedReleaf », glisse Martin Landry, analyste chez GMP Securities. Si l'entreprise basée à Markham, au nord de Toronto, est moins connue que ses concurrents Canopy ou Aphria, il faut avouer qu'elle ne manque pas de perspectives. MedReleaf compte bien croquer une part du marché récréatif. Pour cela, l'entreprise s'est lancée dans un important programme de développement. En février 2018, elle a annoncé le rachat de plus de 660'000 m² de terrain (164 acres), ce qui devrait faire passer ses capacités de production de 35'000 kg de cannabis

par an en 2017 à 140'000 kg à la fin de l'année 2018.

MedReleaf a également des visées sur le marché international du cannabis thérapeutique. Déjà présente en Australie depuis 2017, l'entreprise a signé en mars 2018 un partenariat avec la société allemande Cannamedical. Elle deviendra ainsi l'un des principaux fournisseurs des pharmacies allemandes. Comme la plupart des analystes, Martin Landry « recommande l'achat du titre », d'autant qu'il paraît sous-évalué par rapport à la concurrence.

FONDATION
2013

SIÈGE
MARKHAM (ONTARIO)

EFFECTIF
NON COMMUNIQUÉ

CHIFFRE D'AFFAIRES
2017
CAD 40,3 MIO

CAPITALISATION
CAD 1,612 MRD

— LEAF

Aphria, l'autre poids lourd canadien

Cette firme multiplie les partenariats et acquisitions.

« Aphria a de très nombreux atouts, estime Noel Atkinson de Clarus Securities. Cette entreprise bien établie produit 240'000 kg de cannabis par an. Ces volumes élevés couplés à un processus de production sophistiqué lui permettent d'afficher les coûts de production les plus bas du marché. En outre, comme son management est très compétent, elle entretient d'excellentes relations avec ses clients. »

Sur son site internet, Aphria joue clairement la carte du cannabis à usage médical, vendu séché en pot ou sous forme d'huiles diverses. Mais selon Noel Atkinson, l'entreprise se tient prête à faire évoluer sa ligne de produits et sa stratégie marketing dès le 1^{er} juillet: « Le business du cannabis récréatif devrait prochainement représenter 90% du marché, rappelle l'analyste. Les grandes entreprises vont se repositionner sur ce segment. »

Aphria dispose d'une structure solide. Elle a tissé ces deux dernières années de nombreux partenariats, comme avec la pharmacie canadienne Shoppers Drug Mart, qui va écouler ses produits en ligne. En janvier dernier, elle a par ailleurs avalé un concurrent de taille, la société Nuuvera, basée en Ontario, pour 330 millions de dollars. Cette dernière est très bien positionnée à l'international, notamment en Allemagne et en Italie, anticipant de futurs assouplissements législatifs dans ces pays. Les analystes recommandent l'achat de l'action Aphria ou estiment a minima qu'elle va surperformer le marché.

FONDATION
2014

SIÈGE
LEAMINGTON
(ONTARIO)

EFFECTIF
150

CHIFFRE D'AFFAIRES
2017
CAD 20 MIO

CAPITALISATION
CAD 2,1 MRD

— APH

Neil Closner, CEO de MedReleaf, prenant la pose dans une serre de sa firme, à Markham dans l'Ontario.

CannTrust, le petit nouveau

L'entreprise a noué un partenariat de choix avec la pharma Apotex.

Avec une surface de production de moins de 5'000 m² en 2017, CannTrust fait figure de David face aux Goliath que sont Canopy ou MedReleaf. Mais l'entreprise, qui est entrée à la Bourse de Toronto en août 2017, grandit rapidement. Elle vient d'achever une extension de 23'000 m² et une deuxième parcelle devrait être opérationnelle en juin 2018. La surface de production atteindra alors près de 50'000 m², soit une multiplication par dix en une année seulement.

Pour assurer sa croissance, CannTrust peut compter sur un partenaire de choix: Apotex. Peu connue de ce côté de l'Atlantique, Apotex est la cinquième entreprise pharmaceutique au Canada. Ensemble, les deux compagnies développent de nouveaux produits dérivés du cannabis. Au plan international, CannTrust a créé en mars une joint-venture avec l'entreprise danoise Stenocare. Cette opération permettra à la société canadienne d'exporter sa production vers le Danemark, pays qui autorise le cannabis thérapeutique depuis le 1^{er} janvier 2018.

« CannTrust est un petit acteur sous-coté, souligne Martin Landry, analyste chez GMP Securities. Je recommande l'achat du titre, avec un objectif de cours de 17 dollars, contre moins d'une dizaine actuellement. »

FONDATION 2014
SIÈGE VAUGHAN (ONTARIO)
EFFECTIF NON COMMUNIQUÉ
CHIFFRE D'AFFAIRES 2017 CAD 20,7 MIO
CAPITALISATION CAD 781 MIO
TRST

Des employés de Hydropothecary stockent des têtes de cannabis. La société a lancé cette année un vaste chantier d'agrandissement de son site.

HYDROPOTHECARY



Hydropothecary, l'innovateur

Cette start-up québécoise développe des produits inédits.

Entrée en Bourse l'an dernier, Hydropothecary s'est fait un nom auprès des investisseurs. La société québécoise a pris le leadership sur le segment premium en proposant des produits souvent uniques sur le marché, très bien emballés et dûment homologués par les autorités. Elle propose par exemple des capsules de cannabis, des huiles, des poudres ou encore des sprays aromatisés.

Ce positionnement singulier pourrait sourire tout particulièrement à Hydropothecary une fois le marché du cannabis récréatif légalisé. En attendant, la jeune société a

enregistré une commande record en février dernier: les autorités du Québec, qui piloteront la vente de cannabis dans la Province (lire l'encadré en p. 39), lui ont acheté pour 20'000 kg de marijuana.

D'importants travaux d'agrandissement sont actuellement en cours sur le site de l'entreprise, à Gatineau. La surface cultivable devrait ainsi atteindre 120'000 m² en décembre 2018, permettant une production de 100'000 kg de cannabis séché par an. En raison des prix peu élevés du terrain, de l'eau et de l'électricité dans la région, Hydropothecary affiche les

coûts de production parmi les plus bas du marché. Seul bémol: une plus forte exposition au risque en cas de problème sur son unique site.

La plupart des analystes recommandent l'achat de l'action, à l'instar de Vahan Ajamian de Beacon Securities, qui fixe l'objectif de cours à 8,50 dollars. Étant donné la faible capitalisation de l'entreprise – par rapport à celle des poids lourds du secteur – l'analyste n'exclut pas qu'elle soit rachetée par un concurrent.

FONDATION 2013
SIÈGE GATINEAU (QUÉBEC)
EFFECTIF 130
CHIFFRE D'AFFAIRES 2017 CAD 4,1 MIO
CAPITALISATION CAD 700 MIO
THCX

Insys Therapeutics, le cannabis synthétique

L'entreprise américaine veut devenir le leader des médicaments à base de THC.

Changement de cap pour Insys. L'entreprise, qui est connue pour son produit phare Fentanyl, revoit sa stratégie sur fond de gros scandale. John Kapoor, son fondateur, est en effet accusé d'avoir soudoyé des médecins afin qu'ils prescrivent cet analgésique cent fois plus puissant que la morphine – ce qui a engendré d'innombrables overdoses. Si l'entrepreneur a plaidé non-coupable, Insys a annoncé qu'il arrêterait de se concentrer sur les opioïdes pour se tourner vers les cannabinoïdes, ces molécules présentes dans la marijuana.

L'entreprise commercialise ainsi le Dronabinol, une forme synthétique du THC naturel, autorisé aux États-Unis pour le traitement des anorexies liées au sida. Mais les ventes du Dronabinol ne compensent pas le recul du Fentanyl. « Le chiffre d'affaires d'Insys s'affiche en recul et les fonds propres ont fondu, souligne Jérôme Schupp, analyste chez Prime Partners. Actuellement, cette entreprise n'est ni un succès commercial ni une réussite boursière. » Mais pas forcément un mauvais investissement: la faible capitalisation actuelle incite en effet une majorité des analystes à recommander l'achat du titre.

FONDATION
1990
SIÈGE
CHANDLER (ARIZONA)
EFFECTIF
350
CHIFFRE D'AFFAIRES
2017
\$140,7 MIO
CAPITALISATION
\$472 MIO
INSY

GW PHARMACEUTICALS / NEWS.COM

Le Sativex, un spray buccal au cannabis agissant contre la sclérose en plaques, est remboursé par les assurances santé en Suisse.

Zynerba, le cannabis en pommade

Cette pharma possède deux candidats médicaments dans son pipeline.

Contrairement à d'autres sociétés pharmaceutiques, comme Insys ou Cara Therapeutics, l'américaine Zynerba Pharmaceuticals se consacre uniquement au développement de médicaments à base de cannabinoïdes synthétiques – ces molécules actives présentes naturellement dans la marijuana. Actuellement, l'entreprise possède deux produits dans son pipeline: le ZYN001 et le ZYN002. Lors d'essais précliniques, le premier, qui contient du THC, a montré des effets intéressants

dans le traitement du syndrome neurologique de Gilles de La Tourette. Mais il reste à un stade précoce de développement et donc très loin de garnir nos pharmacies.

Plus avancé, le ZYN002 est un gel à base de Cannabidiol (CBD) synthétique. Lors d'essais cliniques de phase II, c'est-à-dire sur un nombre restreint de patients, son application sur la peau s'est avérée bénéfique dans le traitement du syndrome du X fragile (une maladie génétique) et

de certaines formes d'épilepsie. Les analystes jugent ces résultats prometteurs et recommandent l'achat du titre. Néanmoins, cet investissement n'est pas dénué de risque. Comme l'ensemble de ses produits se trouvent en développement, Zynerba ne possède aucun revenu. Son capital est suffisant pour continuer ses recherches jusqu'en 2019. Au-delà, rien n'est garanti.

FONDATION
2007
SIÈGE
DEVON (US)
EFFECTIF
22
CHIFFRE D'AFFAIRES
2017
0
CAPITALISATION
\$123 MIO
ZYNE

GW Pharmaceuticals, le pionnier

La société britannique est la première pharma à avoir développé un médicament à base de cannabis.

Les vertus du cannabis sont connues depuis l'Antiquité. Les Romains, par exemple, soulageaient les femmes lors de l'enfantement grâce à cette plante, qui a fait partie de la pharmacopée jusque dans les années 1950. Puis les sixties sont passés par là et la marijuana a été interdite partout dans le monde. Les entreprises pharmaceutiques ont alors délaissé cette substance au profit d'autres antidouleurs, comme les opioïdes.

La fin de l'histoire ? Absolument pas ! En 1998, deux chercheurs, Geoffrey Guy et Brian Whittle, obtiennent l'autorisation du gouvernement britannique de cultiver du cannabis, afin d'étudier ses propriétés pharmacologiques. Ensemble, ils créent GW Pharmaceuticals qui lance moins d'un an plus tard son premier essai clinique. Ces recherches conduisent à la mise au point du Sativex, le premier médicament à base de cannabis

(il contient du THC et du CBD). Après plus d'une vingtaine d'études cliniques portant sur plus de 3'000 patients, le Sativex obtient une autorisation de mise sur le marché dans une trentaine de pays, dont la Suisse, pour lutter contre les spasmes de la sclérose en plaques. GW développe également l'Epidiolex, un médicament à base de CBD extrait du cannabis. Très prometteur, ce produit attend une autorisation de mise sur le marché pour le traitement d'une forme sévère d'épilepsie.

Mais toutes ces recherches sont onéreuses : « En 2017, GW a perdu près de 175 millions de dollars et ses fonds propres sont en chute libre », prévient Jérôme Schupp, analyste chez Prime Partners. Les analystes recommandent néanmoins l'achat du titre. Un pari risqué mais qui peut s'avérer gagnant si la Food and Drug Administration (FDA) autorise l'Epidiolex. Sa décision est attendue en juin 2018.

FONDATION
1998
SIÈGE
CAMBRIDGE (GB)
EFFECTIF
583
CHIFFRE D'AFFAIRES
2017
\$11 MIO
CAPITALISATION
\$3,14 MRD
GWPH

LES AUTRES BUSINESS DU CANNABIS

CANNABIX TECHNOLOGIES

Pour aider la police, Cannabix développe une sorte d'alcootest capable de détecter le THC directement dans le souffle des conducteurs. Les essais préliminaires semblent excellents, aux dires de l'entreprise. Toutefois, la société affiche une perte de 2,9 millions de dollars en 2017.

FONDATION: 2011
SIÈGE: BURNABY (CANADA)
CAPITALISATION: CAD 170,3 MIO
BLOZF

TRUE LEAF

Le cannabis, ce n'est pas que pour les humains ! Via sa filiale True Leaf Pet, le producteur de cannabis thérapeutique True Leaf propose une gamme de suppléments alimentaires à base de chanvre pour les animaux de compagnie.

FONDATION: 2013
SIÈGE: VERNON (CANADA)
CAPITALISATION: EUR 36,3 MIO
TLA

DIEGO PELLICER

Rebaptisé le « Starbucks » du cannabis par les médias américains, Diego Pellicer a renoncé à la production de marijuana pour se concentrer sur la vente. L'entreprise a lancé une chaîne de magasins dans les États de Washington et du Colorado, ainsi qu'un site d'e-commerce.

FONDATION: 2013
SIÈGE: SEATTLE (US)
CAPITALISATION: \$2,67 MIO
DPWW

QUADRON CANNATECH

Cette entreprise fournit des équipements pour les producteurs de cannabis, notamment des machines pour contrôler la qualité des produits. Elle commercialise également des vaporisateurs, pour ceux qui ne souhaitent pas fumer la marijuana.

FONDATION: 2011
SIÈGE: VANCOUVER (CANADA)
CAPITALISATION: CAD 20,48 MIO
QU9



LE CANNABIS, UN SUPERMÉDICAMENT?

« Il va falloir se battre Monsieur. » C'est par ces mots que les médecins ont annoncé à Nicolas qu'il avait un cancer. Et se battre contre la maladie, il était prêt à le faire : « Au départ, j'avais un esprit de guerrier. Je savais que j'allais m'en sortir, raconte le quadragénaire. Mais après l'opération, lorsque ma chimiothérapie a commencé, j'ai progressivement perdu toute volonté. J'étais mort de fatigue, je n'avais plus d'appétit et des nausées en permanence. À un moment, cela m'a fait perdre espoir. J'avais l'impression que les effets secondaires de la chimio étaient finalement pires que la maladie elle-même. »

Face à ce calvaire, les docteurs n'apportent que peu de réponses : « Ils m'ont prescrit des médicaments contre les nausées, mais ils sont restés sans effet. » Finalement, Nicolas trouve lui-même un remède, au coin d'une rue plutôt que dans une pharmacie : « J'ai découvert que fumer de l'herbe diminuait nettement mes symptômes. »

Dans le bureau de Barbara Broers, médecin responsable de l'unité des dépendances aux Hôpitaux universitaires de Genève (HUG), les malades comme Nicolas défilent : « En tant que médecin, je ne recommande jamais à mes patients de fumer de l'herbe, car inhaler de la fumée, qu'elle soit issue du cannabis ou du tabac, est mau-

L'industrie pharmaceutique commence à s'intéresser aux propriétés de la marijuana. Sa consommation par des malades montre qu'elle possède des effets thérapeutiques prometteurs.

PAR BERTRAND BEAUTÉ

vais pour la santé. Mais je rencontre souvent des malades pour lesquels les traitements traditionnels ne fonctionnent pas et qui découvrent par eux-mêmes que la marijuana les soulage. Dans ces cas-là, je ne peux pas les décourager, même si je préférerais qu'ils n'aient pas besoin d'avoir recours au marché noir pour se fournir. Je leur propose donc de faire une demande à l'Office fédéral de la santé publique pour obtenir un médicament à base de cannabis. »

« Pendant des années, le statut de drogue attribué au cannabis a rendu difficile la conduite de recherches »

Barbara Broers, responsable de l'unité des dépendances aux HUG

Les effets bénéfiques du chanvre sont de plus en plus rapportés : « La littérature scientifique regorge de cas spectaculaires où des personnes très malades ou percluses de douleurs ont vu subitement leur état de santé s'améliorer grâce à la consommation de cannabis, raconte le docteur Giovanni Marsicano, qui étudie les effets des cannabinoïdes au Neurocentre Magendie de Bordeaux. De 300 crises par jour par exemple, des épileptiques sont passés à une

seule. Et des patients atteints d'une sclérose en plaques ont pu reprendre une vie quasi normale. »

Ces exemples emblématiques, popularisés par des associations de malades, ont conduit de nombreux États, dont le Canada, l'Australie et la Grèce, à légaliser l'usage du cannabis dit « thérapeutique » (voir l'infographie en p. 34). Au Colorado, il est même possible de se faire prescrire de l'herbe pour un simple mal de dos. Une évolution que Barbara Broers juge positive, mais la doctoresse prévient : « Le terme « cannabis thérapeutique » est trompeur. En tant que médecin, nous prescrivons des médicaments dont l'effet a été prouvé par des essais cliniques. Ce n'est pas le cas de la plante cannabis, qui est utilisée dans ces États de manière compassionnelle pour des patients sur lesquels les traitements usuels ne fonctionnent pas. »

En 2015, l'Office fédéral de la santé publique (OFSP) a commandé un rapport de synthèse portant sur 6'500 patients. Les résultats, publiés en 2015 dans le *Journal of the American Medical Association (JAMA)*, confirment que la marijuana possède une certaine efficacité thérapeutique, notamment pour lutter contre les douleurs chroniques et la sclérose en plaques. Mais « aucune étude clinique ne parvient à le démontrer statistiquement », notent ▶

les auteurs, qui préconisent des essais supplémentaires. En clair : l'efficacité du cannabis dit thérapeutique n'est pas prouvée scientifiquement comme on l'exigerait de n'importe quel autre médicament.

La difficulté tient à la complexité de la plante : « Les feuilles de cannabis contiennent presque une centaine de molécules actives, baptisées cannabinoïdes. Or on ne sait presque rien de ces composés. Nous ne disposons de données que pour trois d'entre eux : le Tétrahydrocannabinol (THC), le cannabidiol (CBD) et le cannabinol (CBN). Pour tous les autres, c'est terra incognita, souligne Giovanni Marsicano. Or, selon les espèces de marijuana, la concentration de ces molécules varient considérablement dans l'herbe fumée ou ingérée, ce qui rend le résultat sur les patients peu prévisible. À faible dose, par exemple, le THC diminue l'anxiété. Mais en forte concentration, c'est un anxiogène qui provoque des *bad trips*. En

fonction de la dose absorbée, un malade peut donc ressentir des effets très différents. Dans ces conditions, il est difficile de considérer la plante cannabis, en tant que tel, comme un médicament. En revanche, les cannabinoïdes pris individuellement présentent un potentiel thérapeutique intéressant. Mais il reste à déterminer quelle molécule et quel dosage pour quelle pathologie. »

« Le cannabis est un champ de recherche passionnant »

Giovanni Marsicano, chercheur au Neurocentre Magendie de Bordeaux

Une problématique à laquelle l'industrie pharmaceutique commence à s'intéresser. L'entreprise britannique GW Pharmaceuticals, par exemple, a développé le Sativex.

Les indications thérapeutiques du cannabis vont se multiplier dans les prochaines années.



ISTOCK

L'IMPACT DES CANNABINOÏDES

EFFETS PROUVÉS
EFFETS CONSTATÉS

TÉTRAHYDRO-
CANNABINOL (THC)

PSYCHOTROPE

Effet recherché lors de l'usage récréatif

ANTISPASMODIQUE

Effet utilisé pour diminuer les spasmes de la sclérose en plaques

ANTINAUSÉUX

Utile pour diminuer les effets secondaires des chimiothérapies

ANTIDOULEUR

Traitement des douleurs chroniques

AUGMENTATION DE L'APPÉTIT

Traitement de l'anorexie liée au VIH

ANTITUMORAL

Traitement des cancers

CANNABIDIOL (CBD)

ANTIÉPILEPTIQUE

Diminution du nombre de crises d'épilepsie

ANXIOLYTIQUE

Traitement de l'anxiété

ANTIPSYCHOTIQUE

Traitement des troubles de l'humeur

ANTI-INFLAMMATOIRE

CANNABINOL (CBN)

SÉDATIF

Traitement de l'insomnie

LÉGÈREMENT PSYCHOTROPE

Usage récréatif

Lire également en p. 53

EN SUISSE, LE CANNABIS THÉRAPEUTIQUE PROGRESSE

« Docteur, s'il vous plaît, donnez-moi du cannabis ! » La prescription de marijuana à des fins thérapeutiques est possible en Suisse, depuis la révision de la LStup entrée en vigueur en 2011. Concrètement, deux médicaments (le Sativex contre la sclérose en plaques et l'Epidiolex contre l'épilepsie) sont autorisés par Swissmedic et donc remboursés par les caisses d'assurance.

Pour les autres indications, comme les cancers, les douleurs chroniques ou l'anorexie liée au sida, les individus souhaitent recourir au cannabis doivent demander une autorisation exceptionnelle auprès de l'Office fédéral de la santé publique (OFSP). « Dans les faits, ces requêtes sont très souvent acceptées par l'OFSP.

Elles émanent la plupart du temps de patients âgés atteints de douleurs chroniques, indique la doctresse Barbara Broers, médecin responsable de l'unité des dépendances aux Hôpitaux universitaires de Genève (HUG). Le médicament à base de cannabis leur est alors livré sous forme d'huile ou de solution alcoolique, fabriquées par deux pharmacies suisses. »

Mais la lourdeur des démarches administratives et le prix élevé des traitements (compter 200 à 600 francs par mois rarement remboursés par les assurances maladie) poussent de nombreux malades à se tourner vers le marché noir où le chanvre est plus accessible. « Il y a encore trop de barrières à l'usage du cannabis

thérapeutique en Suisse, poursuit Barbara Broers. Et nous nageons en plein paradoxe : pour diminuer les douleurs, il est plus facile de prescrire de la morphine que du cannabis, alors que ce dernier présente moins d'effets secondaires pour de nombreux patients. »

Selon l'OFSP, l'effet positif du cannabis est étayé pour les neuropathies chroniques, les douleurs liées à un cancer, les spasmes provoqués par la sclérose en plaques, la nausée causée par la chimiothérapie, la perte de poids chez les sidéens, les troubles du sommeil et le syndrome de Gilles de la Tourette. En revanche, le cannabis ne semble pas avoir d'effets sur les symptômes d'anxiété et sur les dépressions.

UN BUSINESS QUI SE CONJUGUE AU FÉMININ

Selon certaines études, les femmes sont surreprésentées dans le management des entreprises impliquées dans le business du cannabis.

PAR STANISLAS CAVALIER

Nous sommes en 2005. À cette époque, la consommation de marijuana est toujours illégale en Californie. Mais pour ne pas perdre son train de vie, Nancy Botwin (Mary-Louise Parker) est obligée de se lancer dans le commerce du cannabis. Au fil des années, cette quadragénaire bien sous tous rapports devient une femme d'affaires accomplie, jonglant avec l'herbe et les billets verts. Presque quinze ans plus tard, le pitch de la série *Weeds*, diffusée sur Showtime entre 2005 et 2012, va-t-il devenir réalité en version légale ?

À en croire *Newsweek*, cette éventualité est tout à fait possible. Dans un article intitulé « Comment la marijuana pourrait devenir la première industrie générant des milliards non dominée par l'homme », le magazine américain explique que ce nouveau business offre davantage de possibilités aux femmes que les industries

plus anciennes. Un avis partagé par Noelle Skodzinski : « Une industrie nouvelle et ouverte, comme le marché de la marijuana, présente des opportunités significatives pour les femmes, souligne la cofondatrice et rédactrice en chef du journal *Cannabis Business Times*. Beaucoup de femmes deviennent propriétaires, CEO ou cadres supérieurs ; en l'absence de hiérarchie patriarcale implantée, il n'existe pas de réels plafonds de verre. »

Les cas emblématiques sont nombreux. Rosie Yagiolo, par exemple, a fondé HempStaff, l'un des principaux producteurs de cannabis thérapeutique aux États-Unis. Et, selon une étude publiée en octobre 2017 par New Frontier Data, 30% des entreprises actives sur ce marché aux États-Unis sont possédées par des femmes. « Notre rapport prouve que cette industrie a brisé les barrières du genre », se félicite Giadha Aguirre

de Carcer, CEO de New Frontier Data, dans un communiqué.

Mais la réalité semble moins verte et plus nuancée. Selon une autre étude, réalisée par le *Marijuana Business Daily*, la part des femmes possédant un poste dans l'exécutif des entreprises du cannabis a chuté de 9% entre 2015 et 2017. Cela tend à indiquer que, plus ce business se professionnalise, plus les femmes sortent des organigrammes. « Je crois que toujours plus d'investisseurs fortunés vont s'intéresser au business du cannabis. Dans la mesure où ces investisseurs sont des hommes, les postes de pouvoir seront de plus en plus occupés par des hommes », regrette Noelle Skodzinski.

Au Canada, où l'herbe thérapeutique est légale depuis 2001, ce retournement a déjà eu lieu. En effet, selon les données compilées en mars 2018 par *Le Journal de Montréal*, au moins 77 Canadiens sont devenus millionnaires grâce au business du cannabis. Et parmi eux, seulement trois femmes... Hélas, il se pourrait bien que Nancy Botwin reste une exception. ▲

Showtime



LE CANNABIS RESTE UNE DROGUE

En raison de ses effets sur la mémoire, la concentration et la motivation, la consommation de marijuana est surtout délétère pour les jeunes.

PAR BERTRAND BEAUTÉ

« Comme médecin, j'ai trop souvent été confrontée aux problèmes engendrés par la vente de drogues sur le marché noir pour être contre une régulation du marché du cannabis. » Étonnamment, comme de nombreux spécialistes de la santé, Barbara Broers, médecin responsable de l'unité des dépendances aux Hôpitaux universitaires de Genève, voit plutôt d'un bon œil l'émergence d'un marché légal : « L'interdiction n'a jamais empêché la consommation et elle engendre un trafic violent », explique la docteure.

Mais quelles seront les conséquences sur le plan sanitaire d'une régulation ? « L'alcool et le tabac tuent beaucoup plus que la marijuana, poursuit Barbara Broers. Le principal problème vient du fait que les gens la consomment sous forme de joint, c'est-à-dire en la fumant, ce qui provoque les mêmes maladies que le tabac, notamment des cancers et des pathologies pulmonaires. » Un avis partagé par Giovanni Marsicano, spécialiste des cannabinoïdes : « Je suis pour une autorisation du cannabis, parce que cela va diminuer la criminalité. Mais il faut une loi très stricte avec une interdiction absolue pour les jeunes et les conduc-

teurs, car le cannabis reste une drogue avec son cortège d'effets délétères. »

Dans les heures qui suivent la prise de cannabis, l'attention, le temps de réaction et la mémoire se trouvent altérés. Des effets particulièrement problématiques chez les jeunes. Une étude publiée en mai 2017 dans *International Journal of Epidemiology*, a ainsi montré que la consommation journalière de marijuana avait des conséquences catastrophiques sur la réussite scolaire. Les résultats montrent que fumer des joints avant l'âge de 17 ans augmente de 60% la probabilité de ne pas poursuivre d'études supérieures, par rapport aux non-fumeurs. « C'est probablement lié aux effets du cannabis sur la concentration, la mémoire, la motivation des jeunes », estiment les auteurs.

De manière surprenante, la consommation chez les adolescents a baissé aux États-Unis de 12% suite à la légalisation du cannabis dans plusieurs États, selon une étude fédérale. Cette chute serait due à la baisse du marché noir. En effet, l'ouverture de magasins légaux réservés aux adultes a diminué le trafic rendant l'accès à cette drogue plus difficile pour les jeunes.

Chez les adultes, en revanche, les études n'ont pas démontré formellement d'effets négatifs, en dehors des accidents de voiture et d'un risque de cancer accru. « Il faut légaliser le cannabis, mais en évitant les erreurs que nous avons commises avec l'alcool et le tabac. En d'autres termes, le marché ne doit pas être totalement dérégulé. Il faut des limites d'âge, une absence de publicité et des ventes très contrôlées, souligne Barbara Broers. Au Colorado, par exemple, les autorités ont été trop loin. La législation canadienne me semble plus prometteuse, même si je pense que le bon modèle reste à inventer. »

Hélas, il n'est pas sûr que la santé l'emporte sur le business : « Parce que les investisseurs prennent des risques et qu'il y a beaucoup d'argent qui circule autour de l'industrie légale du cannabis, tout un lobbying est en train de se mettre en place, afin que les législations soient les plus permissives possibles, souligne Christian Ben Lakhdar, auteur du livre *De l'intérêt de sortir le cannabis des réseaux criminels*. De fait, il n'est pas impossible que demain un modèle purement commercial se mette en place. » ▲



DE L'HERBE À TOUTES LES SAUCES

Des cosmétiques à l'industrie alimentaire, de nombreux secteurs vont être bouleversés par la légalisation de la marijuana.

PAR BERTRAND BEAUTÉ



Verra-t-on bientôt des Corona à la marijuana dans les rayons des supermarchés ? Constellation Brands, le distributeur de la célèbre marque de bière, y pense sérieusement. En octobre dernier, l'entreprise américaine a annoncé l'acquisition de 9,9% du capital de Canopy Growth, leader de la production de chanvre au Canada, pour 191 millions de dollars. Objectif : « Collaborer à la mise au point et à la commercialisation de boissons à base de cannabis », selon les mots de Bruce Linton, le CEO de Canopy.

C'est que la légalisation dans plusieurs pays de la vente de cannabis à des fins récréatives (voir l'infographie en p. 34) ouvre la voie au développement de nombreux produits dérivés. « Je pense que plusieurs secteurs vont être bouleversés, prédit Christian Ben Lakhdar, professeur d'économie à l'Université Lille 2. En effet, dans les États américains où il est déjà devenu légal, le cannabis n'est pas commercialisé uniquement sous forme de fleurs séchées. Il intègre aussi des

produits transformés. Nous voyons apparaître dans ces États des boissons à base de marijuana, mais aussi des aliments, des crèmes et bien d'autres choses. »

« Plus les pays autorisant la marijuana seront nombreux, plus les multinationales vont s'intéresser à ce business »

Christian Ben Lakhdar, professeur d'économie à l'Université Lille 2

Il suffit de se rendre au Colorado, premier État américain à avoir autorisé l'usage récréatif du cannabis en 2014, pour constater la créativité de cette industrie naissante. Dans les rayons des magasins, à côté des classiques petits sachets d'herbe verte, s'alignent des rangées de produits dérivés : bonbons au cannabis, mais aussi boissons, biscuits, chocolats, baumes, somnifères, pilules antidouleur... »

Loin de se limiter à la vente d'herbe pure, les coffee-shops proposent déjà de nombreux produits dérivés à base de cannabis.

Jusqu'ici, le développement de ces marchandises est plutôt le fait de petites entreprises locales, telle la marque Dixie par exemple, qui commercialise des élixirs, limonades et autres confiseries dans les États du Colorado et du Nevada. Mais la légalisation du cannabis récréatif au Canada va changer la donne, comme le montre le rapprochement entre Canopy et Constellation. « Plus les pays autorisant la marijuana seront nombreux, plus des multinationales vont s'intéresser à ce business », résume Christian Ben Lakhdar.

« La marijuana va devenir un ingrédient courant, qui sera présenté comme un super-aliment healthy »

Sylvain Charlebois, doyen de la Faculté en management à l'Université Dalhousie à Halifax

C'est que le marché promet d'être gigantesque. Selon une étude du cabinet Deloitte, publiée en octobre 2016, les produits dérivés de la marijuana pourraient représenter au Canada un marché annuel de 14 milliards de dollars canadiens, soit près de deux fois plus que les ventes de cannabis à l'état pur estimées à 8 milliards. Après l'industrie du tabac, le premier secteur concerné sera sans doute celui des boissons alcoolisées, dont les acteurs connaissent bien les contraintes liées à la commercialisation d'une drogue. Interrogé sur le sujet en février 2018, Alexandre Ricard ne s'est d'ailleurs pas caché derrière des faux-semblants : « Nous regardons ça de près, a expliqué le PDG du groupe Pernod Ricard, sur Bloomberg TV. Tout le secteur regarde ça de près. »

Ce marché prometteur fait également saliver l'industrie agroalimentaire. « Toutes les entreprises que je rencontre sont très intéressées par le développement d'aliments à

base de cannabis, rapporte Sylvain Charlebois, doyen de la Faculté en management et professeur en distribution et politiques agroalimentaires à l'Université Dalhousie à Halifax. Il est tout à fait possible que 5% à 7% des produits alimentaires vendus au Canada d'ici à dix ans contiennent du cannabis, incluant le prêt-à-manger. La marijuana va devenir un ingrédient

courant, qui sera présenté comme un super-aliment healthy. »

Mais s'il n'est pas contrôlé, ce développement risque d'entraîner des problèmes sanitaires. Selon une étude publiée en juillet 2017 dans la revue *JAMA Pediatrics*, le nombre d'enfants admis à l'hôpital après avoir ingéré accidentellement du cannabis a



Une bière aromatisée au chanvre. L'industrie des boissons alcoolisées s'intéresse de très près à ce marché.

BSIP / NEWS.COM



WHOOP! & MAYA

L'actrice Whoopi Goldberg a lancé sa gamme de produits cosmétiques à base de cannabis.

bondit de 150% au Colorado depuis 2014, année de sa légalisation pour usage récréatif. Les auteurs précisent que, dans les cas les plus graves, les bambins ont dû être intubés en raison d'une détresse respiratoire.

« Au Colorado, les *gummy bears* au cannabis (des bonbons en gélatine en forme d'ourson) sont vite devenus l'un des produits les plus populaires, ce qui a entraîné des accidents avec les enfants, confirme Sylvain Charlebois. Mais depuis, le Colorado a durci les règles en interdisant les bonbons en forme de personnages et en forçant les producteurs à adopter un emballage spécifique et sécurisé, empêchant son utilisation par les enfants. »

Fort de l'exemple du Colorado, le Canada a décidé qu'il était urgent... d'attendre. Les produits comestibles à base de marijuana ne seront autorisés au niveau fédéral qu'un an après la légalisation du cannabis séché, soit en juillet 2019. « Pour les investisseurs, la véritable question est : à quel moment placer ses billes ? glisse Christian Ben Lakhdar. Quand l'autorisation sera entrée en vigueur ou avant ? Le risque d'une anticipation est que la loi soit finalement plus restrictive que prévu au Canada. Mais aussi que la tendance mondiale vers une légalisation du cannabis dans des États toujours plus nombreux s'arrête. » Constellation Brands et

Canopy Growth ont déjà annoncé que la vente de leurs boissons à base de cannabis sera limitée aux marchés où elles sont autorisées au niveau fédéral : cela exclut de fait les États-Unis et repousse à juillet 2019 une commercialisation éventuelle au Canada.

Mais c'est une certitude, ces boissons arriveront dans les magasins canadiens, selon Sylvain Charlebois, car l'autorisation est devenue « inévitable » : « Beaucoup de gens achètent de l'herbe sous forme séchée, avec laquelle ils confectionnent déjà eux-mêmes des aliments. Le problème c'est qu'il existe une ignorance sur la façon de cuisiner la marijuana, qui va conduire à des intoxications. Mieux

vaut donc des produits industriels, bien dosés et bien étiquetés. »

Dans le domaine des cosmétiques, les dangers semblent plus mesurés. En raison de ses effets supposés antioxydants, anti-inflammatoires et antidouleur, de nombreux spécialistes estiment que le cannabis sera le prochain ingrédient phare des produits de beauté et fitness. L'actrice Whoopi Goldberg en est persuadée. Elle a lancé sa propre gamme de soins nommée Whoopi and Maya qui propose des pommades et des soins infusés à base de cannabis. Elle a rejoint sur ce marché florissant des marques comme Crave Skincare ou Cannabis Cosmetics.

« La légalisation du cannabis va toucher de nombreux secteurs. C'est pourquoi les producteurs canadiens de cannabis seront à terme rachetés par des multinationales du tabac, de l'alcool ou de la pharma », estime Noel Atkinson, analyste chez Clarus Securities. La réputation sulfureuse de la Weed pourrait néanmoins freiner certains acteurs. « Toutes les entreprises ne se lanceront pas, poursuit Sylvain Charlebois, car il peut s'avérer désastreux d'être associé à un cas d'intoxication. Par ailleurs, beaucoup de consommateurs restent mal à l'aise vis-à-vis du cannabis. Chaque entreprise aura sa propre approche, en fonction de son image de marque. »



En Californie, les clients ont le choix parmi les nombreux produits à base de marijuana.

BSIP / NEWS.COM

BIOCAN, LE POIDS LOURD HELVÉTIQUE

En Suisse, la légalisation du cannabis à moins de 1% de THC génère un business florissant. Le nombre de producteurs a explosé. Le plus gros vendeur nous a ouvert ses portes entre Zurich et Schaffhouse.

PAR MARTINE BROCARD

Trois femmes s'affairent sur de petites balances dans une chambre de bonne, à l'étage d'une ferme traditionnelle zurichoise. Du bout de leurs doigts noircis par le pollen, elles pèsent des fleurs de cannabis séchées dans des bols en plastique pour obtenir des combinaisons de 10 grammes. Dans la pièce voisine, d'où s'échappe l'odeur douceuse caractéristique de la plante, elles sont près de 10 à effectuer la même tâche. Une exploitation clandestine ? Pas du tout, il s'agit des locaux d'emballage de BioCan, le leader du cannabis légal en Suisse.

Si les infrastructures d'emballage du produit sont artisanales, et que l'introduction en Bourse de la PME n'est pas pour demain, le résultat n'a rien d'amateur. «Quinze personnes sont affectées à cette tâche et préparent environ 2'000 sachets par jour», indique le directeur Markus Walther, cigarette à la main dans la cuisine aménagée en salle de pause. Ces paquets bordeaux de 10 grammes, estampillés «C Pure», la marque

de BioCan, sont vendus entre 39 et 59 francs l'unité, dans les quelque 5'000 points de vente de la société, soit des magasins spécialisés, ainsi que les filiales du supermarché Denner.

Des surfaces équivalentes à 100 terrains de foot vont produire une vingtaine de tonnes de cannabis

Ces fleurs de cannabis à rouler soi-même et fumer, mélangées ou non à du tabac, constituent actuellement 90% du chiffre d'affaires. Le reste est constitué par la vente de compléments alimentaires comme des gélules chanvre-curcuma, de l'huile de chanvre, ou encore des broyeuses de cannabis.

DOUCE ET FRUITÉE

Bien que l'entreprise née à Ossingen (ZH) constitue le plus

gros acteur helvétique avec environ 20% de parts de marché, les chiffres n'intéressent pas particulièrement son fondateur. C'est seulement lorsqu'il dépose sur la table ces pépites d'un vert lumineux que ses yeux bleus se mettent à briller autant que la pierre qu'il porte à l'oreille. «Voici notre variété, la Fedtonic, dit-il fièrement. Elle est très fruitée et douce à fumer, les clients l'apprécient énormément.»

La Fedtonic – une contraction de «Fedora» et «Cannatonic», des variétés européenne et canadienne – a vu le jour dans les serres de Markus Walther, à deux pas de l'église de la commune de 1'600 habitants. «Nous avons fait des croisements en fonction du goût, du rendement, des valeurs de THC et de CBD (lire l'encadré en p. 61) et de l'adaptation au climat suisse», poursuit cet entrepreneur qui a fondé une société de coursiers à vélos à Winterthour avant d'acheter le domaine d'Ossingen en 1995 pour y cultiver le cannabis. >

Dans un entrepôt situé à Bassersdorf (ZH), BioCan cultive des plants de cannabis sous des lampes UV.

Dario Tobler, CEO de BioCan, examine de jeunes pousses de cannabis.



CANNABIS EN SUISSE : LES GRANDS JALONS

1951

Interdiction du cannabis en Suisse.

1995

Autorisation de la culture du cannabis, pour autant que les cultivateurs n'aient pas l'intention de produire de la drogue. C'est la grande époque des «cousins aromatiques» remplis de chanvre, officiellement pas destinés à la consommation mais qui, dans les faits, terminent en fumée.

2000

Le Tribunal fédéral fixe à 0,3% la teneur maximale en THC des produits à base de cannabis. Disparition des grandes cultures de chanvre.

2008

Le peuple rejette en votation une initiative populaire pour la dépénalisation du cannabis.

2011

Le Conseil fédéral décide que les produits du cannabis dont le taux de THC est inférieur à 1% ne tombent plus sous le coup de la Loi fédérale sur les stupéfiants.

2016

L'Office fédéral de la santé publique reconnaît que le substitut de tabac au CBD produit par Biocan constitue du tabac coupé, selon l'ordonnance sur le tabac, et peut donc être vendu aux mêmes conditions que le tabac. Cette première suscite une ruée sur l'or vert en Suisse.

2018

560 producteurs de cannabis légal sont enregistrés auprès de l'Administration fédérale des douanes.

CANNABIS

SWISSQUOTE MAI 2018

«Please close the door/Bitte Türe schliessen», indique une pancarte à l'entrée de la serre. Il ne faut pas que les plantes mères devinent la météo sibérienne de la fin février. Lumière vive provenant de lampes, légère brise générée par de nombreux ventilateurs, et chauffage à environ 20 degrés, «elles doivent se sentir comme au printemps», insiste, papa poule, Markus Walther. Quelque 50'000 plants sont cultivés actuellement. Leur partie supérieure est prélevée une ou deux fois par semaine puis bouturée. Avant de découvrir la pleine terre, ces végétaux patientent sur des chariots, leurs racines naissantes dans un cube de terre. «Trois plateaux de 77 boutures sur chacun des cinq étages du chariot, combien y a-t-il de plantes en tout ? » fait calculer Markus à l'aîné de ses garçons qui courate dans les serres.

PRESSION SUR LES PRIX

Les boutures d'Ossingen se retrouveront plus tard dans des champs zurichois, bernois, lucernois, glaronnais, schaffhouseois ou encore tessinois. «La production a quintuplé chaque année depuis notre lancement», se réjouit Markus Walther. De 2 hectares en 2016, elle est montée à 16 l'an passé, et atteindra 70 hectares de champ et 4,5 hectares de serres cette année. Ces surfaces équivalentes à 100 terrains de foot vont produire une vingtaine de tonnes de cannabis.

Mais les fleurs ne seront plus mises en sachet par les petites mains d'Ossingen. Une machine spécialement conçue s'en chargera dans les locaux d'une ancienne imprimerie de Thayngen (SH), où Biocan conditionne ses récoltes depuis avril 2017. «Nous voulons mécaniser nos processus afin de diminuer les coûts de personnel, annonce le chef des finances, Hans Peter Kunz. Pour survivre ces prochaines années, il faudra concilier quantité, qualité et bas coûts de production.» En effet, le marché helvétique du cannabis

connaît une forte saturation en raison de sa récente explosion, puisqu'il est passé de cinq producteurs enregistrés en janvier 2017 par l'Administration fédérale des douanes, à 560 (!) en mars 2018. Mais la situation n'inquiète pas le moins du monde l'ancien de la division banque privée d'UBS. «Les prix ont baissé et vont continuer à chuter, mais c'est dans notre intérêt, car nous sommes les plus gros, confie cet homme volubile, au volant direction Schaffhouse. Cette année, nous allons récolter une telle quantité que nous pourrons faire pression sur les prix. Les petits vont avoir de la peine à tenir le coup.»

« Le personnel est super motivé, nous nous sentons au début d'une nouvelle ère après des années de prohibition »

Gerhard Reitberger, employé de Biocan

HALLE SOUS ALARME

Si une rotative trahit encore l'affectation d'origine du bâtiment dans la zone industrielle de Thayngen, l'odeur de chanvre ne laisse aucun doute sur sa vocation actuelle. Et encore, il s'agit de la basse saison. Les quelque 3'500 mètres carrés à disposition sont plutôt vides. Dans un coin, des filets grillagés qui ressemblent à des lits de camp à deux places serviront au séchage de la prochaine récolte. Les équipes de Biocan en ont construit pas moins de 2'000. Ici et là, des ventilateurs attendent eux aussi de faire circuler l'air pendant le conditionnement, tout comme les moulins à chanvre en forme de cloche, qui servent à séparer les feuilles des fleurs. Ces dernières sont encore passées au crible manuellement, car seules les plus belles finissent en sachet : «les consommateurs sont très

CANNABIS LÉGAL ET CBD

En Suisse, le cannabis doit contenir moins de 1% de THC – ou tétrahydrocannabinol, la substance psychoactive contenue dans le chanvre – pour être légal. Le taux de CBD – ou cannabidiol, une substance non psychoactive également contenue dans le chanvre – n'est en revanche pas réglementé. Ce cannabinoïde suscite actuellement beaucoup d'intérêt pour ses vertus possiblement antioxydantes, anti-inflammatoires, ou encore anxiolytiques.

exigeants», pointe Hans Peter Kunz. Un quart d'entre elles partent donc au rebut et servent notamment pour l'extraction de CBD. Celles aux proportions et aux couleurs harmonieuses s'en vont au «bunker» où elles sont stockées dans d'épais sacs plastiques de 5 kg.

L'automne dernier, cette halle à l'odeur de cannabis particulièrement intense a hébergé pas moins de 5 tonnes, l'équivalent d'au moins 20 millions de francs. Elle se trouve bien sûr sous alarme, comme une bonne partie du bâtiment. Quant aux champs, ils font l'objet de surveillance pendant les 2-3 semaines précédant la récolte. «Il y a toujours quelques petits vols, on n'y échappe pas», sourit le chef des finances. Ce sexagénaire en jeans et blouson de cuir a vite compris que sa nouvelle industrie ne fonctionnait pas de manière aussi rigide que le milieu

CANNABIS

SWISSQUOTE MAI 2018

bancaire. «Gérer cette entreprise comporte de sacrés défis, rigole-t-il. L'équipe n'aime pas du tout l'administratif. J'essaie de leur expliquer qu'il faut faire des rapports, des PV, mais ça les fait rire... Résultat j'ai dépassé les 300 heures supplémentaires l'an passé ! »

LA PHARMA EN LIGNE DE MIRE

La société compte 25 employés fixes, 60 temporaires et quelques extras durant la récolte. «Plusieurs personnes en situation professionnelle difficile ont trouvé du travail chez nous, souligne Hans Peter Kunz. Nous n'exigeons pas de longs curriculums.» Brasseur de formation, Gerhard Reitberger a quitté sa Bavière natale pour travailler dans la culture du chanvre, «plus lucrative que la bière.» Chez Biocan depuis un an, il décrit une atmosphère très stimulante. «Le personnel est super motivé, nous nous sentons au début d'une nouvelle ère après des années de prohibition.» Pieds nus dans ses Crocs, il présente les machines destinées à rouler et emballer les cigarettes au chanvre, un nouveau projet dont il est responsable. «On met le tabac ici, et la cigarette ressort là.» Et le cannabis ? «Secret industriel», répond-il.

Les cigarettes au chanvre sont considérées comme un complément à l'offre de base plutôt que comme un champ entièrement nouveau. En revanche, Biocan mise énormément sur le cannabis comme produit thérapeutique. Bien qu'il demande un surcroît de travail, car les fleurs doivent être plus propres, ce cannabis comporte de sérieux avantages puisque son prix de vente est plus élevé et qu'il est exempt de l'impôt sur le tabac. «Ce marché vient d'être légalisé en Allemagne et le sera peut-être bientôt en Suisse, espère Hans Peter Kunz. Nous imaginons approvisionner le marché suisse et européen, ce qui pourrait constituer 50% de notre chiffre d'affaires.» De Thayngen à Ossingen, l'odeur de cannabis n'est pas près de se dissiper. ▲

CHRISTIAN BEUTLER / KEYSTONE



LE CERTIFICAT DU CANNABIS

Le « Swissquote Cannabis Portfolio » regroupe les firmes les plus performantes du secteur.

[SWISSQUOTE.COM/CANNABIS](https://www.swissquote.com/cannabis)

Quelles entreprises sont les mieux placées sur le marché en plein essor du cannabis? Les futurs gagnants se trouvent-ils plutôt parmi les producteurs, les distributeurs, les pharmas, les services financiers?

Le certificat « Swissquote Cannabis Portfolio », élaboré par Swissquote et échangé sur la Bourse suisse (SIX), constitue un moyen efficace de résoudre cette équation, sans qu'il soit nécessaire d'être soi-même un expert du sujet. Ce portefeuille diversifié se compose en effet d'acteurs majeurs de l'industrie du cannabis, tous cotés en Bourse, qui offrent aux investisseurs le potentiel de générer des rendements élevés.

Le certificat est géré par un algorithme, à l'image de notre certificat mutli-cryptomonnaies (lire en p. 64). Il utilise un filtre à la fois quantitatif et qualitatif pour traquer les sociétés les plus prometteuses – l'un des critères de sélection étant que la majorité du revenu de ces firmes provienne du commerce du cannabis.

Compte tenu de la volatilité de l'industrie du cannabis, encore en pleine éclosion, le portefeuille est réalloué automatiquement sur une base trimestrielle. Une manière pour l'investisseur de limiter les risques tout en récoltant les fruits de ce marché très prometteur. ▲

ISIN: CH0372704327 SYMBOLE: WEEDTO

LE PROFIL DES FIRMES SÉLECTIONNÉES

- Capitalisation boursière minimale de \$50 millions.
- Volume de négociation quotidien de \$500'000.
- Prix de l'action d'au moins 10 cents.

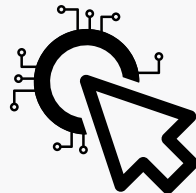
LES + DU « SWISSQUOTE CANNABIS PORTFOLIO »

- Large diversification
- Gestion professionnelle et active
- Transparence
- Coût relativement faible
- Liquidité journalière



HOW LONG IS FOREVER?

HYT
#HYTWATCHES



UN PORTEFEUILLE DE CRYPTOMONNAIES CRÉÉ EN UN CLIC

Investir aisément et sans connaissances préalables dans le Bitcoin, l'Ethereum ou le Litecoin, le tout en minimisant le risque et en contrôlant la volatilité ? C'est ce que propose un nouveau produit élaboré par Swissquote.

SWISSQUOTE.COM/CRYPTOS

Nombreux sont les investisseurs attirés par l'univers des cryptomonnaies, mais sans avoir forcément le temps ou le désir de s'y aventurer par eux-mêmes. Pour eux, Swissquote a mis en place un certificat multi-cryptomonnaies à gestion active. Les explications d'Arnaud Masset, Market Analyst au département trading.

En quoi consiste le certificat multi-cryptomonnaies à gestion active de Swissquote ?

Il s'agit d'un produit financier qui se compose de quatre cryptomonnaies : Bitcoin, Bitcoin cash, Ethereum et Litecoin. Un algorithme développé par nos équipes gère ce portefeuille de manière automatique en assurant une diversification optimale des fonds investis, en fonction de l'évolution du marché. Une réallocation s'effectue une fois par semaine. L'objectif est de limiter le risque pour l'investisseur, notamment en diminuant la probabilité de subir de grosses pertes. L'algorithme se base sur des modèles statistiques et fait appel à des technologies de machine learning.

Comment peut-on investir dans ce certificat ?

Aussi facilement qu'en achetant une action d'une entreprise, en se rendant simplement sur notre portail de trading. Il n'est pas nécessaire d'ouvrir un nouveau compte dédié aux cryptomonnaies. Le certificat est coté en dollar, l'investissement s'effectue donc dans cette monnaie.

À qui s'adresse ce produit ?

À toutes les personnes qui souhaitent investir dans les cryptomonnaies mais qui n'ont pas le temps, l'envie ou les connaissances suffisantes pour suivre l'évolution de leur portefeuille au jour le jour et réallouer leurs fonds. Nos clients qui hésitaient jusqu'ici à franchir le pas devraient y trouver leur compte. C'est d'ailleurs le premier instrument financier coté qui permet d'avoir une exposition à plusieurs cryptomonnaies.

Pourquoi le Ripple ne figure-t-il pas parmi les monnaies retenues pour ce certificat ?

Nous souhaitons investir dans des

cryptomonnaies 100% décentralisées, ce qui n'est pas le cas du Ripple. À noter que nous avons également lancé, en novembre dernier, un certificat basé entièrement sur le Bitcoin, et qui est également disponible sur notre plateforme. Il s'agit là aussi d'un modèle de certificat à allocation dynamique. Selon l'état du marché, l'exposition au Bitcoin évolue entre 60% et 100% de la valeur en dollar du portefeuille, la part restante étant conservée en cash.

Quels gains espérer en investissant dans ce type de produit ?

Les profits peuvent être exceptionnellement élevés étant donné la volatilité du marché des cryptomonnaies. Mais comme la volatilité fonctionne dans les deux sens, des pertes sont aussi possibles. Le mérite de notre algorithme consiste à minimiser ces risques. ▲



ARNAUD MASSET
MARKET ANALYST,
DÉPARTEMENT TRADING

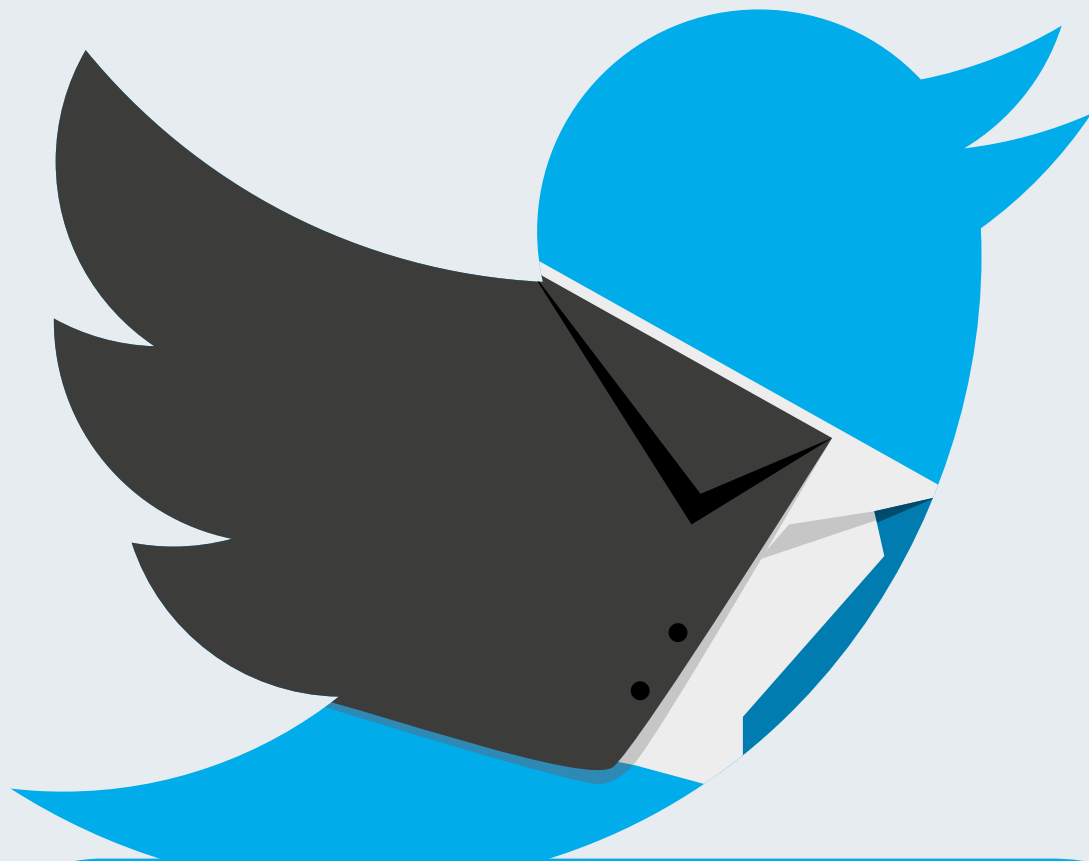
ISIN : CH0372704095 SYMBOLE : SQCRTO

GLENMORANGIE
SINGLE MALT SCOTCH WHISKY



Grand Vintage Malt 1989

Doté d'une robe brillante qui a su garder son éclat malgré les 27 années passées en fûts, Glenmorangie Grand Vintage Malt 1989 est le deuxième whisky de notre collection exclusive « Bond House No. 1 ».



Twitter, l'ami des traders

Un message sur le réseau social peut faire plonger ou bondir une action en un temps record. Une angoisse pour Wall Street, qui peut se transformer en aubaine pour les investisseurs.

PAR SOPHIE GAITZSCH

Investir en Bourse en scrutant les messages diffusés sur Twitter ? L'idée peut paraître saugrenue, mais elle est prise très au sérieux par les acteurs boursiers. Pour certains, Twitter, et ses 330 millions d'utilisateurs, est même devenu le nouveau paradis des recommandations. « Les réseaux sociaux possèdent une énorme influence sur les marchés, car ils démultiplient la quantité d'informations accessibles au public, explique Tobias Schlager, professeur à HEC Lausanne. Et le pouvoir de Twitter est particulièrement marqué, car il repose davantage que Facebook sur la publication d'informations officielles et fiables. »

Plusieurs études semblent étayer ce paradigme. Des chercheurs de l'Université de Californie Riverside, par exemple, ont analysé le comportement de 150 entreprises choisies au hasard dans l'indice américain S&P500. Leurs résultats montrent une corrélation entre le nombre de tweets relatifs à une société et son cours de Bourse. Concrètement, plus les messages portant sur une entreprise, sur ses dirigeants ou ses produits sont nombreux et positifs, plus son titre monte. Les chercheurs ont ensuite développé un modèle mathématique qu'ils ont utilisé sur un portefeuille fictif. Ce dernier a dépassé de 11% les autres stratégies basées sur l'analyse financière traditionnelle.

Conséquence : les fils Twitter des entreprises, des institutions financières et des agences de notations sont désormais intensément scrutés. Mais ils ne sont pas les seuls à avoir de l'influence. Analystes, blogueurs, personnalités politiques et célébrités peuvent également faire grimper ou chuter le cours d'un titre, parfois avec une simple opinion personnelle. « L'autorité ou l'influence de l'émetteur du message compte souvent davantage que la pertinence du contenu », souligne Tobias Schlager.

Max Braun, ingénieur chez Google, a développé un « bot », répondant automatiquement aux messages de Donald Trump

Le cas le plus emblématique est sans conteste le compte officiel de Donald Trump (lire en p. 68). En janvier 2017, le président américain écrit sur le réseau : « Notre industrie pharmaceutique est un désastre. » Dans les minutes qui suivent, les valeurs du secteur (Johnson & Johnson, Merck, Eli Lilly et Pfizer) subissent un violent décrochage avant de retrouver leur cours normal dans les heures ou les jours suivants.

De telles critiques font trembler les entreprises, mais leurs effets sont-ils durables ? Il semblerait que non. Le *Wall Street Journal* a examiné 12 compagnies ciblées par Donald Trump entre février 2016 et février 2017 et conclut que les dévaluations abruptes sont dans la plupart des cas suivies d'un rebond.

Fort de ce constat, Max Braun, ingénieur chez Google, a développé un « bot », un programme informatique, répondant automatiquement aux messages de Donald Trump. Si les tweets du président sont positifs pour une entreprise, le bot passe un ordre d'achat pour jouer la hausse. S'ils sont négatifs, il vend à découvert – un mécanisme financier qui permet de gagner de l'argent sur un titre en baisse. Avec une mise de départ fictive de 100'000 dollars le 6 décembre 2016, le bot de Max Braun s'est retrouvé, 20 tweets plus tard, avec 107'000 dollars en poche le 30 janvier 2017.

Facile ? Hélas non, car un tweet favorable du président américain peut dans certains cas s'avérer catastrophique pour l'entreprise en question, comme l'a découvert à ses dépens la marque de vêtements non cotée L.L.Bean. Du jour au lendemain, des consommateurs ont promis de boycotter la marque en raison de 140 caractères écrits par Trump...



Donald J. Trump

@realDonaldTrump

Tweets
37,3 KAbonnés
50,2 M

UN PYROMANE À LA MAISON-BLANCHE

Les tweets du président américain, qui n'hésite pas à s'en prendre directement aux entreprises, ont parfois des effets ravageurs.

« Amazon doit payer les vrais coûts – et ses impôts – maintenant ! » Début avril, Donald Trump s'en est une nouvelle fois pris à Amazon via son compte @realDonaldTrump, qui totalise près de 50 millions d'abonnés. Suite à ce tweet, l'action du géant du commerce en ligne a perdu plus de 24 milliards de dollars de capitalisation en deux jours avant de se ressaisir.

Cet épisode est loin d'être isolé : plusieurs compagnies ont fait les frais des attaques de Donald Trump depuis son

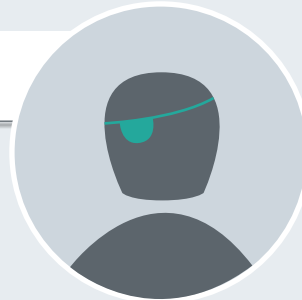
élection. En janvier 2017, Toyota perdait 1,2 milliard de dollars en quelques minutes après un tweet dans lequel le président sanctionnait d'un « NO WAY ! » un projet d'usine au Mexique pour des véhicules destinés au marché américain. En décembre 2016, Donald Trump s'en prenait à l'entreprise de défense Lockheed Martin, l'accusant de coûter trop cher au gouvernement américain. Résultat, l'action du groupe dégringolait de 5,4%. Boeing ou encore Apple ont aussi été la cible de tweets présidentiels.

LES FAUX TWEETS DE JAMES ALAN CRAIG

Quand le pouvoir de Twitter ouvre la porte à la manipulation.

Rumeurs infondées et contre-vérités sont également légion sur les réseaux sociaux. En janvier 2013, le trader écossais James Alan Craig fait chuter les cours des entreprises américaines Audience et Sarepta Therapeutics de respectivement 28% et 16% en indiquant sur des faux comptes Twitter qu'elles font l'objet d'une enquête judiciaire. Il achète ensuite les actions dévaluées dans l'espoir de les revendre à meilleur prix par la suite. Las, l'auto-

rité de contrôle de la bourse américaine (SEC) débusque l'escroquerie. James Alan Craig est arrêté en Écosse et le FBI lance une procédure d'extradition en juin 2017. Aux États-Unis, il risque une peine de prison de 25 ans et une amende de 250'000 dollars. Si les titres d'Audience et de Sarepta Therapeutics ont depuis repris leur cours normal, l'escroquerie a tout de même coûté 1,6 million de dollars aux deux entreprises, selon l'US Department of Justice.



James Alan Craig

Compte supprimé



Carl Icahn

@Carl_Icahn

Tweets
341Abonnés
350 K

CARL ICAHN PROPULSE APPLE

Deux tweets du financier valent 17 milliards de dollars.

Carl Icahn est plutôt rare sur Twitter, où il compte un peu moins de 350'000 followers. Mais un message bien senti de l'homme d'affaires et investisseur américain peut avoir d'impressionnantes répercussions. En août 2013, il annonce sur le réseau social avoir pris une importante partici-

pation dans Apple, en précisant : « Nous croyons que la compagnie est largement sous-évaluée. » Quelques minutes plus tard, il évoque dans un second message une « agréable conversation » avec Tim Cook, le CEO d'Apple. L'action progresse de 4%, un gain de 17 milliards de dollars pour l'entreprise.



Kylie Jenner

@KylieJenner

Tweets
12,5 KAbonnés
25 M

LA STARLETTE ET LA START-UP

Kylie Jenner critique Snapchat et fait chuter l'action de 8%.

Vedette de la télé-réalité et des médias sociaux, mannequin, femme d'affaires : Kylie Jenner, 20 ans et demi-sœur de Kim Kardashian, a confirmé mi-février son immense influence. Sur son compte Twitter aux 25 millions d'abonnés, la jeune femme indique qu'elle a cessé d'utiliser Snapchat, l'application de partage de vidéos éphémères. Dans la foulée, l'action de la maison mère Snap s'effondre de 8%. Elle terminera finalement la séance à la Bourse de New York sur une baisse de 6%, soit une perte

de valeur d'1,3 milliard de dollars. La raison du désamour de la star aux plus de 100 millions de followers sur Instagram ? Le design de Snapchat a été modifié, un changement mal accueilli par de nombreux utilisateurs.

Les analystes relativisent toutefois l'impact du tweet de Kylie Jenner et soulignent l'extrême volatilité du titre : début février, suite à des résultats dépassant légèrement les attentes, l'action avait gagné près de 50%.

BERNIE, HILLARY ET LES PHARMAS

Les entreprises de médicaments font les frais des attaques démocrates.

Fin 2016, l'ancien candidat à l'investiture démocrate Bernie Sanders fustige dans un tweet la « cupidité » des pharmas et pointe du doigt l'entreprise Ariad, dont le traitement contre la leucémie coûte 199'000 dollars par an. L'action du groupe américain chute de 15%. Quelques mois plus tôt, un message

similaire d'Hillary Clinton avait fait plonger l'action du laboratoire américain Mylan de 5%. En 2015, la candidate à la présidentielle avait déjà provoqué d'importants remous sur les actions biotech en promettant via Twitter de dévoiler un plan contre les prix « scandaleux » des médicaments spécialisés.



Hillary Clinton

@HillaryClinton

Tweets
10,1 KAbonnés
22,1 M

LE POUVOIR D'OPRAH WINFREY

Quand l'animatrice et productrice tweete sur ses kilos perdus, Weight Watchers s'envole.



Oprah Winfrey

@Oprah

Tweets
12,4 KAbonnés
42,1 M

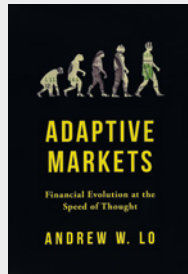
En janvier 2016, la star de la télévision Oprah Winfrey annonce sur son fil Twitter qu'elle a perdu 12 kilos grâce au programme d'amaigrissement Weight Watchers, tout en continuant à manger du pain. Dans la foulée, l'action du groupe américain bondit de 20%. Un an plus tard, même scénario : elle évoque 18 kilos en moins, le titre prend 20%.

Plus globalement, depuis que la très populaire animatrice vante ses mérites, Weight Watchers connaît une impressionnante renaissance en Bourse. Entre février 2016 et février 2018, la valeur

de l'action a été multipliée par six. Un des premiers investisseurs à profiter de cette envolée n'est autre que... Oprah Winfrey elle-même. En juin 2015, elle a acquis 10% du capital de l'entreprise, un investissement de 43 millions de dollars qui en valait 300 millions en novembre 2017.

Dans un registre similaire, en 2013, un tweet d'Oprah Winfrey avait fait décoller l'action de Seb. Elle y encensait la friteuse sans huile Actifry du groupe français d'électroménager, soulignant qu'elle avait « changé sa vie ».

À LIRE, À TÉLÉCHARGER



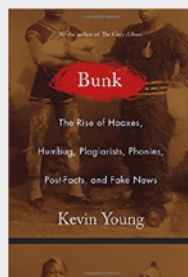
Dès 55.-

ADAPTIVE MARKETS FINANCIAL EVOLUTION AT THE SPEED OF THOUGHT

Par Andrew W. Lo

(Princeton University Press, 2017)

Les marchés sont-ils rationnels ou dictés par l'irrationalité de leurs acteurs ? S'il ne prétend pas clore cet éternel débat, le livre du professeur américain Andrew W. Lo propose un nouvel angle d'approche, celui des adaptive markets. Selon cette théorie, loin de s'opposer, la raison et l'émotion cohabitent dans les comportements spéculatifs. Passant en revue l'histoire du système financier moderne, l'auteur applique des connaissances récentes issues de la neurobiologie, de la psychologie et de l'écologie aux comportements des marchés pour tenter d'en tirer des enseignements concrets.



Dès 40.-

BUNK THE RISE OF HOAXES, HUMBUG, PLAGIARISTS, PHONIES, POST-FACTS, AND FAKE NEWS

Par Kevin Young

(Graywolf Press, 2017)

Si le terme est nouveau, le phénomène des *fake news* est vieux comme le monde. Dans *BUNK*, le poète et critique américain Kevin Young se penche sur le rôle des canulars dans l'histoire des États-Unis. Un récit passionnant, où l'on découvre des histoires à dormir debout, comme celle de Joice Heth, une esclave noire exhibée dans tout le pays dans les années 1830 et qui affirmait qu'elle avait été la nounou de George Washington cent ans auparavant ! Ce livre pose également la question de la responsabilité du public, qui avale et répand les bobards, puis les oublie. Une amnésie collective dénoncée par l'auteur, pour qui ce manque d'introspection facilite le phénomène des *fake news*.

Gratuit
App Store,
Google Play

VIVINO

LE VIN EN UN CLIC

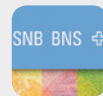
Sorte de Shazam du vin, Vivino est une base de données qui permet, d'un simple scan d'étiquette, d'accéder à une foule d'informations sur à peu près n'importe quelle bouteille de vin : millésime, producteur, cépage, prix. Les recherches peuvent être sauvegardées et consultées plus tard, tandis que l'explorateur de vins propose une sélection de millésimes en fonction de critères prédéfinis.

Gratuit
App Store,
Google Play

SNAPCALC

LES MATHS POUR LES NULS

SnapCalc est l'application qu'on aurait voulu avoir à l'école : dotée d'une impressionnante capacité de reconnaissance d'écriture, cette calculatrice améliorée résout des problèmes écrits à la main tout en décrivant la manière de procéder. Pratique et pédagogique tout à la fois !

Gratuit
App Store,
Google Play

SWISS BANKNOTES

VÉRIFIER L'AUTHENTICITÉ DES BILLETS

Proposée par la Banque nationale suisse, cette application de réalité augmentée permet de vérifier l'authenticité des nouveaux billets helvétiques. En positionnant la caméra du smartphone sur un billet, divers motifs en 3D apparaissent sur l'écran : des pissenlits soufflés par le vent pour le billet de 50 francs, des motifs horlogers pour celui de 10, ou encore des constellations pour la coupure de 20.

Gratuit
Google Play

HAVEN : KEEP WATCH

ESPIONNAGE

Haven transforme un smartphone en mouchard permettant de détecter et d'enregistrer tout changement dans son environnement immédiat à l'aide des capteurs dont ces appareils sont équipés. Tournant discrètement sur un smartphone posé sur la table de nuit d'un hôtel, cette application, qui en est encore au stade de bêta, permettra aux plus paranoïaques de vérifier si la femme de chambre est bien une agente de la CIA attendant la première occasion pour injecter un keylogger dans leur ordinateur portable.

#WEAREINPUGLIA



PUGLIA, FEELING AT HOME EMBRACED BY HISTORY

Credits: Courtesy of Polo Museale della Puglia. Special thanks to the Foggia - Gargano Vespa Club.



Travel across the land of
Frederick II Hohenstaufen
amazed by new adventures

CASTEL DEL MONTE - UNESCO WORLD HERITAGE SITE - ANDRIA



Unexpected Italy
WEAREINPUGLIA.IT
Fly to **BARI** and **BRINDISI**

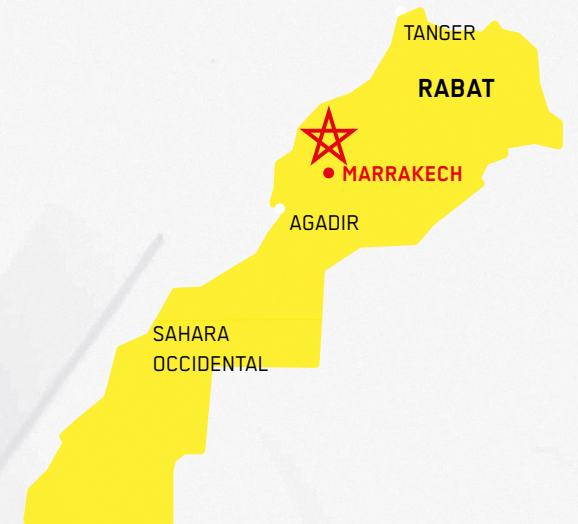
UNIONE EUROPEA
FONDI STRUTTURALI 2014-2020
Asse II - Azioni LEADERREGIONE PUGLIA
GOVERNATORE NICHILATO MARTINO
SILVANO DI CROCI (2015-2020)PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

VOYAGE

Détox royale à Marrakech

Au Maroc, les rituels de bien-être sont davantage qu'une pratique esthétique. Ils relèvent d'un certain art de vivre oriental : c'est en soignant le corps qu'on enchante l'esprit. Direction Marrakech pour faire le plein d'énergie.

PAR SALOMÉ KINER



Se désaltérer



A lignés en rang d'oignons sur la place Jemaa el-Fna, les pres-seurs de jus rivalisent d'inventivité pour appâter les consommateurs. Un spectacle à part entière qu'on prend le temps d'apprécier avant d'affronter la jungle du souk et la course aux bonnes affaires. Orange, pamplemousse, pomme, carotte, gingembre ou grenade, ces stands sont de véritables bombes de vitamines. Attention toutefois à ce que les fruits soient pressés minute. Les glaçons sont à éviter, tout comme les eaux non minérales en général. On peut aussi prendre le temps de le déguster avec une pâtisserie au Café des Épices, dont les grandes baies vitrées dominant la place du même nom. L'occasion d'observer les monticules multicolores de cumin, musc ou safran de l'une des nombreuses herboristeries que compte cet ancien marché aux esclaves transformé en pharmacie à ciel ouvert.

+++
Café des Épices
www.cafedesepices.net

16-9CLUE



Au centre de la médina de Marrakech, la place Jemaa el-Fna accueille des vendeurs d'eau, des charmeurs de serpents et surtout les incontournables calèches de jus de fruits.

Déguster (et cuisiner)



La gastronomie marocaine fait partie des alimentations les plus saines. À base d'huile d'olive et de légumes frais, elle exporte ses vertus aux quatre coins du monde. À Marrakech, les tajines du restaurant Al Fassia, installé dans l'hôtel du même nom, sont les plus réputés de la ville. Ce plat, qui doit mijoter plusieurs heures, est à l'image des secrets de beauté marocains: un art de la patience. Au Riad Monceau, les classiques de la table orientale sont finement repensés avec un twist de modernité. Mais c'est surtout la carte des vins qu'il faut étudier

de près, car le restaurant travaille avec les meilleurs domaines du pays. Le seul inconvénient de cette gastronomie prodigieuse est son potentiel addictif. Difficile d'oublier ses textures fondantes, ses épices subtiles et ses couleurs mûres. C'est probablement ce qui explique le succès des cours de La Maison Arabe. Une demi-journée suffit à ce que les participants repartent avec deux recettes au choix (entrée-plat ou plat-dessert), transmises par une Dada (cuisinière marocaine traditionnelle) ou un chef local. Dans le même genre, le chef Tarik Harabida

prodigue ses secrets au cœur même de son potager, soucieux de transmettre un savoir qui va de la source à l'assiette.

+++
Restaurant Al Fassia
www.alfassia.com
Le Riad Monceau
www.riad-monceau.com
La Maison Arabe
www.lamaisonarabe.com
Atelier Chef Tarik
www.atelier-chef-tarik.com

Se ressourcer



Reposé et rassasié, le corps peut passer à l'étape supérieure. Elle a lieu au Royal Mansour, référence absolue du luxe hôtelier. « Nous sommes la vitrine de l'art du bien-être au Maroc. Notre mission est de proposer aux clients la quintessence des traditions du Royaume », explique Stella de Bagneux, directrice du spa. Son vœu se vérifie dès l'entrée de l'établissement, sertie d'un somptueux jardin d'agrumes et d'un hall en moucharabieh où s'attardent les rayons du soleil. La carte des soins est vertigineuse, mais le

hamam reste incontournable, avec trois salles de marbre rose où l'on s'abandonne aux mains d'une thérapeute experte qui gomme, masse et enduit différents onguents naturels. Des gestes directement inspirés de recettes ancestrales et de régions fertiles, déclinés en trois types d'enveloppements: dynamique, à la lavande et au basilic sacré, gourmand, au safran et miel de fleur d'oranger, ou relaxant grâce aux boutons de rose. Tous ces matériaux bruts sont préparés sous les yeux des clients, gage

d'une expérience authentique qui ne cède rien à la qualité des produits. On quitte le spa dans un état de quiétude absolue, qu'on prolonge idéalement en s'immergeant dans l'univers racé d'Yves Saint Laurent, qui a désormais son musée.

+++
Spa Royal Mansour
162 francs le hamam signature
www.royalmansour.com/fr/le-spa

S'aérer



À 35 km de Marrakech, le long d'une route qui semble foncer droit dans les flancs de l'Atlas se cache un coin de paradis tombé du ciel. Voyage dans le voyage, le jardin bio-aromatique de l'Ourika est le fruit d'une idée originale: faire connaître au monde les pouvoirs de certaines des quelque 4'200 plantes médicinales recensées au Maroc. L'entrée de ce laboratoire pédagogique est gratuite et ouverte au public toute l'année. Sa mission? Sensibiliser les visiteurs aux enjeux environnementaux et aux richesses fragiles de la biodiversité. On y va pour déambuler dans les parterres en forme d'alambic, pour s'imprégner de parfums délicats ou déjeuner sous la tente berbère. Par ailleurs, le jardin propose des bains de pieds à l'huile essentielle d'Oranger Amer, des soins de beauté berbère, des initiations à l'art du henné, des ateliers Argan pour suivre les différentes étapes de l'extraction de l'huile sacrée, des cours gastronomiques et une initiation à la cuisson du pain traditionnel. ▲

+++
Jardin bio-aromatique de l'Ourika
www.jardin-bioaromatique-ourika.com



Marrakech, c'est aussi la porte d'entrée du massif montagneux de l'Atlas, un terrain de jeu idéal pour les randonneurs.

ANTONIO MARIN SEGOVIA



AUTO

Classes à part

LA THÉORIE DE L'ÉVOLUTION PEUT PRENDRE DIVERS CHEMINS

PAR PHILIPP MUELLER

MERCEDES-BENZ G500, MUTANT TOUT TERRAIN



MOTEUR : 8 CYLINDRES EN V, TURBO
ESSENCE, 3982 CM³
PUISSANCE : 422 CH À 5500 TR/MIN
0 À 100 KM/H : 5,9 s
PRIX : 136'800.-

La Classe G fait partie de ces quelques dinosaures du monde automobile dont la capacité d'évolution est digne des derniers opus de Jurassic park. Rustique, le jumeau du fameux Magna-Steyr Puch des troupiers suisses a effectivement évolué en un engin luxueux et surpuissant au cours des quatre décennies passées. Pour 2018, le Tyrannosaurus Benz a même carrément mué en super-prédateur, plus véloce mais aussi mieux domestiqué.

Les formes mégalithiques à peine remaniées, les vitres plates et les charnières apparentes sont un trompe-l'œil : le G savoure à pleines dents les délices de la modernité. La suspension avant à roues indépendantes transfigure ses qualités routières, de même que l'amortissement piloté et la transmission intégrale permanente, doublée d'une suave boîte automatique à 9 rapports. Le réducteur de boîte, les trois différentiels verrouillables et la garde au sol de 24,1 cm préservent de leur côté l'héritage off-road.

Et comme l'engin perd bien plus d'un quintal sur la balance (2,4 tonnes tout de même), la consommation mixte de 12,1 l/100 km paraît presque raisonnable. Ou moins déraison-

nable que les trente-neuf pages de la liste d'options qui prévoient jusqu'aux sièges multi-contours ventilés à huit programmes de massage. Un rêve après la brousse et ses secousses.

À noter que le crochet d'attelage est gratuit, mais pas le tuner DAB+... Affaire de priorité. Dans le G, même les aventuriers à tendance geek en ont pour leur compte avec une pléthore d'assistances et un immense bandeau d'instrumentation numérique. Celui-ci se prolonge par une très primitive poignée de maintien, comme pour souligner la nature contrastée et la grande polyvalence d'un des derniers authentiques tout-terrain de la planète automobile. ▲



JEEP WRANGLER, IMMUABLE

Le plus emblématique des 4x4 grandit légèrement, en version courte ou longue (Unlimited). Nouveaux moteurs (2 l turbo essence micro-hybride 270 ch et 2.2 l turbo-diesel 200 ch) plus économiques et boîte automatique à 8 rapports. Dès octobre, env. 55'000.- (diesel).



LAND ROVER DEFENDER, 70 ANS

En attendant la relève prévue en 2019, le rustique Britannique est réapparu le temps d'une série limitée à 150 unités avec un inédit V8 5 litres essence de 405 ch. Ce «collector» bénéficie de nombreux aménagements coûteux. Version 90 Works V8 dès GBP 150'000.-



HUUS Gstaad
Schönriedstrasse 74
3792 Saanen • Gstaad
+41 33 748 04 04
www.huusgstaad.com
welcome@huusgstaad.com

46°29'35.8"N 7°16'01.9"E

Must-see!

**HUUS is much more than «only» a hotel –
HUUS is a separate destination.
Welcome to the beautiful Gstaad-Saanenland!**



BOUTIQUE



ÉLECTRIQUE ET CHIC

Une moto ? Non, un vélo électrique aux lignes futuristes de la firme italienne Società Piemontaise Automobile (SPA). Avec son cadre et sa fourche en carbone, ce deux-roues de 24 kg est doté d'un moteur de 500 watts qui permet, contre cinq heures de chargement, des pointes de vitesse à 45 km/h et jusqu'à 50 km d'autonomie. Mention spéciale pour le coffre à bagage au design inspiré des bécanes du mouvement Cafe Racer.

www.spabicycleletto.com
Dès 10'600.-

TROTTINETTE SUR GREEN

Exit la traditionnelle golfette. Tour à tour chariot ou trottinette électrique, le Rollegolf se métamorphose à la demande pour se prêter à l'usage désiré sur et en dehors des greens : marche, conduite ou même voyage (une fois replié). La dernière version de l'appareil adopte un châssis très léger en aluminium et une colonne de direction télescopique réglable. Cerise sur le gâteau : l'engin est également contrôlable via un smartphone. Richard Branson l'aurait adopté.

www.rollegolf.com
Dès 9'300.-



LE BIVOUAC DU MOTARD

Fabriquée à la main en Suisse, la tente Bivouac de la marque Exposed se fixe à sa moto pour camper à l'improviste n'importe où. Imperméable et résistant aux déchirements, cet abri de fortune se déploie et s'installe en quelques minutes. Une fois replié, le Bivouac affiche un format compact de seulement 15 cm de diamètre et 45 cm de large. Un concept plutôt original et rafraîchissant. Avis aux freeriders amateurs de clairs de lune.

www.stayexposed.com
450.-



LE CLAVIER GAMER SANS FIL

Les joueurs l'attendaient, Corsair l'a fait. Le très réputé fabricant allemand de boîtiers et accessoires pour PC dégage son clavier mécanique K63 dans une version sans fil, qui se veut sans compromis en matière de réactivité. En option, il est possible de disposer d'un « lapboard » dédié, équipé d'un tapis de souris, où vient se loger le clavier. Le dispositif ultime pour fragger depuis son canapé.

www.corsair.com
Dès 138.-



LA CHAUSSURE DE L'ESPION

Le cordonnier britannique Oliver Sweeney signe une Derby plutôt originale, baptisée « Secret Shoe ». En cuir de cervidé sauvage écossais tanné de manière végétale, cette élégante chaussure sur mesure intègre un compartiment secret dans sa semelle, pouvant contenir trois gadgets. Parmi les 12 objets au choix, un téléphone portable au format XS, une lampe-torche, un stylo, une caméra miniature, un GPS, une clef USB, un couteau suisse ou encore une boussole.

www.oliversweeney.com
2'600.-



DRONE DE POCHE

Idéal pour voyager, avec son poids plume de 430 grammes et ses bras pliables, le Mavic Air est le drone le plus compact de la marque DJI. Malgré sa légèreté, l'engin annonce des performances en vol tout à fait honorables puisqu'il peut braver des vents jusqu'à 38 km/h et s'élever à 5'000 m d'altitude. Équipé d'une caméra 4K, il dispose d'options de prises de vues automatisées pour la vidéo et la photo.

www.dji.com
980.-

FAN DE DEPECHE MODE

Hublot a imaginé 55 montres Big Bang à l'effigie de chacun des 55 singles du groupe Depeche Mode. Logée dans une valise Rimowa en aluminium anodisé noir, chaque pièce unique est accompagnée du disque vinyle correspondant et d'un synthétiseur Roland JP-08. Le tout est vendu au profit de Charity water, une association caritative visant à assurer l'approvisionnement en eau potable des pays en développement.

www.hublot.com
29'900.-



J'AI TESTÉ

LES ÉCOUTEURS QUI PARLENT 40 LANGUES

PAR DANIEL SCHNEIDER

Google vient de commercialiser aux États-Unis les premiers écouteurs boostés à l'intelligence artificielle. Swissquote Magazine a essayé la fonction traduction instantanée.

Une petite touche de l'index sur l'oreillette droite et l'interprète de poche se met en marche. J'explique que je cherche l'endroit où acheter les billets de train. «Where can I buy train tickets?» se met à dire mon téléphone. L'interlocutrice en face de moi est déboussolée, elle ne sait pas si elle doit me parler à moi, à mon app ou à mes écouteurs. Je montre le téléphone...

Ce qu'elle me dit en anglais est ensuite directement traduit dans mon oreille vers le français. Magique ! Les Pixel Buds de Google sont aujourd'hui capables de traduire 40 langues. La fonction demande bien sûr encore à être améliorée. Mais pour des conversations basiques, avec des phrases courtes et dans un environnement calme, cela fonctionne de façon assez spectaculaire. Lors de la présentation au public, Google en a fait son argument marketing numéro un face aux AirPods d'Apple.

Nous avons testé le chinois, le russe, l'italien, le coréen, le français et l'allemand. Passé la phase initiale d'adaptation,

on se prend au jeu, et on entrevoit les possibilités futures. Car la traduction automatique est sur le point de réaliser un saut sans précédent grâce aux progrès de l'intelligence artificielle. Quant à la voix de synthèse, Google a dévoilé en décembre son prototype Tacotron 2, qui n'est plus différenciable d'une voix humaine. Intonation, rythme, volume, débit : tout colle.

Beaucoup plus rapidement qu'on ne le pense, deux personnes munies chacune de ce type d'écouteurs pourront communiquer de façon naturelle sans connaître un seul mot dans la langue de l'autre.

Aujourd'hui, les Pixels Buds en sont encore très loin. Mais il faut savoir que le cœur du système ne se situe pas dans les oreillettes, mais dans le cloud. Les mises à jour seront disponibles au fil du temps, sans que le propriétaire n'ait rien à faire.

Acheter les écouteurs de Google pour la fonction traduction uniquement devrait toutefois vous laisser sur votre faim. Les subtilités du suisse-allemand, par exemple,

demeurent à ce jour impénétrables, même pour le géant de l'internet.

Cela dit, les Pixel Buds ont bien d'autres atouts. Le son est tout à fait correct pour un appareil de cette gamme. L'autonomie de cinq heures est excellente et le joli coffret en feutrine cache une batterie qui permet d'ajouter une vingtaine d'heures d'écoute. Enfin, la réactivité des commandes tactiles est impressionnante, surtout couplé au téléphone Pixel 2 de Google (mais les écouteurs fonctionnent sur la plupart des appareils Android et iOS).

Nous avons aussi particulièrement apprécié l'ingénieux mécanisme qui permet d'ajuster les écouteurs dans l'oreille en tirant sur la cordelette. Ceux qui, comme moi, ne parviennent pas à s'habituer aux AirPods d'Apple seront ravis. Le fait d'avoir conservé cette cordelette est à notre avis un avantage plus qu'un inconvénient. Fini la peur de perdre un écouteur en raison d'un mouvement un peu brusque. Si l'une des oreillettes se décroche, elle restera sagement suspendue derrière votre nuque. ▴

DANIEL SCHNEIDER

Faites découvrir
de nouveaux horizons
à vos amis.

Partagez votre expérience de Trading
dès à présent.

Pour chaque parrainage d'un proche,
recevez tous deux CHF 100.- de Trading Credit*.

swissquote.com/referral

 **Swissquote Bank**

*Voir conditions de l'offre

TO BREAK THE RULES,
YOU MUST FIRST MASTER
THEM.

LA VALLÉE DE JOUX. DEPUIS DES MILLÉNAIRES, UN ENVIRONNEMENT DUR ET SANS CONCESSION ; DEPUIS 1875, LE BERCEAU D'AUDEMARS PIGUET, ÉTABLI AU VILLAGE DU BRASSUS. C'EST CETTE NATURE QUI FORGEA LES PREMIERS HORLOGERS ET C'EST SOUS SON EMPRISE QU'ILS INVENTÈRENT NOMBRE DE MÉCANISMES COMPLEXES CAPABLES D'EN DÉCODER LES MYSTÈRES. UN ESPRIT DE PIONNIERS QUI ENCORE AUJOURD'HUI NOUS INSPIRE POUR DÉFIER LES CONVENTIONS DE LA HAUTE HORLOGERIE.



ROYAL OAK
CONCEPT
TOURBILLON
VOLANT GMT
EN TITANE
ET CÉRAMIQUE

AUDEMARS PIGUET
Le Brassus

BOUTIQUES AUDEMARS PIGUET :
GENÈVE | ZÜRICH