

SWISSQUOTE

M A G A Z I N E

FINANCE AND TECHNOLOGY UNPACKED

N° 5 NOVEMBRE 2025 | CHF 9.- | WWW.SWISSQUOTE.COM

DEEPPAKES
Les entreprises
déstabilisées

POP MART
Une manne
nommée
Labubu

PARIS EN LIGNE
Le jackpot
des investisseurs

D O S S I E R

Rien que pour vos yeux

**Vue sur un marché
qui grandit**

→ ALCON → ESSILORLUXOTTICA → THE COOPERCOMPANIES → WARBY PARKER → MENICON →

ISSN 1663-8379



95

9 771663 837005

THERE IS ETERNITY IN EVERY BLANCPAIN

The spirit to preserve.

Fifty Fathoms
Collection



« Création »
Wildlife Photographer
of the Year 2021
Grand Prix
© Laurent Ballesta

Une Fifty Fathoms est pour l'éternité.

Lancée en 1953, la Fifty Fathoms est la première montre de plongée moderne. Créée par un plongeur et choisie par des pionniers, elle a joué un rôle fondamental dans le développement de la plongée sous-marine. Elle est le catalyseur de notre engagement en faveur de l'océan.



RAISE AWARENESS,
TRANSMIT OUR PASSION,
HELP PROTECT THE OCEAN

www.blancpain-ocean-commitment.com

JB
1735
BLANCPAIN
MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE

BOUTIQUE GENÈVE · RUE DU RHÔNE 40 · 1204 GENÈVE · TEL. +41 (0)22 312 59 39
BOUTIQUE ZÜRICH · BAHNHOFSTRASSE 28 · PARADEPLATZ · 8001 ZÜRICH · TEL. +41 (0)44 220 11 80



SPEEDMASTER DARK SIDE OF THE MOON

La conquête spatiale a été portée par des pionniers et un chronographe d'exception. Aujourd'hui, cette icône est plus épurée, plus fine et plus précise. La céramique noire polie rencontre le Liquidmetal™ sur sa lunette et sa couronne, tandis que le calibre Co-Axial Master Chronometer 9900 garantit une précision résistante aux champs magnétiques. La Speedmaster Dark Side entre dans une nouvelle ère.

Ω
OMEGA



ALPINE EAGLE

Emblème de l'esthétique pure et racée de la collection Alpine Eagle, ce modèle de 41 mm de diamètre avec bracelet intégré est façonné en Lucent Steel™, un acier de haute qualité, exclusif à Chopard. Il est équipé du mouvement automatique Chopard 01.01-C, à la précision certifiée chronomètre. Fièremment conçu et fabriqué par nos Artisans, ce garde-temps d'exception témoigne du meilleur de l'expertise et de l'innovation de notre Manufacture.

Chopard

THE ARTISAN OF EMOTIONS – SINCE 1860

Une lumière dans la nuit

Pour nous autres, qui voyons, il est difficile de comprendre la cécité. Perdre la vue est l'une de nos plus grandes craintes.

On imagine une nuit sans fin, une vie dénuée de la possibilité de regarder les paysages et les gens que nous aimons. Hélas, le nombre d'aveugles dans le monde devrait tripler pour atteindre 115 millions en 2050, selon une étude parue en 2017 dans la revue scientifique *The Lancet Global Health*.

En cause, l'augmentation inquiétante de la prévalence des troubles oculaires. En raison du vieillissement de la population, de l'épidémie de diabète et de l'évolution de nos modes de vie – plus de temps passé devant les écrans, moins de temps passé dehors –, de plus en plus de personnes souffrent de maladies des yeux, en particulier la myopie, le glaucome, la cataracte, la dégénérescence maculaire liée à l'âge (DMLA) ou encore l'œdème maculaire diabétique. Des pathologies qui, si elles ne sont pas prises en charge, conduisent parfois à la cécité.

Ce problème touche particulièrement les plus pauvres. Comme le rappelle l'OMS, 80% des déficiences visuelles

ne sont pas traitées en Afrique subsaharienne. Résultat : plus de 4% des habitants du continent africain sont aveugles, contre 0,5% des personnes vivant dans des zones à revenu élevé.

Mais malgré ce constat alarmant, l'innovation donne de l'espoir. En effet, les entreprises actives dans le domaine de l'ophtalmologie, comme les suisses Alcon, Oculis ou encore Roche, apportent des solutions inédites et de plus en plus efficaces aux patients. Dans nos contrées, les opérations de la cataracte ou de la myopie sont désormais des interventions de routine. Les progrès accomplis ces dernières années les rendent très sûres.

La myopie, qui devrait affecter la moitié de la planète en 2050 contre un tiers aujourd'hui, peut désormais être freinée grâce à des verres spéciaux qui entravent son développement. Et demain, des maladies contre lesquelles il n'existe que peu de solutions thérapeutiques aujourd'hui, comme la névrite optique ou la DMLA sèche, pourront être traitées.

Bonne lecture!



PAR MARC BÜRKI,
CEO DE SWISSQUOTE

s o m m a i r e

5

Éditorial
par Marc Bürki

8

Scans
Panorama
de l'actualité
économique



16

La gazette
des cryptos

18

AI wire
La grande peur
de la bulle IA

22

Intelligence artificielle
Quand les deepfakes
déstabilisent l'économie

D O S S I E R

Rien que
pour vos
yeux

28



34

Infographie :
les maladies
de l'œil

36

Et les lunettes
deviennent
intelligentes

40

Huit entreprises
à garder à l'œil

44

Interview de
Riad Sherif,
CEO de Oculis



52

Portrait
Pop Mart,
une ascension
fulgurante

58

Jeux d'argent
La folie des paris
en ligne



64

Une marque
une histoire
Krispy Kreme,
l'appel du donut doré

66

Les start-up suisses
du numéro

70

Auto
Essai de la
Fiat Panda



72

Voyage
La Croatie entre
forteresses
et légendes

78

Boutique

80

Au cœur
des labos
Stocker l'hydrogène
plus facilement

i m p r e s s u m

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

Rédacteur en chef
Ludovic Chappex

Rédacteur en chef adjoint
Bertrand Beauté

Contributeurs
Aurélien Barrelet
Blandine Guignier
Christina Hubbeling
Raphaël Leuba
Jérémie Mercier
Grégoire Nicolet
Gaëlle Sinnassamy

Agnès Vannouvong
Julie Zaugg

Direction artistique
Caroline Fischer

Couverture
Paul Blow

Photos et illustrations
Nicolas Righetti, AFP,
Alamy, Keystone, Getty
images, Istock, The i Spot,
Unsplash

Impression, reliure
et distribution
Stämpfli SA
Wölflistrasse 1, 3001 Berne
www.staempfli.com

Correction
lepetitcorrecteur.com

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

Wemf
REMP 2024: 103'684 ex
Tirage: 125'000 ex



imprimé en
suisse

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



Lei Jun, cofondateur et CEO de Xiaomi, sur scène lors du lancement du SUV Xiaomi YU7 à Pékin, le 22 mai 2025. La firme chinoise est devenue en quelques années un acteur incontournable de l'électronique grand public.

DISRUPTION

Xiaomi, la tech chinoise inarrêtable

C'est une montée en puissance quasi sans précédent. La firme chinoise Xioami, connue à l'origine pour ses smartphones bon marché, a accompli un chemin spectaculaire depuis sa fondation en 2010. Au printemps, elle a reçu 200'000 précommandes pour son véhicule électrique YU7 – encensé par la presse spécialisée internationale – dans les trois minutes qui ont suivi sa mise en vente. Ses téléphones

sont les troisièmes plus vendus au monde, derrière Apple et Samsung. Ils sont notamment populaires en Chine, portés par une vague de consumérisme nationaliste, ainsi que sur certains marchés émergents comme l'Indonésie et l'Inde. À cela s'ajoutent des produits électroniques, dont des climatiseurs, des aspirateurs robotisés et des télévisions. L'an dernier, les revenus de la firme ont progressé de 35%. → 1810



« Nos coûts augmentent de semaine en semaine, au fur et à mesure que nous reconstituons nos stocks à des prix reflétant les droits de douane »

Doug McMillon, CEO de Walmart.

RANKING

Les cinq marques dont la réputation a le plus baissé (selon des sondages réalisés aux États-Unis en 2019 et 2025)

- 1. TESLA
-14,1%
- 2. BOEING
-13,3%
- 3. SPACEX
-13,3%
- 4. WALT DISNEY
-10,8%
- 5. UNITEDHEALTH
-10%

Source: Axios/Harris Poll

Les cinq villes où le coût de la vie est le plus élevé

(selon un indice calculé mi-2025 qui comprend les loyers et les frais du quotidien)

- 1. NEW YORK
100 points
- 2. ZURICH
93,2 points
- 3. GENÈVE
90,6 points
- 4. SAN FRANCISCO
85,3 points
- 5. BÂLE
83,9 points

Source: Numbeo

41%

C'est la part des entreprises qui prévoient de réduire leur force de travail au cours des cinq prochaines années en raison des avancées permises par l'IA, selon un sondage du WEF mené à l'échelle mondiale. Oracle, CNN et Dropbox font partie des sociétés à avoir déjà annoncé des coupes de personnel.

MATIÈRES PREMIÈRES

L'or monte, les groupes miniers rayonnent

Profitant de son statut de valeur refuge, le prix de l'or atteint des sommets. Le précieux métal s'échangeait pour plus de 4000 dollars l'once troy mi-octobre, contre plus de 2600 dollars en début d'année. Cet engouement fait grimper les profits et le cours des actions des principaux groupes miniers, dont Newmont Corporation, Barrick, Agnico Eagle Mines et Kinross Gold. Leurs revenus ont en effet explosé, alors que leurs frais fixes sont restés stables. La baisse des



taux d'intérêt aux États-Unis, une mesure qui profite en général aux actifs improductifs comme l'or, devrait leur permettre de maintenir leur trajectoire ascendante.

→ NEM → B → AEM

+28%

C'est la hausse enregistrée par la Bourse polonaise sur les huit premiers mois de l'année. Depuis 2022, sa valeur a presque triplé. Le pays doit cette bonne performance à la croissance de son économie, portée par celle du voisin allemand, et à l'arrivée au pouvoir en 2023 d'un gouvernement libéral, pro-européen et peu interventionniste selon *The Economist*.

L'IMAGE

Fairwater, le cerveau XXL de Microsoft

Vue aérienne des rangées de ventilateurs de la centrale de Fairwater, à Mount Pleasant, dans le Wisconsin. Ce futur méga-centre de données de Microsoft, pensé comme un seul supercalculateur d'IA, doit rassembler des centaines de milliers de GPU Nvidia (GB200) et vise une performance annoncée 10 fois supérieure au plus rapide des supercalculateurs actuels. Le campus comprend trois bâtiments totalisant 111'483 m² sous toit, dont une infrastructure de stockage longue comme cinq terrains de football américain. La première mise en service est prévue au début de l'année 2026. L'investissement total dépasse 7 milliards de dollars.



« Nous sommes une entreprise très américaine »

Le CEO de AstraZeneca **Pascal Soriot**, qui menace de décoter la firme de Londres pour la déplacer à New York.

ÉCOLOGIE

Les tours énergétiques suisses s'exportent

Les structures de la firme tessinoise Energy Vault ressemblent à des tours en construction : un treuil empile des blocs de 35 tonnes qui sont alternativement hissés ou rabaissés selon les besoins. La force gravitationnelle qui en résulte produit de l'énergie verte. Jusqu'ici, la société américano-suisse vendait ses infrastructures. Tandis qu'aujourd'hui, avec sa nouvelle filiale

Asset Vault, elle peut les détenir et les exploiter directement. La firme espère que cela lui permettra d'améliorer ses marges et de dégager un chiffre d'affaires de 200 à 250 millions de dollars en 2025, contre 46,2 millions de dollars en 2024. Pour l'heure, deux tours ont été mises en service, en Californie et au Texas, et Energy Vault prévoit de s'étendre en Australie et en Europe. → NRGV



Un prototype à échelle réelle de l'installation du groupe Energy Vault à Castione, au Tessin.

\$37'884 MRD

C'est le montant de la dette nationale américaine au 9 octobre 2025, un record historique.

E-COMMERCE

SMG : la plus grosse IPO européenne de l'année

Swiss Marketplace Groupe (SMG) n'est pas un nom familier, mais ses plateformes sont connues : Homegate, ImmoScout24, AutoScout24, Ricardo, tutti.ch ou encore FinanceScout24. Le groupe est né en 2021 du rapprochement de plusieurs acteurs suisses, dont TX Group (ex-Tamedia), Ringier, la Mobilière, ainsi que le fonds américain General Atlantic. L'idée : unir des portails jusque-là concurrents pour créer un champion national capable de rivaliser avec les géants internationaux comme eBay ou les grands portails immobiliers européens. Le 19 septembre dernier, l'entreprise basée à Zurich a fait son entrée à la Bourse suisse, la valorisant à près de 4,8 milliards de francs. Elle a bouclé sa première séance sur un cours de 49 francs, au-dessus du prix d'émission de 46 francs. Cela en fait la plus grosse introduction en Bourse en Europe depuis janvier, dans un marché actuellement morose pour les IPOs. En 2024, SMG a réalisé un chiffre d'affaires de 291 millions de francs et une marge EBITDA de 48%. La firme anticipe une croissance autour de 15% cette année. → SMG

© ENERGY VAULT / NOVARTIS



Un centre de Novartis dédié à la production de thérapies par radioligands, à Indianapolis, aux États-Unis.

PHARMA

Des isotopes radioactifs contre le cancer

Novartis se profile comme le champion d'une nouvelle forme de traitement oncologique prometteuse, la thérapie par radioligands. Elle fonctionne en ciblant les cellules cancéreuses avec des isotopes radioactifs administrés par perfusion intraveineuse, évitant d'endommager les tissus alentour. Les résultats de cette thérapie, dont le marché a été évalué entre 25 et 30 milliards par son CEO Vas Narasimhan, sont

spectaculaires : certains cancers métastatiques ont complètement disparu après six mois de traitement. Le transport et le stockage des isotopes soulève toutefois des défis. Une fois produits, ils ne sont efficaces que pendant trois à cinq jours. Cela a incité le groupe pharmaceutique à mettre sur pied un système de traçage des fioles par GPS et à se servir de l'IA pour anticiper les perturbations du trafic aérien ou les intempéries. → NOVN



« Merci, Président Trump, de mettre en lumière un défi majeur auquel sont confrontés les dirigeants d'entreprises cotées : le court-termisme, exacerbé par l'obligation de reporting trimestriel »

Dans un post LinkedIn publié en septembre, **Adena Friedman**, CEO du Nasdaq, a soutenu le président américain qui souhaite alléger les obligations des sociétés cotées en supprimant les rapports trimestriels.

LA QUESTION

Les États-Unis, la Chine et le Japon se battent pour devenir le prochain leader de l'industrie des semi-conducteurs. Qui l'emportera ?

Les États-Unis sont en tête en termes de revenus et de capitalisation boursière, avec des entreprises comme Nvidia, AMD et Qualcomm. Mais l'expertise américaine se limite au design de puces, dont la fabrication est confiée au taïwanais TSMC. Lequel dépend, à son tour, d'équipements produits aux Pays-Bas. Grâce aux subsides de l'État, la Chine a, de son côté, connu une expansion impressionnante de ses capacités de production, mais elle ne parvient toujours pas à fabriquer les puces de dernière génération. Elle aimerait se doter d'une chaîne d'approvisionnement de bout en bout, mais elle est encore trop tributaire de l'importation de certains outils et composants. Les États-Unis ne sont pas près d'y arriver non plus dans un avenir proche. Le coût serait trop élevé. Quant au Japon, il se concentre sur la production de certains matériaux ultraspecialisés entrant dans la composition des puces. À terme, il est davantage pertinent pour chaque pays de se concentrer sur ses forces dans le cadre d'une chaîne d'approvisionnement intégrée, plutôt que de viser l'autosuffisance.

Chris Miller, auteur de « Chip War: The Fight for the World's Most Critical Technology »



« Dans les faits, Pinterest est devenu un assistant d'achat basé sur l'IA »

Le CEO de Pinterest **Bill Ready.**

L'ENTRÉE EN BOURSE



La direction de StubHub à la fête, lors de l'introduction en Bourse de l'entreprise à Wall Street, le mercredi 17 septembre 2025.

StubHub fait ses débuts à Wall Street

L'industrie des concerts live ne s'est jamais aussi bien portée. Les méga-tournées d'artistes comme Beyoncé ou Taylor Swift ont tiré les revenus du secteur à la hausse. Or la vente de tickets est monopolisée par un petit nombre d'acteurs, dont Ticketmaster, propriété de Live Nation, et le site de revente StubHub. Ce dernier a fait son entrée à la Bourse de New York mi-septembre, après avoir reporté son IPO ce printemps face

à l'incertitude créée par la guerre des droits de douane déclarée par Donald Trump. Acquis par eBay en 2007 pour 310 millions de dollars, la plateforme fondée en 2000 a été rachetée par sa rivale Viagogo en 2020 pour 4,05 milliards de dollars. Lors de sa cotation, elle a obtenu une valorisation de 7,55 milliards de dollars en fin de journée, soit nettement en deçà des 14 à 15 milliards de dollars que les analystes lui attribuaient. → STUP

ÉNERGIE

Le Brésil, nouvel eldorado de l'or noir

Alors que la plupart des champs pétroliers arrivent à maturité, la zone située au large du Brésil commence tout juste à dévoiler son potentiel. Début août, BP a indiqué y avoir effectué sa plus importante découverte en vingt-cinq ans, un gisement appelé « Bumerangue », à 400 km des côtes, qui contiendrait 2 milliards de barils de pétrole. D'ici à 2030, la production d'or noir devrait avoir augmenté d'un tiers au Brésil, d'un quart au Moyen-Orient et d'un dixième aux États-Unis, selon *The Economist*. D'ici la fin de l'année, le pays produira 3,7 millions de barils par jour, en hausse de 10% sur les douze derniers mois. À titre de comparaison, les États-Unis en génèrent 13,6 millions par jour. Cela a aiguisé les appétits des compagnies pétrolières: outre BP, Equinor, Chevron, Shell et TotalEnergies s'intéressent tous à la région.

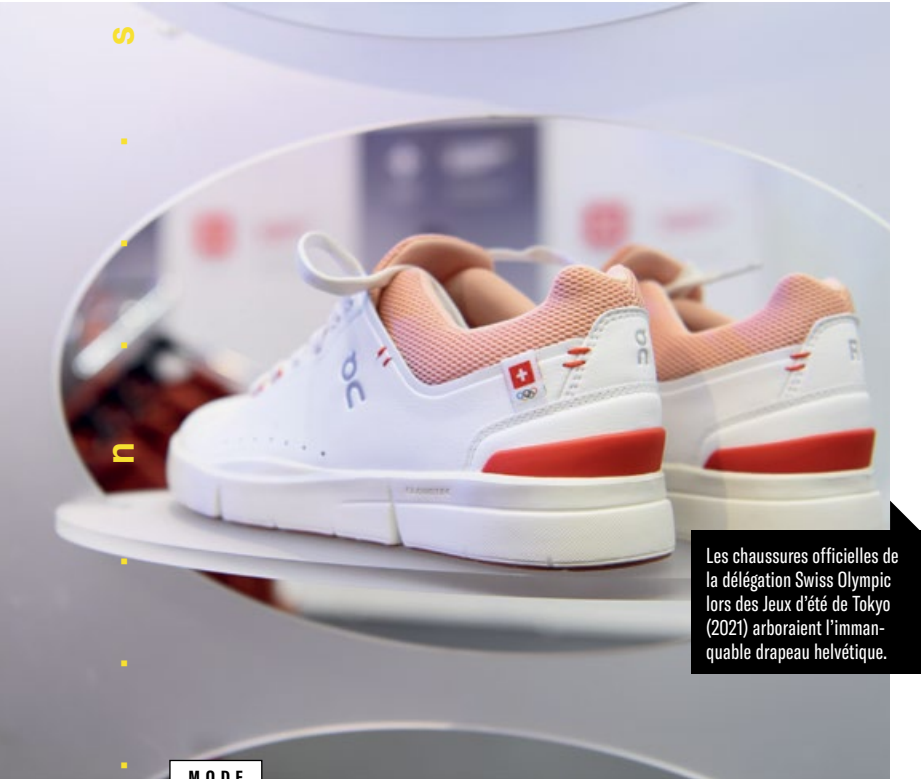


© BP / UPI, ALAMY

© GRAFF.COM



GRAFF



Les chaussures officielles de la délégation Swiss Olympic lors des Jeux d'été de Tokyo (2021) arboraient l'immanquable drapeau helvétique.

MODE

Des baskets suisses privées de croix suisse ?

La marque de baskets helvétiques n'hésite pas à jouer de sa suissitude, mettant en avant le drapeau à croix blanches sur ses chaussures. Cela a attiré l'attention de la Swissness Enforcement Association (SEA) et de l'Institut fédéral de la propriété intellectuelle (IPI), qui y voient une violation des

règles Swissness, puisque les baskets sont fabriquées au Vietnam et en Indonésie. Le groupe zurichois rétorque que la recherche et le design entrant dans la composition de ses chaussures sont effectués sur son site zurichois. Il revient désormais au Tribunal fédéral de trancher le litige. → ONON



« Vous ne perdrez pas votre emploi à cause de l'IA, mais vous le perdrez à cause de quelqu'un qui utilise l'IA »

Le CEO de Nvidia
Jensen Huang.

LE FLOP



Bad buzz pour la « van life »

Avec le lancement fin 2024 aux États-Unis de l'ID. Buzz, une version électrique et relookée de son mythique van, Volkswagen espérait ressusciter la vague *Flower power* de l'autre côté de l'Atlantique. Las, il n'en fut rien. Comme le rapporte le Wall Street Journal, en six mois VW n'a écoulé que 3'000 exemplaires de son van vintage. En mai, le groupe allemand a en effet dû suspendre les exportations de son minibus électrique ID. Buzz vers les terres de l'Oncle Sam, officiellement pour des raisons techniques : la troisième rangée de sièges de l'ID. Buzz était trop large aux yeux de la National Highway Traffic Safety Administration (NHTSA). Le gendarme de la route américain a estimé que cela pourrait inciter les passagers à s'y installer à trois alors que le banquette n'est autorisée que pour deux personnes. Volkswagen a repris ses exportations en juillet après avoir résolu ce problème. Cependant, compte tenu de son prix élevé, de son autonomie limitée, de la perte des incitations fiscales et des nouveaux droits de douane, son attrait nostalgique pourrait ne pas suffire à assurer son succès sur le marché américain.

+50

C'est le nombre de nouveaux hôtels inaugurés en Inde depuis début 2024 par la chaîne Indian Hotels Company, qui possède notamment la marque de luxe Taj. Les groupes Accor, Radisson et Marriott multiplient également les ouvertures d'établissements haut de gamme dans ce pays.

© ANTHONY ANEX, KEystone / DR

© GRAFF.COM



G R A F F

La gazette des cryptos

L'imposant siège social de S&P Global, au 55 Water Street, dans le quartier financier de Manhattan.



S&P Global célèbre les cryptomonnaies

Une étape de plus dans l'adoption des actifs numériques par Wall Street. Le groupe américain S&P Global, acteur incontournable de la production d'indices boursiers, à l'origine des S&P 500 et Dow Jones Industrial Average, a annoncé le 7 octobre le lancement de l'indice S&P Digital Market 50 d'ici à la fin de l'année. Il combinera pour la première fois au sein d'un même benchmark des cryptomonnaies et des actions d'entreprises liées à cet univers.

Concrètement, 15 cryptomonnaies et 35 firmes cotées composeront l'indice. Pour y figurer, une crypto devra dépasser 300 millions de dollars de capitalisation, tandis que les actions des sociétés devront capitaliser au moins 100 millions de dollars chacune. S&P a précisé que le Digital Markets 50 suivrait ses règles standards de rééquilibrage trimestriel et de gouvernance, aucune valeur

ne pouvant dépasser 5% de la pondération. Si la composition exacte de l'indice n'a pas encore été dévoilée, on sait que les grandes entreprises américaines du secteur y figureront, à l'image de la plateforme de cryptomonnaies Coinbase (COIN), de la société de trésorerie en bitcoins MicroStrategy (MSTR) ou encore de la firme Riot Platforms (RIOT), spécialisée dans le minage de bitcoins.

L'indice est créé en partenariat avec la société de tokenisation Dinari, basée aux États-Unis. Cette dernière prévoit d'émettre une version tokenisée de l'indice, appelée « DShares », permettant aux investisseurs une exposition directe via la blockchain. Le nouvel indice vient s'ajouter à la gamme croissante d'indices d'actifs numériques de S&P, notamment les indices S&P Cryptocurrency et S&P Digital Market, devenus des références pour les investisseurs institutionnels.

2025 : l'envolée des stablecoins

La capitalisation totale des stablecoins – ces cryptomonnaies adossées à une monnaie fiduciaire, principalement le dollar – a dépassé les 300 milliards de dollars début octobre, selon les données de l'agrégateur DeFiLlama. Sur un an, la progression s'élève à 46,8%. Le plus célèbre des stablecoins, l'USDT émis par la firme Tether, pèse à lui seul plus de 175 milliards de dollars. Son principal concurrent, l'USDC (Circle), dépasse les 70 milliards. Mais cette croissance pourrait n'être qu'un début. La banque

britannique Standard Chartered anticipe que les stablecoins pourraient attirer, d'ici trois ans, l'équivalent de 1000 milliards de dollars quittant les banques des marchés émergents.

Signe de l'effervescence actuelle, Visa a annoncé le 30 septembre le lancement d'un programme pilote permettant aux banques et sociétés de transfert de fonds d'utiliser des stablecoins pour préfinancer des comptes destinés aux paiements internationaux.

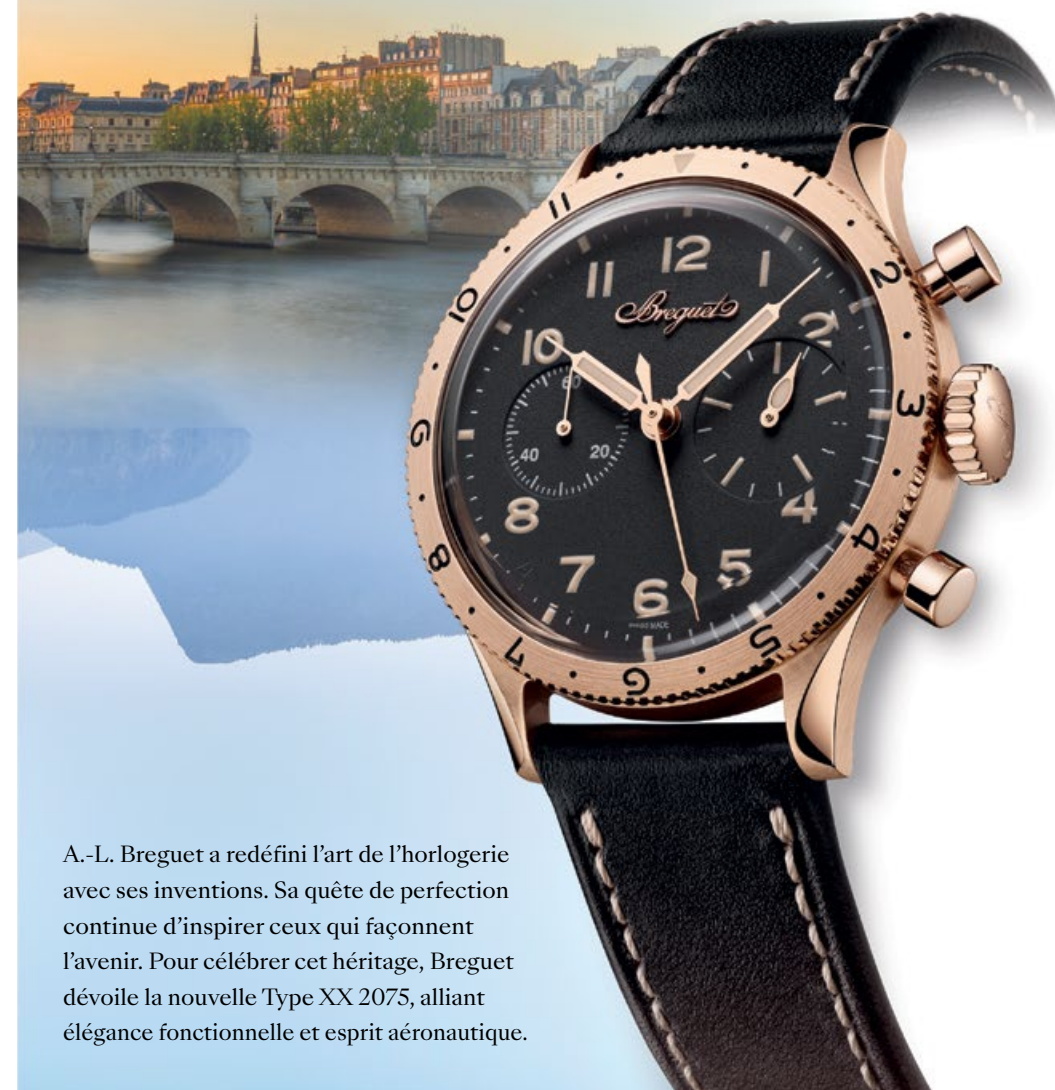
Lugano, capitale crypto

Les 24-25 octobre, Lugano accueille le Plan B Forum, un rendez-vous crypto accueillant plus de 100 intervenants, dont Paolo Ardoio (Tether) et Elizabeth Stark (Lightning Labs). Pionnière en Europe, la ville tessinoise accepte déjà le bitcoin et l'USDT pour les paiements des taxes municipales et factures de services publics, via l'app MyLugano. Parallèlement, un réseau grandissant de commerçants, relié à la même infrastructure, encaisse déjà en crypto.

© MISHCH, ISTOCK

Crafting emotions for 250 years

One invention at a time



BREGUET

250 YEARS

A.-L. Breguet a redéfini l'art de l'horlogerie avec ses inventions. Sa quête de perfection continue d'inspirer ceux qui façonnent l'avenir. Pour célébrer cet héritage, Breguet dévoile la nouvelle Type XX 2075, alliant élégance fonctionnelle et esprit aéronautique.

breguet.com

AI WIRE

LA GRANDE PEUR DE LA BULLE IA

3 OCTOBRE

« C’est une sorte de bulle industrielle, par opposition aux bulles financières (...). La technologie est réelle et va transformer tous les secteurs » **JEFF BEZOS**, fondateur et président de Amazon, lors de l’Italian Tech Week à Turin, assumant l’euphorie et soulignant le caractère transformateur de l’IA.

6 OCTOBRE

« Sam Altman a le pouvoir de faire s’effondrer l’économie mondiale pendant une décennie – ou de nous mener vers la terre promise » **STACY RASGON**, Senior Analyst chez Bernstein Research, dans une note citée sur CNBC.

6 OCTOBRE

« Je dirais que c’est sans doute voir trop petit. Il faut vraiment mesurer ce que la puissance de cette technologie peut apporter au monde » **LISA SU**, CEO d’AMD, dans une interview à Yahoo Finance, en réponse aux craintes de surinvestissement et de bulle à la suite de l’annonce d’un deal colossal entre AMD et OpenAI, estimé à plusieurs dizaines de milliards de dollars.

8 OCTOBRE

« Selon plusieurs indicateurs, les valorisations boursières apparaissent tendues, en particulier pour les entreprises technologiques axées sur l’intelligence artificielle (IA) » **BANK OF ENGLAND**, Financial Policy Committee, compte rendu d’une réunion du 2 octobre 2025.

8 OCTOBRE

« L’histoire nous enseigne que cet élan peut se renverser brusquement. Les valorisations actuelles se rapprochent des niveaux observés lors de l’euphorie internet il y a 25 ans » **KRISTALINA GEORGIEVA**, directrice générale du Fonds monétaire international (FMI), lors du discours des Assemblées annuelles à Washington, D.C.

8 OCTOBRE

« Nous voyons quelques symptômes potentiels d’une bulle dans la situation actuelle » **ADAM SLATER**, Lead Economist chez Oxford Economics, cité par Associated Press (AP), détaillant ensuite ces symptômes : hausse très rapide des cours tech, poids de la tech dans le S&P 500, valorisations tendues, optimisme extrême malgré l’incertitude.

9 OCTOBRE

« Nous pensons que les inquiétudes récentes au sujet du financement de l’IA sont très largement exagérées » **VIVEK ARYA**, Senior Equity Analyst chez BofA Securities (Bank of America Global Research), dans une note aux clients de la banque.

9 OCTOBRE

« Mon seul regret, c’est de ne pas lui avoir donné plus d’argent » **JENSEN HUANG**, fondateur et CEO de Nvidia, lors d’une interview sur CNBC, à propos de la participation de Nvidia au financement de xAI, la start-up d’IA d’Elon Musk. Huang regrette de ne pas avoir investi davantage, à contre-courant des critiques de financements circulaires.

Début octobre, la fièvre est subitement montée d’un cran autour de l’industrie de l’intelligence artificielle. Entre les valorisations record, les trillions de dollars d’investissements annoncés pour les prochaines années et l’avènement d’une économie circulaire où les géants de la tech se financent et s’achètent entre eux, l’ivresse des marchés s’accroît. La crainte d’une bulle aussi. Florilège.



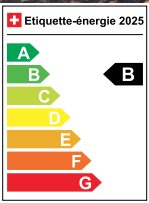
Prenez place dans Audi Business Class

En tant que PME, vous bénéficiez chez Audi de conditions spéciales sur toute la gamme de modèles.

Audi A6 Avant e-tron performance dès CHF 499.–/mois

avantage prix PME de 14,3% inclus

D’autres offres attrayantes pour les PME



Audi A6 Avant e-tron performance, 270 kW, 15,0 kWh/100 km, 0 g CO₂/km, cat. B. prix catalogue CHF 82 350.–, moins avantage prix PME CHF 11 760.– (composé du bonus Premium de CHF 2710.– et de la remise EnterprisePlus de CHF 9050.–), remise totale de 14,3%, prix d’achat au comptant CHF 70 590.–. Taux d’intérêt annuel effectif du leasing: 0,99%, durée: 48 mois (10 000 km/an), acompte spécial: CHF 17 650.–. Mensualité de leasing: CHF 499.–/mois, hors assurance casco obligatoire. Modèle présenté: Audi A6 Avant e-tron performance, 270 kW, 16,3 kWh/100 km, 0 g CO₂/km, cat. B. Gris Magnétique, Extérieur S line, pack extérieur noir, roues Audi Sport, design dynamique à 5 branches, noir métallisé, finition brillante, 8,5 J | 9,5 J × 21, pneus 245/40 | 275/35 R21, assistant de conduite adaptatif plus, applications décoratives aluminium mat brossé avec gaufrage linéaire anthracite, reconnaissance des passagers à l’arrière, Intérieur S avec sièges sport, combinaison cuir/similicuir noir/gris clair, volant cuir sport à 3 branches, aplati en haut et en bas avec multifonction et palettes de commande, Tech plus, rétroviseur extérieur virtuel sans feux de projection, prix catalogue CHF 96 820.–, moins avantage prix PME CHF 13 840.– (composé du bonus Premium 3190.– et de la remise EnterprisePlus CHF 10 650.–), remise totale de 14,3%, prix d’achat au comptant CHF 82 980.–, premier versement: CHF 20 750.–. Mensualité de leasing: CHF 589.–/mois. L’octroi d’un crédit est interdit s’il entraîne le surendettement de la consommatrice ou du consommateur. Financement par AMAG Leasing SA. Promotion valable pour les contrats conclus jusqu’au 27.12.2025 ou jusqu’à révocation. Sous réserve de modifications. Valable pour tous les véhicules importés par AMAG Import SA. Recommandations de prix sans engagement de l’importateur AMAG Import SA. *EnterprisePlus: offre commerciale, valable uniquement si l’entreprise est inscrite au registre du commerce et si l’immatriculation est au nom de l’entreprise.

DAVIDOFF CHEFS EDITION 2025

QUAND LES PIONNIERS DE LA CUISINE RENCONTRENT LES VISIONNAIRES DU CIGARE

Avec la Chefs Edition 2025, Davidoff Cigars réunit une nouvelle fois l'univers des cigares les plus raffinés et l'excellence sensorielle des grands chefs internationaux. Le résultat : un cigare Toro en édition limitée qui allie savoir-faire artisanal, passion et culture du plaisir pour le plus grand bonheur des amateurs.

GOÛT ET PERFECTION

Que ce soit dans une assiette, dans un verre de vin ou dans un cigare, les chefs-d'œuvre naissent d'un souci du détail. À l'invitation de Davidoff Cigars, cinq chefs de renommée internationale ont collaboré avec les maîtres assembleurs de Davidoff pour créer une composition qui allie le savoir-faire sensoriel des deux univers. Ensemble, tous ces chefs ne totalisent pas moins de onze étoiles Michelin et confèrent à la nouvelle Chefs Edition une profondeur aromatique qui témoigne d'une expertise cigare de très haut niveau associée à une expérience culinaire.



plexe mais harmonieux en vieillissant dans les balles de feuilles de palmier naturelles. Il est associé à d'autres variétés particulières de tabac, dont certaines ont mûri quinze ans, et qui confèrent au cigare fraîcheur et profondeur, dans l'esprit de la signature culinaire des chefs.

UN GOÛT PROFOND

La dégustation du cigare Toro débute par une touche de poivre de Cayenne et de crème sucrée, avant de révéler des notes de bois de rose, de cuir et de citron. Le final s'intensifie avec des épices fraîches, du café et du chêne.

MATURATION TRADITIONNELLE

Le mélange reflète dans son goût et son intensité le style léger et élégant des grands chefs. Au cœur du mélange se trouve un tabac Piloto dominicain, qui a mûri pendant cinq années dans des balles de tabac en Yagua. Tout comme un vin gagne en profondeur en vieillissant dans un fût de bois, ce tabac développe un jeu d'arômes com-

CIGARES & SAUVIGNON BLANC

Les arômes de la Chefs Edition se marient particulièrement bien avec un Sauvignon Blanc. Des notes florales, boisées et épicées complètent le profil frais du vin. Son corps léger assure l'harmonie sans occulter le cigare.

Scannez le code QR à droite pour en savoir plus.



TIME BEAUTIFULLY FILLED



INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Quand les « deepfakes » déstabilisent l'économie

En 2025, des vidéos truquées imitant des employés de Goldman Sachs ou de Coca-Cola ont entaché la réputation de ces deux géants. Pour contrer ces fausses informations, les démentir ne suffit pas, selon une recherche de HEC Lausanne parue en septembre. PAR BLANDINE GUIGNIER

L'un des plus gros consommateurs de Coca-Cola par habitant, le Mexique, a été le théâtre d'un mouvement de boycott cette année. En cause, une vidéo montrant des ouvriers hispaniques d'une usine d'embouteillage Coca-Cola au Texas déportés par le service de l'immigration états-unien, à la suite d'une dénonciation de leur employeur. Le document généré par l'intelligence artificielle a donné lieu à de nombreux partages sur TikTok, eux-mêmes visionnés et commen-

tés des millions de fois. Bien que la qualité du trucage soit mauvaise, avec des avions possédant trop d'ailes ou un logo de la marque piètrement exécuté, le dommage est bien réel.

Cette viralité a poussé l'entreprise de boissons à envoyer un démenti. Plusieurs influenceurs et journalistes ont également publié des vidéos sur les réseaux sociaux pour révéler la supercherie. Lors d'un appel avec les investisseurs le 29 avril dernier, le CEO James Quincey déclarait que la fausse vidéo avait eu un impact sur les ventes du soda dans les États américains situés le long de la frontière sud, tout comme la volatilité économique et le temps froid. « Nous tentons de reconquér-

rir une partie des consommateurs hispaniques », avait renchéri le directeur, alors que les ventes au Mexique avaient également reculé durant le dernier trimestre.

IMPACT MÊME QUAND ON N'Y CROIT PAS

« L'image de Coca-Cola reste très liée aux États-Unis et à son président (Donald Trump a un bouton de commande de Diet Coke dans le Bureau ovale, ndr), réagit Patrick Haack, directeur du Department of Strategy, Globalization, and Society de HEC Lausanne. L'entreprise devient une cible facile pour ce type de campagnes de fausses informations. Ce *deepfake* est en outre devenu viral car il semble plausible. Il a trouvé un écho alors que de nombreux migrants se faisaient effectivement arrêter dans d'autres contextes aux États-Unis. Il est sans doute venu confirmer des croyances préexistantes chez certains citoyens mexicains. »

Tous les secteurs sont touchés, y compris la finance. Des vidéos truquées de deux hauts cadres de Goldman Sachs, Abby Joseph Cohen et David Kostin, ont également circulé au printemps dernier sur les réseaux sociaux, promettant des gains rapides importants en rejoignant un groupe WhatsApp dédié à l'achat d'actions. Même si elles ont été démenties, de telles arnaques peuvent rendre les internautes méfiants vis-à-vis de prochains contenus publiés par la banque et affecter sa réputation.

Pour réagir au mieux à ces histoires délibérément inventées dans le but de devenir virales, le professeur de HEC

Lausanne a copublié en septembre un guide à l'intention des entreprises dans le magazine *Harvard Business Review*. Il y analyse un autre cas survenu fin 2022 à l'encontre du géant pharmaceutique Eli Lilly. Un faux compte Twitter se faisant passer pour la société annonçait que celle-ci allait distribuer gratuitement de l'insuline. L'information avait été partagée par plus de 1500 personnes dans les heures qui suivirent. « Bien que le compte officiel de Eli Lilly ait rapidement clarifié la situation, le mal était déjà fait et la valeur des actions de la société avait chuté de 4%, explique-t-il. Les investisseurs ont craint une baisse importante des bénéfices et une relance du débat sur le coût de l'insuline. »

« Nous sommes engagés dans une lutte permanente d'IA à IA »

Ann-Kathrin Freiberg, directrice Business Development de la firme allemande BioID

Un élément inattendu ressort de ce cas, mais également des expériences menées par Patrick Haack et ses collègues sur le comportement des individus : « Les investisseurs n'estiment pas forcément que la fausse information est réelle, mais jugent les autres plus crédules qu'eux-mêmes et ajustent leurs agissements en fonction de cela. » Une enquête publiée par Ipsos en 2023 dans 29 pays rejoint les observations du professeur de HEC Lausanne. Alors que 66% des personnes interrogées se disent capables de distinguer les vraies informations des fausses, seuls 44% estiment que tout le monde en est capable.

Ce biais devrait pousser les firmes à adapter leur manière de répondre à une crise, selon Patrick Haack : « Il ne suffit pas de faire supprimer le contenu falsifié sur une plateforme ou de rédiger un →

communiqué démontrant la fausseté des informations. Il faut montrer aux clients ou investisseurs que les autres aussi sont convaincus qu'il s'agit d'un mensonge.» Pour cela, le professeur conseille de disposer en amont d'un réseau d'acteurs fiables et réputés, prêt à réagir en cas de crise. «Ces alliés vont pouvoir rapidement confirmer que l'information est erronée. Si l'on prend l'exemple de Coca-Cola, imaginez l'effet bénéfique que cela aurait si Pepsi-Cola, son principal concurrent, révélait que la vidéo est fausse!»

GUERRE TECHNOLOGIQUE

Outre ces stratégies de communication, des outils technologiques peuvent être utiles en amont pour détecter du contenu falsifié. Des dizaines de logiciels ont été développés ces dernières années pour passer au crible vidéos, photographies, audios mensongers générés par une IA.

Le fournisseur californien d'anti-virus McAfee, par exemple, a développé avec Intel un logiciel permettant de détecter les *deepfakes*. Il se concentre sur la partie audio du contenu, décrypté grâce à son IA. Pour plus de sécurité, l'outil est installé directement sur les ordinateurs à l'achat et ne partage pas de données sur le cloud. Après une phase de test gratuit, il est disponible sur abonnement. La société possède aussi une plateforme en ligne nommée «Smart AI Hub» qui donne des conseils et des news dans le domaine, et est dotée d'un espace où ajouter des url de *deepfakes* pour entraîner son IA.

L'allemand BioID propose aussi une version de son détecteur de *deepfakes* à tester et des workshops gratuits, tout en commercialisant des services aux entreprises ou aux privés qui ont besoin par exemple de vérifier des photographies d'identité ou de sécuriser des visioconférences (*lire en encadré*). Ce détecteur se concentre pour

Au-delà de l'atteinte à l'image

Les arnaques à base de *deepfakes* menacent également les opérations des entreprises, en ciblant directement leurs clients et leurs employés.

Les sociétés n'encourent pas uniquement des risques réputationnels en raison des *deepfakes*. Elles peuvent aussi être victimes de vols de données ou de fonds, ou d'attaques visant à déstabiliser leurs opérations. Les escroqueries reposant sur des trucages à base d'IA ont ainsi entraîné des pertes financières de près de 550 millions de dollars durant les six premiers mois de cette année, selon une étude de Resemble AI, une société active dans la création et la détection de *deepfakes* audios.

Le cabinet de conseil Gartner a conduit entre mars et mai 2025 un sondage auprès de 302 organisations. Dans l'année qui a précédé le questionnaire, 36% ont vécu au moins une tentative d'attaque d'usurpation d'identité avec IA lors d'un appel vidéo avec un employé. Pour les appels audios, cette part s'élève à 44%. Pour Apeksha Kaushik et Akif Khan, spécialistes du sujet chez Gartner, les vendeurs de logiciels doivent intégrer immédiatement des instruments de détection des *deepfakes*, avec une stratégie composée de plusieurs niveaux de

défense. «Bien que les *deepfakes* existent depuis un certain temps, la prolifération d'outils très simples d'utilisation a rendu leur création nettement plus accessible, même pour des personnes ayant des compétences techniques limitées.»

Les techniques *anti-deepfake* pourraient ainsi représenter un marché important dans les années à venir. Évalué à 213,24 millions de dollars en 2023, le secteur devrait connaître un taux de croissance annuel d'environ 40% entre 2023 et 2031, selon un rapport de The Insight Partners daté de novembre 2024. De grands groupes présents en Bourse tels Intel, Microsoft ou Google ont développé leurs propres outils en la matière ou ont racheté des sociétés technologiques. Le cabinet Accenture a par exemple massivement investi dans la start-up newyorkaise Reality Defender. D'autres PME comme l'américaine Pindrop ou l'allemande BioID continuent le développement de services de détection et protection de manière indépendante. Gartner prévoit que d'ici à 2027, la moitié des entreprises auront investi dans des produits, des services de sécurité contre la désinformation ou dans des stratégies visant à construire de la confiance. Elles sont moins de 5% aujourd'hui.

sa part sur le visuel en recherchant par exemple les anomalies inter-images ou dans le codec vidéo, soit ce qui compresse/décompresse la vidéo. «Nous sommes engagés dans une lutte permanente d'IA à IA», a expliqué Ann-Kathrin Freiberg au site d'information spécialisé Biometric Update.com. «Nous ne pouvons pas nous reposer sur nos lauriers et vendre ce que nous avons. Nous travaillons sans relâche à améliorer la précision de nos algorithmes.» La vice-présidente de l'entreprise responsable du développement commercial plaide pour une approche holistique

contre les *deepfakes*, qui combine l'éducation aux médias (*media literacy*), une réglementation numérique efficace et un soutien technique.

Il reste néanmoins du chemin à parcourir avant que l'ensemble des entreprises prennent en compte ces problématiques: «Les entreprises peinent encore à investir dans des outils contre les *deepfakes*, regrette l'entrepreneur Anthony Sahakian qui a dirigé une start-up dans le domaine en Suisse, Quantum Integrity. Elles attendent souvent que l'attaque ait vraiment lieu pour agir.» ▲

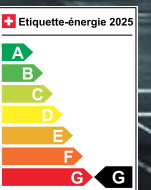
PORSCHE

Le nouveau

CAYENNE BLACK EDITION

1,9%

Performance Leasing
sur tous les nouveaux Cayenne



Consommation de carburant pondérée, combinée: 4,4 – 4,1 l/100 km; consommation d'électricité pondérée combinée: 19,7 – 19,3 kWh/100 km; émissions de CO₂ pondérées combinées: 101 – 93 g/km; classe d'efficacité énergétique: G
La promotion de leasing est valable pour tous les nouveaux Cayenne. Exemple de prix d'une voiture neuve: Porsche Cayenne Black Edition, prix d'achat au comptant: CHF 133'100.-; durée: 36 mois; 10'000 km par an; apport initial: CHF 45'000.-; acompte de leasing (brut): CHF 971.84/mois, taux d'intérêt effectif: 1,92%, assurance casco complète non comprise. Tous les prix s'entendent TVA incluse. Sous réserve de modifications. La promotion est valable du 15.09.2025 au 31.12.2025 (la date de dépôt de la demande faisant foi). L'octroi d'un crédit est interdit s'il entraîne le surendettement du consommateur (art. 3 LCD). Le donneur de leasing et partenaire contractuel est Porsche Financial Services Schweiz AG, Blegistrasse 7, 6343 Rotkreuz. Assurance casco complète obligatoire non comprise. Pour une offre ferme, veuillez vous adresser à votre Centre Porsche. Valable uniquement dans les Centres Porsche agréés participants.

Découvrir maintenant
et scanner le code QR





IWC Ingenieur. Form und Technik.



Ingenieur Automatic 42, Ref. 3389

Affichant une dureté avoisinant les 1300 HV sur l'échelle de Vickers, la céramique à base d'oxyde de zirconium est l'un des matériaux les plus durs au monde. Elle peut uniquement être usinée grâce à des outils à pointe de diamant et est quasiment inrayable. Une excellente nouvelle pour vous, un défi pour nous. La fabrication d'une montre entièrement conçue en céramique est incroyablement complexe et exigeante. Heureusement, nos ingénieurs travaillent la céramique depuis 1986. N'ayez donc aucune crainte: pour ce qui est de la conception de l'Ingenieur Automatic 42, nous n'avons rien laissé au hasard. **IWC. Engineered.**

IWC Boutique · Rue du Rhône 48 · Genève

IWC
SCHAFFHAUSEN

34
Infographie:
les maladies
de l'œil

36
Et les lunettes
devinrent
intelligentes

40
Huit entreprises
à garder à l'œil

44
Interview de
Riad Sherif,
CEO d'Oculus

D O S S I E R

Rien que pour vos yeux

Porté par le vieillissement de la population et de nombreuses innovations, le marché des soins oculaires affiche une robuste croissance. Il pourrait dépasser les 110 milliards de dollars en 2030, contre 74,7 milliards en 2024.

PAR BERTRAND BEAUTÉ

A

u moins 2,2 milliards de personnes sont atteintes d'une déficience visuelle ou de cécité dans le monde. Le chiffre est régulièrement repris dans les médias lorsqu'il s'agit d'aborder la problématique de la vision à l'échelle globale. Mais en réalité, leur nombre est plus élevé. Ce chiffre est en effet tiré du premier *Rapport mondial sur la vision*, publié en 2019 par l'Organisation mondiale de la santé (OMS). Il y a déjà six ans donc. Et depuis: «La prévalence de tous les troubles oculaires a augmenté», souligne Riad Sherif, le CEO de la société suisse

Oculus dans l'interview qu'il nous a accordée (lire en p. 44).

Plusieurs raisons expliquent l'envolée fulgurante des pathologies ophtalmiques dans le monde. La première est démographique. «Avec l'âge, le risque de développer une maladie de la vision augmente, rappelle Pierre-Alexis François, Portfolio Manager chez Thematics Asset Management. Résultat: le vieillissement de la population entraîne mécaniquement une hausse des troubles oculaires, en particulier des maladies comme le glaucome, la cataracte ou la dégénérescence maculaire liée à l'âge (DMLA).» Selon les projections des Nations unies, le nombre de personnes âgées dans le monde (plus de 60 ans) va plus que doubler, passant de 761 millions en 2021 à 1,6 milliard en 2050, engendrant une hausse spectaculaire des troubles oculaires.

Première cause de perte de la vision centrale chez les plus de 50 ans dans les pays occidentaux, la DMLA, par exemple, affectait environ 200 millions de personnes dans le monde en 2020. Un chiffre qui devrait atteindre 288 millions en 2040, soit une hausse de 44% sur la période, selon une étude publiée dans *Cureus: Journal of Medical Science*. Le risque de survenue de la DMLA augmente drastiquement avec l'âge: il concerne 24% de la population des 75-79 ans contre 2% des 50-59 ans aux États-Unis. À l'échelle mondiale, cette maladie est responsable d'environ 9% de toutes les cécités.

Constat similaire pour le glaucome. Près de 111,8 millions d'individus seront touchés par cette maladie en 2040, selon une étude publiée dans la revue *Ophthalmology*, contre environ 80 millions en 2020, d'après →

les chiffres de la Glaucoma Research Foundation. Une évolution qui n'est pas sans conséquences sanitaires et économiques : d'ici à 2040, 22 millions de personnes dans le monde seront aveugles en raison d'un glaucome, contre 8,4 millions en 2010.

UNE ÉPIDÉMIE DE MYOPIE

« La hausse de la prévalence du diabète dans le monde (lire *Swissquote Magazine* de mars 2023) est également une cause de l'augmentation de la prévalence des troubles oculaires », précise Cyril Suter, Investment Specialist chez Indosuez Wealth Management. En effet, sur les 800 millions de personnes diabétiques dans le monde – 5 fois plus que dans les années 1980 –, 25 à 30% développeront une maladie des yeux, en particulier la rétinopathie diabétique qui, en l'absence de traitement, peut conduire à la cécité.

Mais l'augmentation des troubles oculaires ne concerne pas que les personnes âgées. Les plus jeunes, également, voient de moins en moins bien. Des spécialistes n'hésitent pas à parler d'« épidémie de myopie » en raison de l'augmentation rapide et alarmante de la prévalence de ce trouble de la vision à l'échelle mondiale, en particulier chez les jeunes générations. Selon un article publié dans la revue scientifique *Nature* en mai 2024, la moitié de la population mondiale sera myope en 2050, soit 5 milliards de personnes, contre 30% aujourd'hui.

« La myopie est de plus en plus courante en raison de l'évolution des modes de vie, relève Alyssa Cornuz, Portfolio Manager chez Robeco. Les jeunes générations passent moins de temps à l'extérieur qu'à l'intérieur, notamment devant des

écrans. Or l'œil humain n'est pas fait pour ça. Il a besoin de la lumière naturelle et de la vision de loin. » Résultat : si, en 2001, une majorité (55%) des 16-24 ans vivant en Suisse n'utilisait pas d'aides visuelles (lunettes ou lentilles), ce chiffre n'était plus que de 30% vingt ans plus tard, en 2021, selon une étude d'Optique-suisse. Au total, plus de 80% de la population suisse âgée de 15 à 74 ans portent actuellement des lunettes ou des lentilles (voir l'infographie en p. 34).

La moitié de la population mondiale sera myope en 2050, soit 5 milliards de personnes, contre 30% aujourd'hui

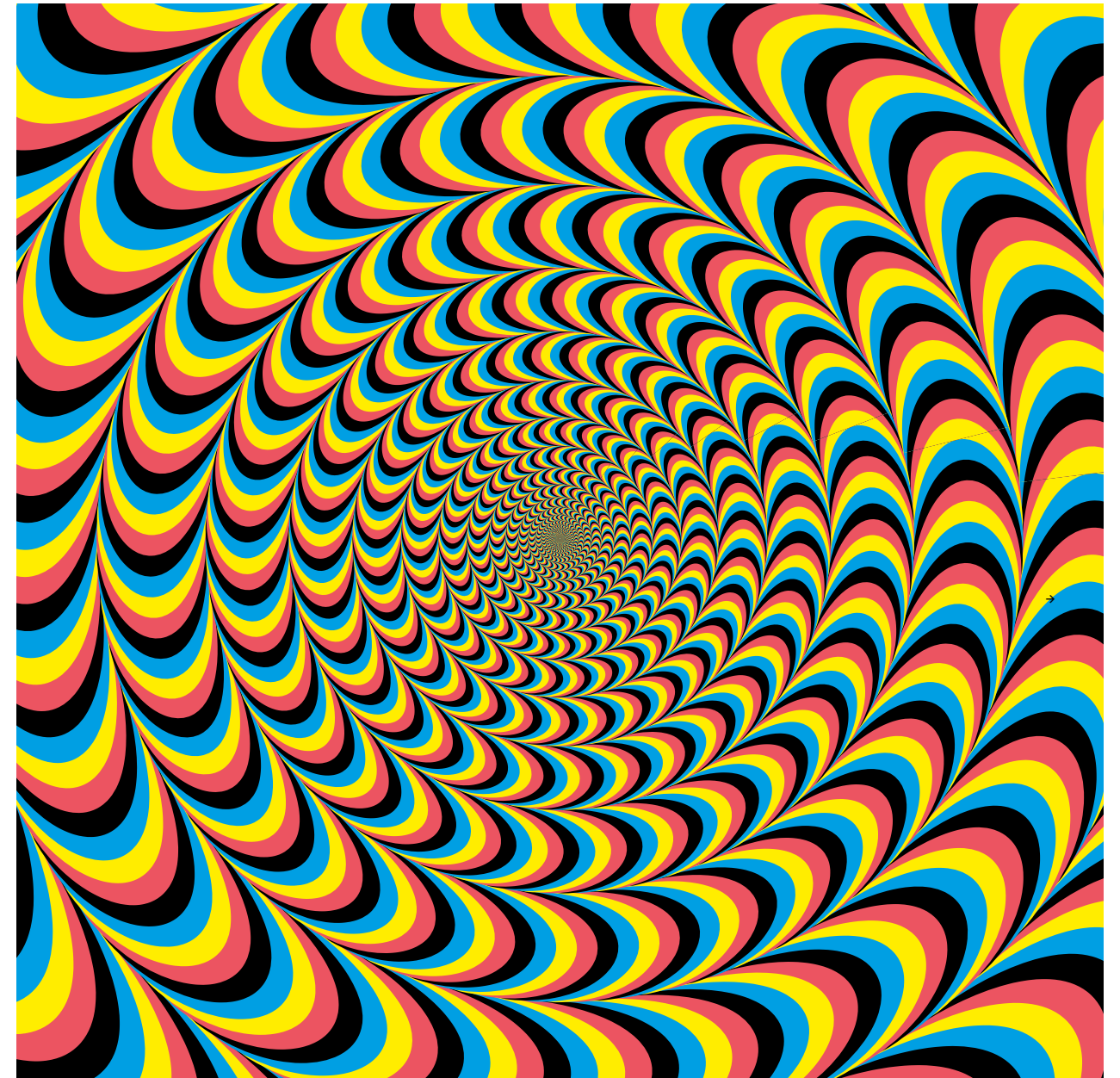
Du pain bénit pour les entreprises spécialisées dans le secteur de l'ophtalmologie, à l'image des géants EssilorLuxottica, numéro un mondial de la lunette, et Alcon, leader mondial de la chirurgie oculaire, mais aussi d'entreprises plus petites comme Oculis, Ocular Therapeutix ou encore Warby Parker (lire les portraits d'entreprises en p. 40 à 50). « Le secteur de la santé des yeux affiche une croissance structurelle de 4 à 5% par an, poursuit Cyril Suter. C'est une industrie intéressante pour les investisseurs, même s'il faut regarder sous-secteur par sous-secteur le marché de l'ophtalmologie, qui couvre de nombreux domaines allant de la pharmacie aux medtechs, en passant par les fabricants de verre. » Selon une étude du cabinet Grand View Research, le marché global des soins aux yeux devrait ainsi générer 110,33 milliards de dollars en 2030, contre 70,78 milliards en 2023, soit une croissance annuelle de 6,72%.

« Le marché du traitement des troubles oculaires est en croissance structurelle consécutivement à l'augmentation du nombre de malades, confirme Pierre-Alexis François. Mais il l'est aussi en raison des progrès. L'ophtalmologie est un secteur très innovant, ce qui fait naître des marchés. Pour les investisseurs, cette industrie peut offrir des taux de croissance attractifs, en particulier si l'on s'intéresse aux sociétés qui innovent le plus. » Un avis partagé par Christoph Wirtz, responsable des actions chez Rothschild & Co :

« Le secteur des soins aux yeux peut représenter un bon investissement. La clef, c'est l'innovation. Dans les pays développés, les systèmes de

santé paieront pour rembourser des inventions qui apportent un réel bénéfice aux patients. »

Avant les années 2000, par exemple, la médecine n'offrait que peu de solutions aux personnes souffrant de DMLA. L'arrivée en 2005 d'une nouvelle classe de médicaments – les antifacteurs de croissance de l'endothélium vasculaire (ou anti-VEGF pour *anti-vascular endothelium growth factor*) – a révolutionné la prise en charge de ces patients. Aujourd'hui, le marché des anti-VEGF est estimé à 13 milliards de dollars et devrait atteindre 23,3 milliards en 2034, soit une croissance annuelle de 6,1%, selon Global Market Insights. De nombreuses entreprises, dont Alcon, Amgen, Novartis ou encore Roche se partagent ce business. « Le marché des anti-VEGF est devenu très concurrentiel, souligne Cyril Suter. Mais il s'agit d'un secteur où il y a encore de la place pour la nouveauté.



↑
Même en l'absence de maladie, nos yeux se laissent facilement tromper par des illusions d'optique – des constructions visuelles qui dupent notre cerveau, ce dernier interprétant mal les images reçues par les yeux.

Actuellement, le traitement consiste en des injections régulières dans les yeux. Afin d'améliorer la prise en charge, de nombreux acteurs développent des procédés moins contraignants et moins invasifs pour les patients. Via leurs innovations, ils peuvent bouleverser ce marché. »

En 2023, par exemple, Regeneron Pharmaceuticals

a obtenu l'autorisation de la Food and Drug Administration (FDA) pour la commercialisation de l'Eylea, une formulation qui permet de réduire la fréquence des injections. De son côté, Roche a lancé Susvimo, un implant intraoculaire qui libère le médicament continuellement, réduisant ainsi la fréquence des injections à une fois tous les six mois contre une fois toutes les huit semaines environ pour les traitements classiques.

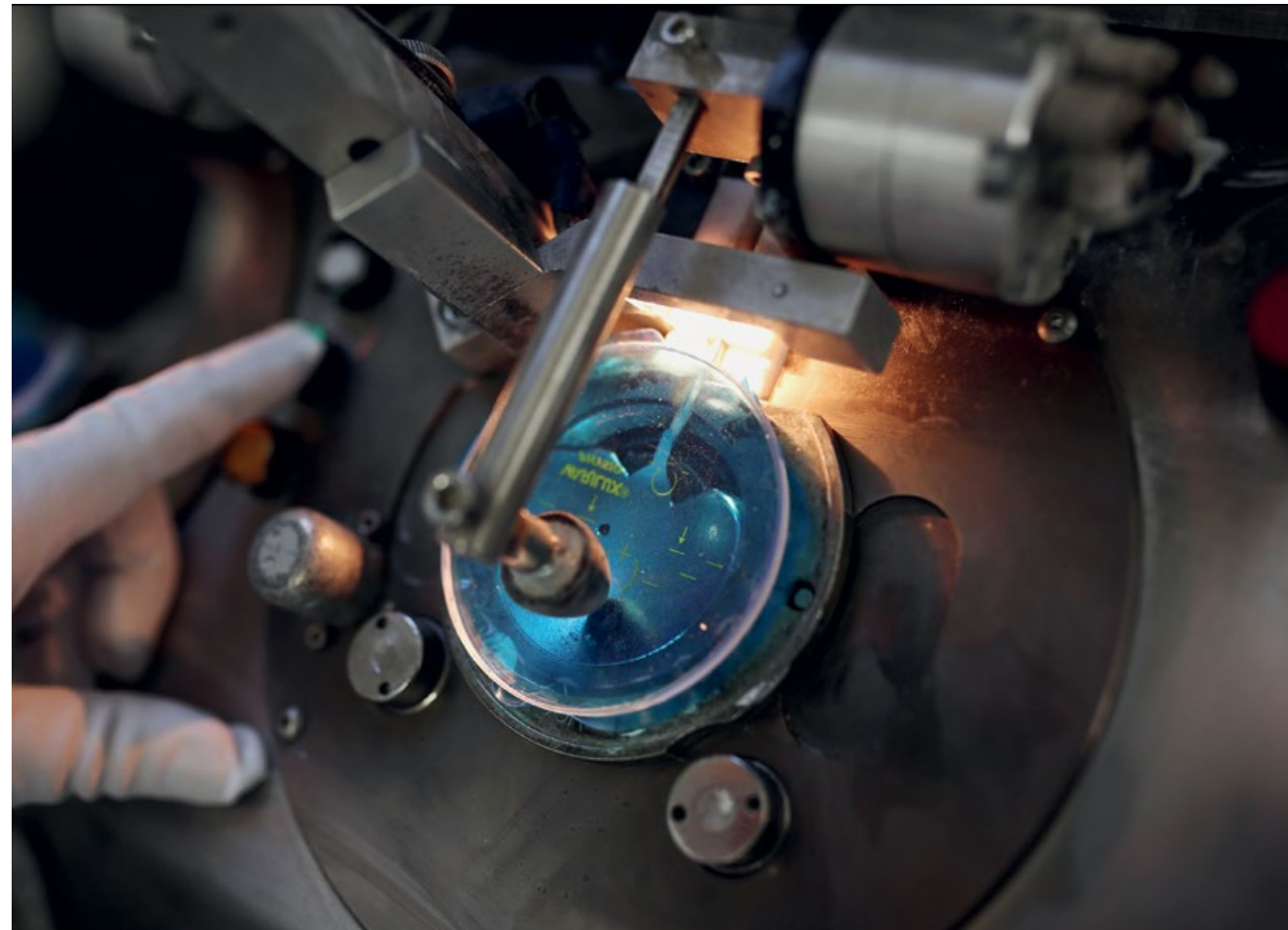
Le procédé, unique en son genre, a été approuvé par la FDA en février 2025. La pépite suisse Oculis, quant à elle, développe un collyre – des gouttes ophtalmiques – qui pourrait permettre à terme de s'affranchir totalement des piqûres pour traiter la DMLA (lire l'interview de Riad Sherif en p. 44). « Le secteur des anti-VEGF est très dynamique, avec beaucoup d'innovations », résume Cyril Suter. ➔

Une autre révolution est en cours dans le domaine de la myopie, où les grands lunettiers comme EssilorLuxottica, Hoya et Zeiss ont commencé à sortir en 2020 des verres qui, en plus de corriger la myopie, freinent son développement. Selon les chiffres de l'entreprise, les verres Essilor Stellest, par exemple, contribuent à ralentir de 67% la progression de la myopie, par rapport à des verres standards, lorsque les enfants les portent douze heures par jour. Un tournant en matière de santé car, entre 6 et 9 ans, près d'un enfant sur quatre porteurs de lunettes est myope. Le chiffre grimpe à 60% à 18 ans. Il est donc capital d'intervenir le plus tôt possible, car la progression est plus rapide avant l'âge de 10 ans, et chaque dioptrie perdue augmente de 67% le risque de pathologies sévères à l'âge l'adulte: décollement de rétine, glaucomes, maculopathies myopiques... « Le marché adressable des verres qui freinent la myopie est énorme, souligne Pierre-Alexis François. EssilorLuxottica réalise déjà une partie significative de son chiffre d'affaires avec cette technologie en Chine. »

« Dans les pays développés, les systèmes de santé paieront pour rembourser des innovations qui apportent un réel bénéfice aux patients »

Christoph Wirtz, responsable des actions chez Rothschild & Co

Et l'entreprise italo-française ne s'arrête pas là, innovant sur tous les fronts. Son partenariat avec Meta a conduit à la commercialisation de lunettes connectées, les Meta Ray-Ban (lire également en p. 36) et la société entend également bouleverser le secteur



↑ Un verre de lunettes signé Varilux, l'une des nombreuses marques du groupe EssilorLuxottica.

des aides auditives. Après le rachat en 2023 de Nuance Hearing, Essilor a commercialisé en 2025 les Nuance Audio – des lunettes qui, à la fois, corrigent la vue et permettent d'entendre mieux. Un nouveau marché potentiellement gigantesque, selon la société: « Le marché des aides auditives demeure à présent sous-adressé à l'échelle globale (...), les consommateurs étant souvent réticents à porter des dispositifs correctifs en raison de facteurs tels que la stigmatisation liée à la visibilité de l'appareil, l'inconfort physique, le prix et l'accessibilité. Nuance Audio supprimerait ces obstacles, qui ont freiné l'adoption des appareils auditifs traditionnels. Avec le lancement des Nuance Audio Glasses, le Groupe vise à répondre aux besoins de près de 1,25 milliard de per-

sonnes dans le monde souffrant d'une perte d'audition légère à modérée. »

MICROCHIRURGIE DE POINTE

Pour en revenir exclusivement aux yeux, d'énormes progrès sont également accomplis dans le domaine de la microchirurgie ophtalmique, comme l'explique Alyssa Cornuz: « Les lasers sont de plus en plus précis, ce qui permet des interventions de moins en moins invasives et extrêmement sûres. » Deux études, présentées en septembre dernier à Copenhague (Danemark) lors du 43^e congrès de la Société européenne de la cataracte et de la chirurgie réfractive, ont ainsi montré qu'il était désormais « sûr, pratique et efficace » d'opérer les deux yeux du patient en même temps dans les cas de cataracte,

alors que les ophtalmologistes font habituellement cela en deux temps: un œil puis l'autre, à environ deux semaines d'intervalle. Un changement de paradigme qui pourrait réduire les coûts pour les assurances santé et représenter un gain de temps pour les patients.

Autre évolution notable: l'apparition des implants multifocaux. Lors de la chirurgie de la cataracte, le cristallin opacifié est retiré et remplacé par une lentille artificielle. Si les implants classiques permettent donc de se débarrasser de la cataracte, de nouveaux implants dits multifocaux parviennent à corriger en même temps la myopie, l'astigmatisme et la presbytie. De quoi réduire les dépenses en lunettes des patients.

« Les entreprises leaders dans le domaine de la chirurgie ophtalmique profitent de l'augmentation du nombre d'opérations, notamment de la cataracte », souligne David Kägi, portfolio manager chez Robeco. Mais le spécialiste prévient: « Les gens commencent à ressentir

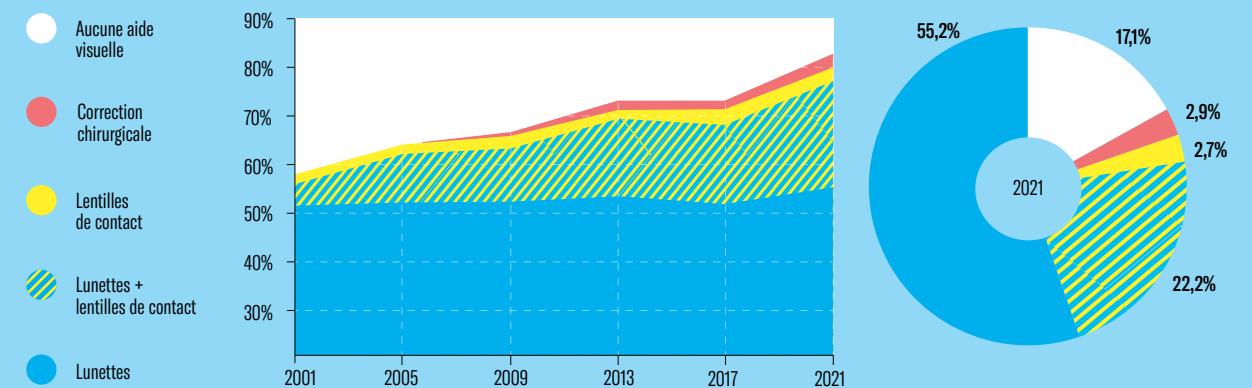
l'inflation des prix et les opérations des yeux figurent parmi les dépenses qui sont reportées en période de crise, particulièrement dans les pays où ces interventions ne sont pas, ou sont peu, prises en charge par les systèmes de santé. » Un avis partagé par Christoph Wirtz: « Le marché de la chirurgie ophtalmique est volatil, les patients reportant les opérations en période d'incertitude économique. »

À plus long terme, « certains traitements chirurgicaux pourraient être remplacés par la thérapie cellulaire et la thérapie génique qui sont très prometteuses en ophtalmologie, poursuit Christoph Wirtz. Mais il s'agit d'une musique d'avenir. Ces traitements sont encore loin d'arriver sur le marché. »

Ce qui n'empêche pas Alcon de s'y préparer. En novembre 2025, l'entreprise basée à Genève a annoncé l'acquisition d'une participation majoritaire dans Aurion Biotech, une société spécialisée dans les thérapies cellulaires pour les maladies oculaires. ▲

Une large majorité de malvoyants

Proportion de porteurs d'aides visuelles dans la population résidente suisse (âge 16-74)



SOURCES: PUBLITEST 2021-2017 / OPTIQUESUISSE/GFK 2021

Les maladies de l'œil

Les troubles de la vision peuvent toucher toutes les parties de l'œil. Quelques exemples.

PAR BERTRAND BEAUTÉ, INFOGRAPHIE: AURÉLIEN BARRELET



Kératocône

1/2000

Proportion de personnes développant un kératocône.

Maladie dégénérative de la cornée. Les formes mineures se corrigent avec des lunettes. Si la maladie est évolutive, une opération par réticulation (*cross-linking*) du collagène cornéen (CXL) ralentit ou arrête sa progression.



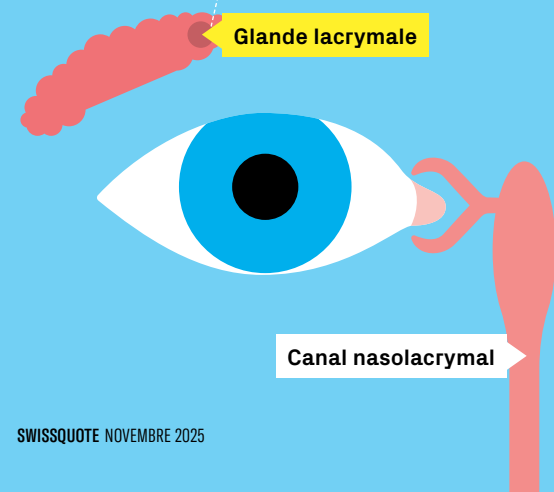
Syndrome de l'œil sec

~30%

Part de la population affectée par ce syndrome

Affection de l'œil survenant lorsque celui-ci n'est pas suffisamment humidifié par les glandes lacrymales. L'utilisation de larmes artificielles sous forme de collyre ou de spray réduisent les symptômes.

Glande lacrymale



Canal nasolacrimal

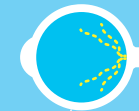


Cataracte

100'000

Nombre d'opérations de la cataracte réalisées chaque année en Suisse.

Opacification partielle ou totale du cristallin. L'opération de la cataracte consiste à enlever le cristallin opacifié et à le remplacer par un cristallin artificiel translucide.



Rétinopathie diabétique

25-30%

Proportion de patients diabétiques développant une rétinopathie au cours de leur vie.

Ensemble des maladies de la rétine dues à la détérioration des vaisseaux rétinien par le diabète. Plusieurs traitements existent en fonction de la forme de rétinopathie, notamment la photo-coagulation pan-rétinienne au laser, la vitrectomie ou encore l'injection intraoculaire d'anti-VEGF.

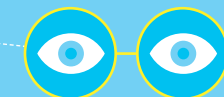


Glaucome

100'000

Nombre de personnes auxquelles a été diagnostiqué un glaucome en Suisse, alors que 100'000 autres en souffrent sans qu'il n'ait été détecté.

Destruction lente du nerf optique, en raison d'une trop grande pression intraoculaire. On ne peut pas guérir le glaucome. Le recours à des collyres freine sa progression.



Troubles réfractifs

50%

Part de la population mondiale qui sera myope en 2050.

L'œil ne focalise pas la lumière correctement sur la rétine, provoquant une vision floue. Ces troubles peuvent être corrigés à l'aide de lunettes, de lentilles de contact ou, dans certains cas, par une chirurgie réfractive.

Myopie
Vision floue au loin

Hypermétropie
Vision floue de près

Astigmatisme
Vision déformée ou floue à toute distance

Presbytie
Vision floue de près due à l'âge



DMLA humide

200 mio

Nombre de personnes atteintes de DMLA dans le monde (toutes formes confondues).

Accumulation de déchets dans la macula et apparition de nouveaux vaisseaux sanguins sous la rétine, provoquant la formation d'un œdème maculaire. Injection toutes les quatre semaines (en début de traitement) dans le corps vitré d'anti-VEGF.

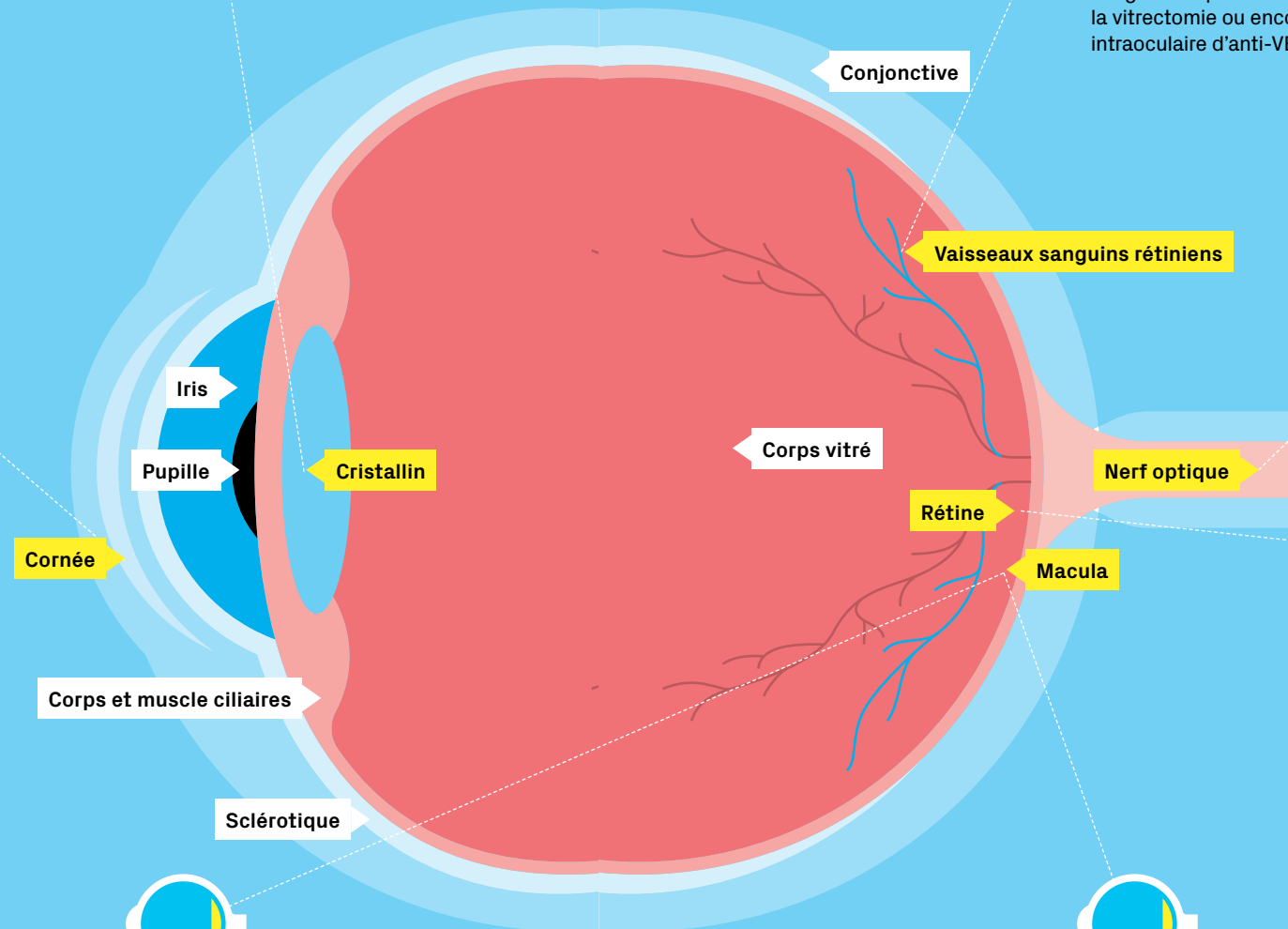


DMLA sèche

85-90%

Proportion de personnes atteintes de DMLA qui ont une forme sèche.

Vieillessement et détérioration des mécanismes qui nettoient la macula. Les déchets s'accumulent sous la rétine, altérant la vision centrale. Il n'existe pas de traitement curatif pour la DMLA sèche.



Et les lunettes devinrent intelligentes

Dix ans après l'échec des Google Glass, les lunettes connectées signent leur grand retour. Dopées à l'intelligence artificielle et bénéficiant des progrès de la miniaturisation, elles pourraient cette fois s'imposer. Explications. PAR BERTRAND BEAUTÉ

« Les lunettes sont la forme idéale pour la superintelligence personnelle parce qu'elles permettent de rester présent dans l'instant tout en vous donnant accès à l'IA qui vous rend plus intelligent, vous permet de mieux communiquer, d'améliorer votre mémoire et plus encore. » Lors de la conférence Meta Connect 2025, qui s'est tenue le 17 septembre au siège de Meta à Menlo Park, le CEO de l'entreprise Mark Zuckerberg a dévoilé une nouvelle paire de lunettes connectées, réalisées en partenariat avec EssilorLuxottica: les Meta Ray-Ban Display.

La maison mère de Facebook n'en est pas à son galop d'essai. Après l'échec des Ray-Ban Stories en 2021 – 300'000 ventes en dix-huit mois, dont 90% finissaient au fond d'un tiroir selon un document interne consulté par le *Wall Street Journal* –, le duo n'avait pas lâché l'affaire avec la commercialisation en 2023 des Meta Ray-Ban, première génération. Un pari, à l'époque, qui s'est transformé en *success story* inattendue.

Si les deux entreprises ne communiquent plus sur les volumes exacts des ventes, elles en ont déjà écoulé plusieurs millions d'exemplaires (première et deuxième générations confondues) et EssilorLuxottica a annoncé en juillet dernier avoir investi dans ses sites pour atteindre une production de « 10 millions » de paires par an. Le duo a par ailleurs élargi sa gamme en dévoilant les Oakley Meta en juin 2025 et EssilorLuxottica, qui détient la licence Chanel, pourrait lancer prochainement les premiers modèles de luxe de cette catégorie.

« C'est un marché très excitant avec beaucoup de potentiel »

Alyssa Cornuz, Portfolio Manager chez Robeco

Un succès que relativise Pierre-Alexis François, Portfolio Manager chez Thematics Asset Management: « Aujourd'hui, la progression des ventes des Ray-Ban et Oakley Meta est liée à l'attrait pour ces marques emblématiques. Mais la techno-

logie n'en est seulement qu'à ses premières itérations et la courbe de progression en terme d'applications est encore très grande. » En effet, ces appareils sont des lunettes connectées et non de véritables lunettes de réalité augmentée. Dotées d'une caméra, d'un micro et d'écouteurs, elles permettent de filmer, de diffuser du contenu ou d'écouter de la musique.

Suffisant pour assurer quelques fonctions intéressantes, dont la traduction instantanée, mais pas assez pour parler d'une véritable révolution.

« À l'heure actuelle, les lunettes connectées sont une sorte de



↑ Mark Zuckerberg, le CEO de Meta, sur scène pour la présentation des nouvelles lunettes connectées de la marque, le 17 septembre dernier à Menlo Park, en Californie.

prolongement du smartphone. C'est un accessoire de style, mais on reste assez loin d'une démocratisation, souligne Cyril Suter, spécialiste actions chez Indosuez Wealth Management. La véritable révolution interviendra avec l'apparition des lunettes incluant la réalité augmentée, c'est-à-dire des modèles dotés de verres spécifiques, très coûteux, permettant d'afficher des informations. »

Un défi sur lequel Google s'est cassé les dents. En 2012, le géant de Mountain View avait dévoilé les Google Glass, des lunettes révolutionnaires équipées d'une caméra mais aussi d'un mini-écran sur l'un des verres.

Mais malgré différents essais, notamment dans l'industrie, ce modèle n'avait jamais réussi à percer, notamment en raison d'un prix prohibitif. Google avait fini par abandonner la version grand public en 2015, mais avait continué à en proposer aux professionnels jusqu'en 2023. Sans succès.

Presque quinze plus tard, l'heure de ces appareils est peut-être arrivée. En avril 2025, Google a brièvement présenté la deuxième génération de ses Google Glass, sans évoquer de date de commercialisation, ni de prix. Mais c'est surtout Meta qui semble avoir un train d'avance, avec l'annonce des Meta Ray-Ban Display en septembre dernier. À la diffé-

rence des Meta Ray-Ban, celles-ci disposent d'un petit écran sur l'un des deux verres, permettant l'affichage d'informations, que Mark Zuckerberg considère comme « la première interface neuronale grand public » lorsqu'elles sont combinées avec le bracelet de commande gestuel de Meta. Commercialisées pour 799 dollars, contre 299 dollars pour les Meta Ray-Ban ou 379 dollars pour la deuxième génération du modèle de base (avec un meilleur capteur photo et une batterie plus endurante), les Display sont en effet relativement accessibles.

De quoi lancer le marché ? « Jusqu'ici les lunettes intelligentes n'ont pas rencontré le →



↑
Trop tôt, trop cher ? Les Google Glass, qui avaient été lancées en 2012 par la firme de Mountain View, ont connu un échec commercial.

succès attendu, mais c'est un marché très excitant avec beaucoup de potentiel, note

Alyssa Cornuz, Portfolio Manager chez Robeco. J'adore l'idée de porter des lunettes qui nous facilitent la vie.» Un avis partagé par Cyril Suter: « Le marché des lunettes avec réalité augmentée est prometteur et même potentiellement énorme. On peut faire un parallèle avec le secteur des montres connectées: la croissance de ce marché va augmenter à mesure que les performances des modèles s'améliorent et que le nombre d'applications explose. »

Demain, peut-être, les sportifs du dimanche porteront ainsi des lunettes (plutôt que des montres connectées) leur permettant de suivre en direct leur rythme cardiaque, mais aussi d'avoir des informations sur le dénivelé, leur vitesse ou la météo directement affichées sur le verre de leurs lunettes. Si des modèles existent déjà, ils demeurent néanmoins trop chers pour toucher un large public. « Mais ce n'est que le début, prévient Jérôme Malzac, directeur de l'Innovation et expert en IA générative chez Micropole.

Les avancées de l'intelligence artificielle, mais aussi les progrès phénoménaux des puces électroniques vont faire exploser les usages. Nous sommes à un tournant. »

« Les lunettes intelligentes suscitent un débat légitime sur les données collectées et le respect de la vie privée »

Jérôme Malzac, directeur de l'Innovation et expert en IA générative chez Micropole

Et l'expert de citer de nombreuses possibilités en plus de l'usage grand public, notamment dans le domaine médical. « Plusieurs start-up développent des lunettes intelligentes pour les personnes malvoyantes. Grâce à l'IA, ces modèles pourront bientôt filmer l'environnement et le décrire à leur porteur. Dans un autre domaine, les lunettes connectées pour la traduction instantanée fonctionnent bien depuis trois ou quatre ans. »

Selon le cabinet Grand View Research, le marché des lunettes intelligentes devrait ainsi atteindre 8,26 milliards

de dollars en 2030, contre 1,93 en 2024, soit une croissance annuelle de 27,3%. Dans ce contexte, la concurrence ne reste pas les bras croisés. Samsung et Huawei restent attentifs au secteur et possèdent des projets dans leurs cartons. Quant à Snap, la maison mère de Snapchat, elle lancera en 2026 ses premières lunettes de réalité augmentée équipées d'un assistant d'IA. Cette gamme sera la sixième version des Spectacles, ou Specs, les lunettes connectées lancées en 2016 par Snap. « Si Meta est bien positionné pour s'accaparer ce marché, de nombreux autres acteurs dont on entend moins parler font chaque année des progrès technologiques, à l'image de XReal, TCL ou encore Vuzix », précise Jérôme Malzac. Échaudée par l'échec des Apple Vision (lire ci-contre), la firme à la pomme, par contre, semble rester en retrait.

« Les lunettes intelligentes sont un secteur très prometteur qui stimule les marchés au regard des perspectives de vente, poursuit Pierre-Alexis François. Mais à moyen terme, de nombreux défis restent à relever avant une réelle démocratisation. »

Au niveau technologique, le poids et l'autonomie de la batterie demeurent les principaux freins à une large acceptation, sachant que l'ensemble de la technologie doit être intégrée dans les montures. « Pour que les gens acceptent de porter des lunettes intelligentes, il faut qu'elles soient relativement confortables et donc légères, reconnaît Alyssa Cornuz. Par ailleurs, pour qu'elles soient utiles, il faut que l'autonomie s'approche de celle d'un smartphone ou d'une montre connectée, c'est-à-dire une journée

complète. Aujourd'hui, nous en sommes assez loin. »

À titre d'exemple, les Meta Ray-Ban Display revendent une autonomie de six heures, c'est-à-dire beaucoup moins d'une journée lors d'un usage intensif, et un poids contenu de 69 grammes contre 44 grammes pour des Ray-Ban Wayfarer classiques. Par ailleurs, les Display n'offrent qu'une toute petite fenêtre sur un seul verre des lunettes, proposant des fonctions restreintes comme la lecture de ses messages WhatsApp. L'avenir appartient à la génération suivante avec des verres intégralement transformés en écrans invisibles pour autrui et dopés à l'IA. Meta possède un tel modèle, avec le prototype Orion qui, avec ses projecteurs micro-LED et ses verres en carbure de silicium de qualité optique, donne un champ de vision d'environ 70 degrés. Mais les Meta Orion restent pour l'heure trop chères et trop lourdes pour être commercialisées.

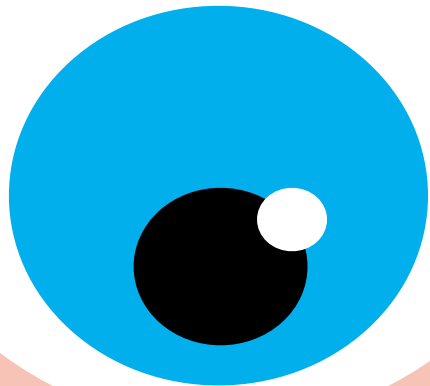
Autre frein: la réglementation. « Les lunettes intelligentes suscitent un débat légitime sur les données collectées et le respect de la vie privée, sans parler de la reconnaissance faciale, un point sensible qu'aucune entreprise ne veut franchir pour le moment, souligne Jérôme Malzac. Les perspectives de vente doivent être pondérées en raison d'un possible durcissement de la réglementation, particulièrement en Europe. » Une crainte que ne partage pas Alyssa Cornuz: « Les lunettes intelligentes ne sont pas beaucoup plus problématiques en matière de vie privée que les smartphones, puisque tout le monde filme désormais en permanence avec son téléphone. À mon sens, la réglementation n'est pas le principal frein à la démocratisation. La première barrière est l'acceptation des gens. » ▲

Les casques VR dans le creux de la vague

Rappelez-vous, c'était au début des années 2010. Avec le lancement de l'Oculus Rift, le grand public découvrait les casques de réalité virtuelle. Et les spécialistes annonçaient déjà une grande révolution. On allait tous regarder des films, jouer à des jeux vidéo ou encore travailler les yeux cachés derrière nos masques VR. Il n'en fut rien. « Aujourd'hui encore, les casques VR restent un marché de niche cantonné à certains usages professionnels comme la formation et les jeux vidéo, constate Cyril Suter, spécialiste actions chez Indosuez Wealth Management. Et malgré quelques innovations, je ne vois pas d'explosion de la demande dans les prochaines années, parce que ces appareils restent chers, peu confortables et que les applications sont limitées. » Malgré les efforts de HTC, de Meta (Oculus Rift, puis Quest)

et de Apple (Apple Vision Pro), les ventes de casques immersifs n'ont jamais décollé. Seulement deux ans après sa commercialisation, la firme à la pomme a ainsi arrêté en janvier 2025 la production de l'Apple Vision Pro dont le prix prohibitif (3500 dollars aux États-Unis) et le manque de contenus auront eu la peau. Fin de l'histoire ? Peut-être pas, selon Jérôme Malzac, directeur de l'Innovation et expert en IA générative chez Micropole : « L'un des problèmes des casques VR est que la création d'environnement 3D pour les contenus coûte extrêmement cher. Mais avec les progrès de l'intelligence artificielle, ces environnements seront bientôt construits automatiquement. D'ici trois à cinq ans, le marché des casques VR sera relancé, parce que le coût de la création de contenus va chuter drastiquement. »



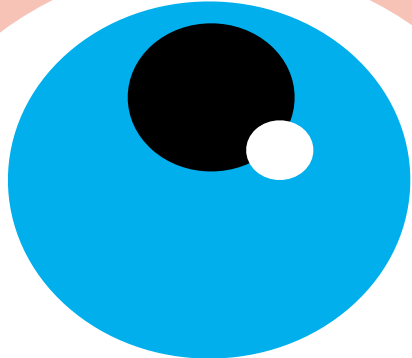


8

entreprises à
garder à l'œil

De nombreuses sociétés sont actives
dans le domaine de l'ophtalmologie.
Notre sélection parmi celles qui
réalisent au moins 50% de leur chiffre
d'affaires dans ce secteur.

PAR BERTRAND BEAUTÉ



←
Bien voir est primordial à l'école : 80% des
enseignements scolaires passent par les
yeux. À l'occasion de la journée mondiale de
la vue, en 2021, la fondation Alcon a offert
des dépistages, des examens et des lunettes
gratuites à des élèves. Sur la photographie,
la petite Ramona, élève à l'école primaire du
district scolaire indépendant de Fort Worth,
reçoit une paire de lunettes.

<div>Alcon</div> <div>Le géant suisse</div>	<div>© BRANDON MADE FOR ALCON, KERSTONE</div>		Rothschild & Co: « Le marché de la santé des yeux est en croissance et Alcon est bien positionnée pour en profiter. »	marché de la chirurgie est estimé à 13 milliards de dollars et devrait croître de 6% par an entre 2024 et 2029. Le secteur des soins aux yeux, quant à lui, pèse 22 milliards de dollars actuellement, et devrait croître de 4% en moyenne par an entre 2024 et 2029.	fabricant des lentilles implantables Collamer, malgré l'opposition du principal actionnaire Broadwood Partners. <i>Last but not least</i> , l'agence américaine des produits alimentaires et des médicaments (FDA) a approuvé en mai dernier le Tryptyr, une solution ophtalmique destinée à soigner le syndrome des yeux secs. Un marché potentiellement gigantesque puisque 1,6 milliard de personnes dans le monde souffrent de ce syndrome contre lequel il existe peu de solutions thérapeutiques efficaces. Une majorité d'analystes recommandent d'acheter le titre qui, selon eux, devrait rebondir en 2026.
		« Le marché de la santé des yeux est en croissance et Alcon est bien positionnée pour en profiter »			
				L'entreprise américano-suisse possède deux divisions: la chirurgie ophtalmique (<i>surgical business</i>), qui représente 56% de son chiffre d'affaires en 2024, et les soins aux yeux (<i>vision care business</i>), comprenant aussi bien les lentilles de contact que de nombreux autres produits comme les collyres. Selon la société, le	Pour préserver son avantage, l'entreprise ne cesse d'innover et de faire des acquisitions afin de rester à la pointe. En septembre dernier, Alcon a ainsi bouclé le rachat de la medtech étas-unienne LumiThera, qui a développé une thérapie lumineuse pour traiter les personnes atteintes d'une dégénérescence maculaire liée à l'âge (DMLA) sous sa forme sèche. En parallèle, l'entreprise suisse poursuit actuellement le rachat de Staar Surgical Company, le

© BRANDON WADE FOR ALCON, KEISTONE

R
E
I
S
S
O
D

Test d'une paire de Ray-Ban, l'une des marques emblématiques de EssilorLuxottica.



EssilorLuxottica Le don de double vue

Quelles lunettes portez-vous au bout de votre nez ? Ray-Ban, Oakley, Giorgio Armani ou encore Chanel ? Dans tous les cas, il y a de fortes chances que vos montures sortent des usines de l'entreprise franco-italienne EssilorLuxottica. Avec un portefeuille de plus de 150 marques, la firme s'affiche comme le leader mondial incontesté du secteur des lunettes et des verres ophtalmiques, devant des sociétés comme le japonais Hoya

ou l'allemand Zeiss. Un marché en croissance structurelle, puisque le vieillissement de la population entraîne une demande accrue pour les lunettes correctrices.

« Le marché des lunettes traditionnelles continue de croître. Et Essilor est l'acteur qui innove le plus dans ce segment. »

Pierre-Alexis François, Portfolio Manager chez Thematics Asset Management

Mais loin de se cantonner à ce secteur, EssilorLuxottica tente

de créer de nouveaux marchés en multipliant les innovations. En partenariat avec Meta, l'entreprise a ainsi lancé en 2023 des lunettes connectées, les Ray-Ban Meta. Un succès inattendu (lire en p. 36). En parallèle, le groupe a développé les Nuance Audio Glasses, des lunettes permettant de corriger la vue tout en servant d'aide auditive, qui ont obtenu en février 2025 une autorisation de mise sur le marché de la FDA aux États-Unis, ainsi que le marquage CE en Europe. Avec ce produit, Essilor entend bouleverser le marché des aides

© ESSILORLUXOTTICA / ADOBE STOCK

auditives pour les déficiences légères à modérées qui touchent 1,5 milliard de personnes dans le monde, selon l'OMS. Des innovations qui séduisent les investisseurs : sur un an, le titre EssilorLuxottica s'est apprécié de plus de 30% et une majorité d'analystes recommandent toujours d'acheter l'action.

Un enthousiasme que tempère Pierre-Alexis François, Portfolio Manager chez Thematics Asset Management : « Avec les Ray-Ban Meta, Essilor gagne un angle technologique attractif pour les investisseurs qui parient sur les perspectives de ventes des lunettes connectées. En ce qui concerne les lunettes Nuance, Essilor entre ici en concurrence avec des *pure players* des aides auditives, comme Sonova, dont les produits sont souvent plus perfectionnés sur la partie auditive. » Afin d'améliorer sa technologie, Essilor s'est offert en janvier 2025 Pulse Audition, une start-up française qui développe des solutions d'intelligence artificielle destinées aux personnes souffrant de troubles auditifs.

Pour Pierre-Alexis François, c'est dans son métier historique que Essilor a le plus de potentiel : « Le marché des lunettes traditionnelles continue de croître. Et Essilor est l'acteur qui innove le plus dans ce segment. » Lancés en 2020, les verres Stellest qui freinent le développement de la myopie chez les enfants rencontrent un grand succès. En septembre 2025, ces derniers sont devenus les premiers verres du genre à obtenir une autorisation de mise sur le marché par la FDA.

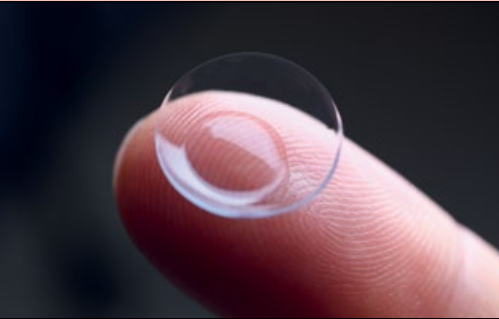
FONDATION : 1971 SIÈGE : CHARENTON-LE-PONT (FR)
EFFECTIF : 200'000 CA 2024 : € 26,5 MRD → EL

The CooperCompanies La lentille américaine

À l'image de Alcon, son concurrent dans le domaine des lentilles de contact, CooperCompanies connaît des moments difficiles sur les marchés. Sur un an, le titre a perdu presque 35% de sa valeur. Et ce n'est peut-être pas fini : le 1^{er} octobre, Goldman Sachs a amorcé la couverture de The CooperCompanies en émettant immédiatement une recommandation à la vente.

En 2025, CooperCompanies s'attend à réaliser un chiffre d'affaires proche de 4,1 milliards de dollars

La banque redoute une baisse des estimations des ventes annuelles. L'entreprise américaine possède deux divisions : CooperSurgical, destinée à la santé des femmes, qui représente un tiers de son chiffre d'affaires en 2024, et CooperVision, fabricant de lentilles de contact qui assure deux tiers de ses ventes. Sur ce marché très concurrentiel, CooperCompanies est principalement en concurrence avec Alcon et la branche dédiée de Johnson & Johnson. En 2025, CooperCompanies s'attend à réaliser un chiffre d'affaires proche de 4,1 milliards de dollars, en hausse de 4,5% par rapport à 2024, porté à parts presque égales par ses deux divisions (4 à 5% de croissance attendue pour CooperVision et 3 à 3,5% pour CooperSurgical). De quoi séduire les analystes. Si l'on exclut Goldman Sachs, une majorité de ceux qui suivent la valeur recommande l'achat.



FONDATION : 1958 SIÈGE : SAN RAMON (US) EFFECTIF : 16'000
CA 2024 : \$3,9 MRD → COO

2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12

« Le nombre de troubles oculaires augmente »

La pépite suisse Oculis développe trois traitements très prometteurs contre des maladies de l'œil. Rencontre avec son CEO, Riad Sherif, dans les locaux lausannois de l'entreprise. PAR BERTRAND BEAUTÉ

C'est bien connu, généralement les CEO voyagent beaucoup. Riad Sherif ne fait pas exception. Le patron de Oculis navigue en effet entre le siège social de l'entreprise, situé à Zoug, et les trois autres sites de la société installés à Lausanne, Reykjavik (Islande) et Newton (États-Unis). Sans parler des différents congrès d'ophtalmologie auxquels il assiste à travers le monde. En mai 2025, par exemple, il était au Retina World Congress, à Fort Lauderdale aux États-Unis, afin de présenter les résultats positifs des essais cliniques des traitements développés par Oculis. Entre deux déplacements, il a pris le temps d'accueillir « Swissquote Magazine » dans ses bureaux lausannois. Interview.



↑
Riad Sherif, CEO d'Oculis, devant les locaux lausannois de l'entreprise, le 25 septembre 2025.

© NICOLAS RIGHETTI - LUNDI 13

La prévalence des maladies oculaires progresse dans le monde. Y a-t-il péril en la demeure ?

Effectivement, la prévalence de toutes les pathologies des yeux augmente fortement, principalement pour trois raisons : le vieillissement de la population, le diabète et les écrans. Dans ce contexte un peu sombre, il y a néanmoins une bonne nouvelle : l'ophtalmologie est un secteur qui innove beaucoup. Il existe un pipeline plein de traitements en cours de développement qui arriveront sur le marché dans les prochaines années. Cela me rend très optimiste.

Dans ce pipeline, on retrouve les solutions développées par Oculis. Que va apporter l'OCS-01 – votre molécule la plus avancée – dans le traitement de l'œdème maculaire diabétique, par rapport aux solutions qui existent déjà sur le marché ?

Les traitements actuels sont très contraignants pour les patients. Seules deux options s'offrent à eux : des injections dans l'œil à intervalles réguliers, ou la pose d'implants. Comme il s'agit de traitements invasifs, les patients ont tendance à les reporter. De plus, les délais pour obtenir un rendez-vous retardent leur prise en charge. L'étude Iris, menée aux États-Unis auprès de 200'000 patients, a ainsi montré que 60% des personnes souffrant d'un œdème maculaire diabétique n'avaient pas été traitées lors des douze mois suivant le diagnostic. Or il est important de prendre en charge cette maladie le plus tôt possible afin qu'elle ne s'aggrave pas. Par ailleurs, d'autres études ont montré que les diabétiques ne suivaient pas les prescriptions : au lieu de recevoir les dix ou onze piqûres recommandées par an, ils ne se rendent chez l'ophtalmologue que 4 fois par

an en moyenne. Je ne les blâme pas. Au contraire. J'ai beaucoup d'empathie pour les diabétiques, parce que lorsqu'ils souffrent de complications aux yeux, ces dernières s'ajoutent à d'autres problèmes de santé.

« Oculis possède trois candidats médicaments et chacun d'entre eux cible des marchés de plusieurs milliards de dollars par an »

Dans ce contexte, l'OCS-01 pourrait constituer une solution idéale. Il s'agit d'un simple collyre (des gouttes ophtalmiques), dont l'administration ne nécessite pas d'injection, tout en offrant un effet potentiellement similaire aux médicaments actuels. Notre produit pourrait donc être utilisé plus tôt, parce qu'il n'est pas invasif, et faciliter la vie des patients qui n'auraient plus besoin de se rendre chez leur ophtalmologue plusieurs fois par an. Il pourrait devenir le traitement de première intention dans la prise en charge de l'œdème maculaire diabétique – un marché estimé à 3 ou 4 milliards de dollars.

Comment se fait-il que l'OCS-01 n'ait pas besoin d'être injecté, à la différence des produits concurrents ?

L'OCS-01 est un produit très concentré mais stable, qui a la particularité de rester longtemps dans l'œil sans provoquer d'effets secondaires sur la cornée. Il traverse progressivement toutes les barrières de l'œil en s'adaptant à chacune d'elles. C'est une prouesse. Notre technologie repose sur les travaux de recherche menés en Islande par les deux fondateurs de la société, les professeurs Einar Stefánsson

et Thorsteinn Loftsson. Ils ont mis des années à franchir tous les obstacles. Lorsqu'ils ont commencé leurs recherches, une dizaine de sociétés travaillaient sur des produits similaires. Le nôtre est actuellement le seul en

phase III, c'est-à-dire la dernière phase de développement avant commercialisation. Tous les autres projets ont été abandonnés.

L'OCS-01 est actuellement en essai clinique de phase III – dernière étape avant

une éventuelle autorisation. Si tout se passe bien, quand arrivera-t-il sur le marché ?

Les résultats des deux essais de phase III menés sur 800 patients seront connus au deuxième trimestre de l'année prochaine. S'ils se révèlent positifs, l'enregistrement par la Food and Drug Administration (FDA) devrait ensuite prendre un an. L'OCS-01 pourrait donc être commercialisé à l'horizon 2027 aux États-Unis, puis en Europe et ailleurs dans le monde. Le potentiel est énorme. Aux États-Unis, environ 1,8 million de personnes ont reçu un diagnostic d'œdème maculaire diabétique. Parmi elles, 900'000 suivent un traitement, mais seules 500'000 y répondent de manière optimale. Autrement dit, 1,3 million de patients américains restent mal pris en charge et pourraient bénéficier d'une alternative comme l'OCS-01. À l'échelle mondiale, le problème prend encore plus d'ampleur.

Outre l'œdème maculaire, nous testons également notre molécule pour d'autres applications thérapeutiques. C'est en effet un produit très efficace pour le traitement des inflammations compliquées de l'œil, notamment les inflammations post-opératoires. →

Un autre de vos produits a beaucoup fait parler cette année : l'OCS-05, qui a obtenu des résultats positifs dans le traitement d'une maladie rare, la névrite optique. Pourquoi ces résultats ont-ils suscité autant d'intérêt de la part des communautés scientifiques et financières ?

La névrite optique – une inflammation aiguë du nerf optique – est effectivement une maladie relativement rare qui concerne 150'000 patients par an, dont les deux tiers ont une sclérose en plaques. Mais il s'agit d'une pathologie qui me tient particulièrement à cœur, parce qu'elle touche des personnes jeunes (32 ans en moyenne), principalement des femmes, qui vont perdre progressivement la vue parce qu'il n'existe aucun traitement actuellement. Quand je pense à cette maladie, j'imagine une jeune maman qui devient aveugle.

Dans un essai clinique de phase II, dont les conclusions ont été publiées en janvier 2025, notre dernier médicament candidat, nommé Privosegtor ou OCS-05, a montré d'excellents résultats – une première dans le traitement de cette maladie. Après trois mois, les patients avaient gagné nettement en acuité visuelle – en moyenne 18 lettres lors d'un test de vue, sachant que l'on double la qualité de sa vision avec un gain de 15 lettres. Ce n'est qu'un premier essai qui demande confirmation, mais ces résultats sont déjà solides et très prometteurs.

Et il y a plus. Afin d'évaluer l'efficacité de notre candidat médicament, nous avons mesuré trois critères : l'amélioration de la vue des patients, l'épaisseur de la rétine et la présence d'un biomarqueur caractéristique de la destruction des neurones. Or notre produit a montré d'excellents résultats dans ces trois critères. Dit autrement :



il pourrait agir comme un neuro-protecteur, ce qui est vraiment révolutionnaire. Tout le monde cherche depuis des années un traitement qui protège les neurones, sans succès jusqu'ici. Et là, nous avons quelque chose qui a montré des résultats exceptionnels. Cela ouvre des perspectives immenses, pas uniquement en ophtalmologie, mais également en neurologie pour le traitement des maladies neurodégénératives.

Réaliser des essais cliniques coûte extrêmement cher.

Oculis a-t-elle les reins assez solides pour poursuivre son déploiement seule?

En février dernier, nous avons levé 100 millions de dollars, puis obtenu en août une facilité de prêt avec BlackRock de 100 millions de francs. Nous sommes donc bien financés, suffisamment pour avancer tous nos projets au moins jusqu'à la fin 2027, sans l'utilisation

de la ligne de crédit. En ce qui concerne une éventuelle commercialisation de l'OCS-01, nous souhaitons le faire nous-mêmes aux États-Unis. Nous allons nous focaliser sur ce marché qui est consolidé et, probablement, chercher des partenariats pour le reste du monde.

«Le prix de notre action ne reflète pas encore tout son potentiel»

Les origines de Oculis sont en Islande, votre siège en Suisse et vous choisissez de vous focaliser sur les États-Unis où vous êtes cotés en Bourse...

Pourquoi un tel éparpillement ?

L'OCS-01 a été développé en Islande, où nous conservons un laboratoire de formulation. Par la suite, Oculis a été soutenue dans son expansion par Novartis

Riad Sherif, le CEO qui veut guérir les yeux

S'il dirige désormais une petite entreprise, Riad Sherif connaît les grands groupes. Avant d'être nommé CEO de Oculis, en décembre 2017, ce médecin de formation né en Algérie en 1968 a notamment œuvré plus de sept ans chez Sanofi, quatorze ans chez Novartis et deux ans chez Alcon. Un héritage qu'il ne renie pas. « Avoir passé du temps dans des grands groupes représente un avantage, souligne Riad Sherif. Ces entreprises sont très structurées et on y est entouré d'experts dans tous les domaines. Je remercie Sanofi, Novartis et Alcon pour l'expérience que j'y ai acquise. Je ne serais pas capable de faire ce que je fais aujourd'hui sans eux. » Désormais à la tête d'une biotech, le CEO savoure néanmoins la flexibilité des structures de plus petite taille. « Nous avons l'obligation de sortir du statu quo, de prendre le risque d'innover », se félicite-t-il. Avec une idée en tête : faire de Oculis un géant en hissant la petite biotech suisse au rang des leaders mondiaux des traitements ophtalmiques et neuro-ophtalmologiques.

Venture Fund et d'autres fonds d'investissement, ce qui a conduit à l'implantation de l'entreprise en Suisse. C'est un avantage d'être ici, parce que nous sommes au cœur de la Health Valley dans un pays qui possède de vraies compétences en termes de recherches pharmaceutiques. Les États-Unis, enfin, représentent le plus grand marché pour les produits pharmaceutiques et, pour une biotech, il est assez naturel d'être cotée au Nasdaq. Il s'agit du plus grand marché au monde et du plus liquide. C'est là qu'il faut être pour avoir l'opportunité de trouver le plus d'investisseurs possible.

**Justement, Oculis est-elle
aujourd'hui bien valorisée
à vos yeux ?**

Posez cette question à n'importe quel CEO d'une entreprise cotée et il vous répondra que sa société devrait être mieux valorisée (*rire*). Plus sérieusement, je pense que le prix de notre

action ne reflète pas encore tout son potentiel. Le marché n'a pas encore bien intégré l'OCS-05 à notre valorisation. La raison est simple : jusqu'ici, les candidats médicaments à la neuroprotection ont toujours échoué. À nous d'éduquer le marché et les investisseurs pour les convaincre du potentiel de l'OCS-05. Je suis très optimiste.

Mais tous vos produits restent au stade des essais cliniques. Il y a donc potentiellement un risque d'échec de l'OCS-05, ainsi que de vos autres candidats médicaments...

C'est exact, mais le risque me semble mesuré dans notre cas. Si on ajoute l'OCS-02, qui va entrer en phase II/III pour le syndrome des yeux secs, Oculis possède trois candidats médicaments et chacun d'entre eux cible des marchés de plusieurs milliards de dollars par an. Il suffit que l'un de ces produits soit commercialisé pour que l'entreprise soit rentable et génère plus d'un milliard de dollars de revenus. Compte tenu des excellents résultats que nous avons obtenus jusqu'ici, je suis très confiant.

Le syndrome des yeux secs toucherait une personne sur trois dans le monde. C'est effectivement un marché potentiel gigantesque. Qu'apporte l'OCS-02 par rapport aux traitements existants?

Actuellement, 90% des patients touchés par le syndrome des yeux secs ont arrêté leur traitement après moins d'un an parce qu'ils ne sont pas satisfaits. Nous avons développé un test génétique qui permet de savoir quelle personne va répondre très positivement à notre produit. C'est de la médecine de précision qui améliore la prise en charge et permet de réduire les coûts de la santé en évitant les prescriptions inutiles. ▲

Oculis

Les yeux rivés vers le ciel

En cette année 2025, les bonnes nouvelles se succèdent pour la pépite zougoise Oculis. En janvier, l'entreprise a présenté des résultats cliniques positifs de l'OCS-05 (Privosegtor) pour la prise en charge de la névrite optique aiguë. La nouvelle a secoué la communauté scientifique car ce produit pourrait avoir un effet neuroprotecteur, graal de la neurologie, ouvrant la voie aux traitements des maladies neuro-dégénératives.

**Tous les analystes
qui suivent Oculis
recommandent
l'achat du titre**

Profitant de cette annonce, l'entreprise a levé 100 millions de dollars, l'une des plus grosses levées de fonds pour une jeune pousse suisse cette année, lors d'une opération d'augmentation de capital sursouscrite en février. Et, début octobre, à la suite d'une réunion positive avec la Food and Drug Administration (FDA), Oculis a annoncé l'avancement de l'OCS-05 dans un programme d'enregistrement pour les indications neuro-ophtalmologiques. Outre l'OCS-05, le pipeline de Oculis comprend deux autres candidats médicaments en cours de développement: OCS-01, pour le traitement de l'œdème maculaire diabétique et de l'inflammation après une chirurgie de la cataracte, et OCS-02, pour la maladie de l'œil sec. Tous les analystes qui suivent la valeur recommandent l'achat du titre.

FONDATION : 2016 SIÈGE : ZOUG (CH)
EFFECTIF : 100 CA 2024 : CHF 1 M → OCS

Simulation de la vue d'une personne souffrant de dégénérescence maculaire liée à l'âge (DMLA).



Ocular Therapeutix
Le spécialiste de la rétine

À l'instar de la pépite suisse Oculis (lire en p. 47), Ocular Therapeutix fait partie de ces biotechs qui entendent révolutionner la prise en charge des maladies rétinienne, comme la

dégénérescence maculaire liée à l'âge (DMLA humide et sèche) et la rétinopathie diabétique. Dans le monde, environ 410 millions de personnes souffrent d'une maladie rétinienne, selon les chiffres de l'entreprise. Mais pour l'heure, la prise en charge de ces patients n'est pas sans défaut : 90% des personnes souffrant de

DMLA doivent recevoir des injections dans les yeux une fois par mois ou par trimestre. Une intervention qui implique de prendre rendez-vous avec son ophtalmologue très fréquemment et qui pousse bon nombre de patients à abandonner leur traitement.

Une majorité des analystes est convaincue par le potentiel de Ocular

Afin de résoudre ce problème, Ocular a développé l'Axpaxli, un hydrogel actuellement en essai clinique de phase III (dernier test avant une éventuelle commercialisation) qui devrait réduire la fréquence des injections intraoculaires à une fois tous les six mois. Cette molécule est également en essai clinique de phase I pour le traitement de la rétinopathie diabétique. En parallèle, Ocular possède une autre molécule en développement, le Paxtrava, actuellement en essai clinique de phase II pour le traitement du glaucome et de l'hypertension oculaire. Une majorité des analystes est convaincue par le potentiel de Ocular et recommande d'acheter le titre qui peut s'envoler si les essais cliniques sont positifs et que la FDA délivre une autorisation de mise sur le marché.

FONDATION : 2006 SIÈGE : BEDFORD (US)
EFFECTIF : 300 CA 2024 : \$63,723 MIO → OCUL

© CORDELLA MOLLOY KEVSTONE / CAMILLE COHEN, AFP

Warby Parker
Le partenaire de Google

Si Meta a choisi de nouer un partenariat avec le géant historique EssilorLuxottica pour commercialiser des lunettes connectées, Google s'allie à un nouvel acteur du secteur. En mai 2025, la firme de Mountain View a annoncé investir 150 millions de dollars dans un partenariat avec l'entreprise new-yorkaise Warby Parker afin de développer des lunettes dopées à l'intelligence artificielle. Peu connue de notre côté de l'Atlantique, l'entreprise

fondée en 2010 affiche une croissance fulgurante.

En 2024, Warby Parker a enregistré un chiffre d'affaires de 771,3 millions de dollars, en hausse de 15,2% sur un an

En 2024, Warby Parker a enregistré un chiffre d'affaires de 771,3 millions de dollars, en hausse de 15,2% sur un an, avec une marge brute dépassant les 50%. Et l'entreprise compte maintenir le cap : pour 2025, elle s'attend à des ventes comprises entre 880 et

888 millions de dollars, soit une hausse de 14 à 15%. Pour assurer cette croissance, Warby Parker mise à la fois sur la vente en ligne et sur l'expansion de son réseau de boutiques au Canada et aux États-Unis, où elle vient de dépasser les 300 magasins. Elle y vend ses propres lunettes, mais aussi des lentilles de contact et des produits pour les yeux développés par d'autres entreprises. La moitié des analystes qui suivent la valeur recommandent d'acheter le titre. Les autres de le conserver.

FONDATION : 2010 SIÈGE : NEW YORK (US)
EFFECTIF : 3800 CA 2024 : \$771,3 MIO → WRBY



En mai 2025, Google a annoncé un partenariat avec Warby Parker et Gentle Monster, au siège de l'entreprise à Mountain View.



Une usine de fabrication de lentilles appartenant à Menicon, en Chine, photographiée en juillet 2025.

Menicon
L'expert japonais

Au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, le Japon est occupé par l'armée américaine. C'est dans ce contexte que Kyoichi Tanaka, un employé de 19 ans de la boutique Tamamizuya optical, entend parler pour la première fois des lentilles de contact par l'intermédiaire de l'épouse d'un officier américain.

L'entreprise bénéficie de l'augmentation des troubles de la réfraction

Grâce à ses propres recherches, le jeune homme développe lui-même la première lentille de contact japonaise en 1951 et

fonde son entreprise pour la commercialiser. Près de 75 ans plus tard, Menicon est devenu une multinationale qui vend ses lentilles presque partout dans le monde, notamment en Europe, aux États-Unis, en Chine et en Australie. Comme ses concurrentes Alcon, Johnson & Johnson ou CooperVision, l'entreprise peut compter sur l'augmentation des troubles de la réfraction (myopie, hypermétropie, presbytie et astigmatisme) pour voir ses ventes progresser dans les prochaines années. Selon les projections, 4,9 milliards de personnes seront myopes dans le monde en 2050 contre 2,6 milliards en 2020. Sur les cinq analystes qui suivent la valeur, trois recommandent d'acheter le titre, les deux autres de le conserver.

FONDATION : 1951 SIÈGE : NAGOYA (JP)
EFFECTIF : 4500 CA 2025 (ANNÉE FISCALE) : JPY 121,4 MRD
→ 7780

Bausch+Lomb
les lentilles canadiennes

Concurrente du Suisse Alcon, la firme américano-canadienne Bausch+Lomb compte parmi les leaders mondiaux des lentilles de contact. L'entreprise est également présente dans le domaine de la chirurgie ophthalmique, notamment avec la vente d'instruments servant aux opérations de la cataracte, de la myopie et la mise en place de lentilles intraoculaires.

En 2024, Bausch+Lomb a enregistré un chiffre d'affaires de 4,791 milliards de dollars, en hausse de 16% sur un an

Au niveau pharmaceutique, Bausch+Lomb commercialise plusieurs collyres – des gouttes ophtalmiques – notamment pour traiter les maladies des yeux secs, les infections oculaires, ainsi que pour le suivi post-opératoire. En 2024, la société a enregistré un chiffre d'affaires de 4,791 milliards de dollars, en hausse de 16% sur un an. Une croissance qui devrait ralentir cette année, puisque Bausch+Lomb s'attend à réaliser entre 5 et 5,1 milliards de ventes en 2025 (+4,5 à +6,5%). Une majorité d'analystes recommandent de conserver le titre qui a perdu 20% de sa valeur en un an.

FONDATION : 1853 SIÈGE : VAUGHAN (CA)
EFFECTIF : 13'500 CA 2024 : \$4,791 MRD → BLCO

© MENICON

Le bon calcul:
Roulez électrique.



Profitez, pendant les Ford Business Weeks, d'un leasing attractif à 0% sur tous les modèles électrique Ford Pro™.

En savoir plus



Taux annuel effectif global dû aux frais de dossier entre 0.04% et 0.07% selon le modèle.
Ford E-Transit Custom Van Trend, 136 ch / 100 kW. Consommation: 23.1 kWh/100 km, émissions de CO₂: 0 g/km. Exemple de calcul pour un prix d'achat au comptant de CHF 43'238.- TTC (prix de vente conseillé non contraignant): mensualités CHF 280.-, durée 60 mois, versement initial CHF 11'690.-, taux d'intérêt annuel effectif 0.05%, kilométrage max. 10'000 km/an, assurance casco complète non incluse.
Ford E-Transit Courier Fourgon Trend, 136 ch / 100 kW. Consommation: 17.5 kWh/100 km, émissions de CO₂: 0 g/km. Exemple de calcul pour un prix d'achat au comptant de CHF 29'120.- TTC (prix de vente conseillé non contraignant): mensualités CHF 260.-, durée 60 mois, versement initial CHF 7'424.-, taux d'intérêt annuel effectif 0.07%, kilométrage max. 10'000 km/an, assurance casco complète non incluse.
Ford Ranger PHEV XLT Double cabine, 2.3l EcoBoost, 281 ch/207 kW, boîte automatique 10 vitesses, e-4WD. Consommation: 6.5 l/100 km + 12.9 kWh/100 km, émissions de CO₂ combiné: 148 g/km. Exemple de calcul pour un prix d'achat au comptant de CHF 52'650.- TTC (prix de vente conseillé non contraignant): mensualités CHF 270.-, durée 60 mois, versement initial CHF 11'880.-, taux d'intérêt annuel effectif 0.04%, kilométrage max. 10'000 km/an, assurance casco complète non incluse.
Financement par Ford Credit by Santander Consumer Schweiz AG. L'octroi du leasing est interdit s'il entraîne un surendettement du consommateur. Offre valable exclusivement pour les clients flotte et disponible chez les partenaires Ford participants jusqu'au 31.12.2025. Sous réserve d'erreurs et de modifications.

PORTRAIT

Pop Mart, une ascension fulgurante portée par la folie Labubu

Le succès de la petite figurine velue a fait décoller les ventes du groupe chinois et triplé la valeur de son action en moins d'un an. Mais pour maintenir cet élan, il doit désormais diversifier ses sources de revenus. Portrait.

PAR JULIE ZAUGG, LONDRES



© DAVID KRISTANTO / POPMART

EN CHIFFRES

\$47 MRD

C'est la capitalisation boursière atteinte par Pop Mart mi-septembre, dépassant la valeur cumulée des fabricants de jouets Mattel, Hasbro et Sanrio.

+238%

C'est la hausse du prix de l'action Pop Mart sur les huit premiers mois de l'année.

\$150'000

C'est le prix atteint en juin par une poupée Labubu de taille humaine lors d'une vente aux enchères en Chine.

Le distributeur rose bordé de fourrure couleur Barbapapa trône au milieu du rayon jouets de Selfridges, une enseigne de luxe au cœur de Londres. Pour acheter l'une des figurines Pop Mart qu'il contient, il suffit de sélectionner la série voulue sur un écran tactile, de présenter sa carte bancaire, puis de récupérer la boîte qu'un bras mécanique a déposée dans la fente de l'automate. Chaque acquisition est une surprise : on ne sait jamais quelle figurine se trouve dans le carton mystère.

Un couple s'approche. « Il vous reste des Labubu ? » demande la jeune femme. « Non, ils sont tous épuisés, répond une vendeuse. Mais vous pouvez participer à un tirage au sort en ligne. » Son partenaire se décide pour une figurine de la série Naruto Ninkai Taisen, inspirée par un manga japonais. « Je collectionne les Labubu depuis le début de l'année », raconte Sarah, 26 ans, après avoir empoché l'achat. « J'en ai trouvé un ce matin dans la boutique officielle de Pop Mart. Je les achète aussi sur les portails de revente, parfois à 3 ou 4 fois le prix original. » Elle dit apprécier tout

Un distributeur de figurines Labubu, ici dans un magasin de jouets Selfridges, au centre de Londres.

particulièrement le fait de pouvoir les accrocher à son sac. « Cela en fait un accessoire de mode, explique-t-elle. Les gens m'arrêtent dans la rue pour en parler. »

Les Labubu, des porte-clefs en peluche aux airs d'elfes avec des oreilles de lapin et un rictus espiègle, existent depuis 2015 et ont commencé à se répandre en 2019, mais ils ont vu leur popularité exploser véritablement en 2025. « L'une des membres du groupe de K-Pop Blackpink s'est affichée avec une de ces poupées en début d'année, ce qui en a instantanément fait un phénomène viral en Asie », note William Ma, directeur des investissements pour le groupe financier chinois Grow. D'autres stars, dont Rihanna, Kim Kardashian et David Beckham, ont suivi le mouvement, faisant décoller la popularité des Labubu en Occident.

Créées par l'artiste hongkongais Kasing Lung, ces figurines sont constamment en rupture de stock. Aux États-Unis, au Royaume-Uni et en Australie, des fans font régulièrement la queue durant toute la nuit devant les boutiques de Pop Mart pour se les procurer. En mai, les enseignes britanniques du groupe ont dû interrompre les ventes de Labubu après que →



des clients se sont battus devant un magasin londonien pour obtenir les quelques spécimens mis en vente. Sur les plateformes de revente, les modèles les plus difficiles à trouver peuvent atteindre 10'000 dollars. « Cette impression de rareté, cultivée par la marque avec une gestion restrictive de ses stocks, a encore accru l'attrait de ces poupées », estime Chris Pereira, le fondateur de l'agence iMPact, qui a conseillé Pop Mart en amont de son expansion à l'étranger.

Cet engouement est reflété dans les ventes de la société chinoise. Sur les six premiers mois de 2025, son revenu a progressé de 204% pour atteindre 13,88 milliards de yuans (env. 1,5 milliard de francs) à la fin septembre. Son CEO Wang Ning pense que ses rentrées pourraient atteindre 30 milliards de yuans (3,3 milliards de francs) pour l'année complète, contre 13 milliards de yuans (1,4 milliard de francs) en 2024. Mais la société ne se résume pas à son petit personnage malicieux. Fondée en 2010, elle a commencé par vendre des jouets et autres curiosités à bas prix, avant de graviter vers les figurines pour adultes à partir de 2016. « En Chine, il y a tout un marché dédié à cela, composé en majorité de

« Il y a un élément de surprise, d'anticipation, on ne sait jamais quelle figurine on aura »

Ashley Dudarenok, spécialiste de la consommation en Chine

Gauche: Un robot géant à l'effigie d'une figurine Labubu dans le Changjiahui Shopping Park de Chongqing, en Chine (26 août 2025).

Droite: Des boîtes mystères contenant une figurine Molly, autre héroïne emblématique de Pop Mart, ici dans une boutique de la marque à Bangkok (21 avril 2024).
↓ ↘

membres de la génération Z et de femmes », souligne Ashley Dudarenok, spécialiste de la consommation en Chine.

Ces collectionneurs apprécient tout particulièrement le concept de la boîte mystère. « Il y a un élément de surprise, d'anticipation, on ne sait jamais quelle figurine on aura, ajoute-t-elle. Cela encourage les achats à répétition. » Pour accroître le suspense, Pop Mart inclut quelques pièces ultra-rares dans ses collections – appelées « Secrets » ou « Chase figures » – qui se distinguent par une combinaison de couleurs ou un accessoire original.

Outre Labubu, l'entreprise basée à Pékin possède plus de 100 autres personnages, comme Molly, une fillette à la moue boudeuse, Skullpanda, une femme astronaute, ou Crybaby, un bébé continuellement en larmes. Plus récemment, elle a mis sur le marché des séries basées sur les personnages de Disney, Harry Potter et les Bisounours.

© ZUMA PRESS, ALAMY / LU HONGBO, AFP

À l'origine, Pop Mart vendait ses créations essentiellement par l'entremise d'automates. « L'entreprise en a installé dans des centres commerciaux et des lobbys d'hôtels, ce qui lui a permis d'atteindre un nombre important de clients sans devoir absorber les coûts d'une enseigne physique », note Chris Pereira.

Les boutiques Pop Mart ont suivi, d'abord en Chine, puis à l'étranger dès 2020, année durant laquelle la firme s'est également cotée à la Bourse de Hong Kong. La marque en possède désormais plus de 570 dans une vingtaine de pays. « Elles font partie intégrante de l'expérience d'achat, avec leurs décors soignés, leur capacité à recréer tout un univers et l'effervescence suscitée par les queues qui se forment devant », relève William Ma.

Contrefaçons

Revers de la médaille de ce succès, le marché est inondé depuis quelques mois par des Labubu de contrefaçon appelés « Lafufu ». Produits en Chine, ils sont exportés et vendus dans les capitales asiatiques, européennes et américaines à un prix inférieur et sans jamais s'épuiser. À moins de 200 mètres de Selfridges, à Londres, une pile de cartons contenant des

imitations quasi parfaites du petit personnage est posée à l'entrée d'un magasin vendant des souvenirs et des vapoteuses sur Oxford Street. Elles valent 13 livres la pièce, contre 18 livres pour l'original. « Vous pouvez en avoir deux pour 20 livres », glisse le vendeur.

En tant qu'entreprise chinoise, Pop Mart est de plus à la merci de l'interventionnisme de Pékin. « Les autorités chinoises ont interdit la vente de 'boîtes mystères' aux enfants de moins de 8 ans et ne l'autorisent aux mineurs qu'avec l'accord de leurs parents, car elles craignent que cela ne mène à des comportements d'achat compulsif », dit Ashley Dudarenok. →

L'AVIS DE L'ANALYSTE

« Il s'agit d'un investissement spéculatif »

Les ventes de Pop Mart se sont envolées depuis le début de l'année, notamment à l'étranger. Dans la zone Asie-Pacifique, Chine exclue, elles ont progressé de 258% et dans les Amériques de plus de 1000% en glissement annuel. « Cette croissance robuste s'est traduite par une expansion des marges du groupe, puisque ses frais de distribution et de salaires sont largement fixes », relève Jeff Zhang, analyste chez Morningstar. À 70%, la marge brute de la société est particulièrement élevée comparativement à celle de ses pairs. Sur les six premiers mois de l'année, le résultat net attribuable aux actionnaires de la société a augmenté de 397% pour atteindre 4,57 milliards de yuans (509 millions de francs). Une récente correction boursière et des doutes quant à la capacité de la firme à maintenir une telle croissance – surtout si elle ne parvient pas à se défaire de sa dépendance au succès des Labubu – font toutefois que parier sur Pop Mart est risqué pour les investisseurs. « Ce titre conviendra plutôt aux investisseurs spéculatifs qui suivent de près les tendances dans le secteur, dit l'analyste. Les investisseurs à long terme ont intérêt à attendre que l'action perde de la valeur pour acheter à la baisse. » → 9992

L'illustrateur hongkongais Kasing Lung et le chanteur hongkongais Hins Cheung prennent la pose lors d'un événement promotionnel pour Labubu à l'aéroport de Hong Kong (22 septembre 2025).
↓



« Il sera extrêmement difficile pour Pop Mart de maintenir ses ventes à leur niveau actuel »

Chris Pereira, fondateur de l'agence iMpack

À cela s'ajoutent des craintes quant à la durabilité du succès de la marque. « Il sera extrêmement difficile pour Pop Mart de maintenir ses ventes à leur niveau actuel », juge Chris Pereira. Pour y parvenir, il lui faudra trouver de nouvelles formes de monétisation de ses personnages. « Cela passera par la conclusion de partenariats au long cours avec des détenteurs de propriété intellectuelle américains, coréens ou japonais, afin de pouvoir décliner les figurines sous la forme de films, de parcs d'attraction, de jeux vidéo ou de vêtements », précise-t-il.

Cette diversification est déjà en cours. Pop Mart a récemment lancé un jeu mobile appelé « Dream Home ». Elle vient en outre de créer un studio d'animation, qui va produire une série sur Labubu. En septembre 2023, la firme avait déjà inauguré une expérience immersive appelée « Popland » avec des statues géantes de ses personnages dans un parc au centre de Pékin. Son objectif ultime sera de se muer en

Inauguration du premier magasin Pop Mart d'Espagne à Barcelone, près de la place de Catalogne, le 30 novembre 2024. La marque chinoise poursuit son offensive au cœur des grandes villes d'Europe.



marque « lifestyle », s'inspirant de géants comme Disney ou Sanrio, complète William Ma.

Les investisseurs ne sont pas tous convaincus qu'elle y parviendra. Fin août, l'action Pop Mart s'est mise à plonger, perdant environ 25% de sa valeur en l'espace de trois semaines. Cette chute a effacé 13 milliards de dollars de capitalisation boursière. « Craignant que la demande pour les produits de Pop Mart ne se maintienne pas, certains actionnaires ont choisi de réaliser leurs prises de bénéfices », commente Jeff Zhang, qui couvre la société chez Morningstar. Ils ont également été effarouchés par la baisse de la valeur de revente de certaines séries de Labubu plus anciennes sur les marchés secondaires, précise-t-il. Cette volatilité boursière pourrait aussi être le fait de *shortsellers* qui tentent de couvrir leurs positions, consécutivement à la publication de résultats semestriels particulièrement prometteurs fin août.

La plupart des analystes y voient toutefois une correction nécessaire qui n'impacte pas les perspectives de croissance du groupe sur le moyen terme. Les Labubu n'ont pas fini de nous narguer avec leur sourire en dents de scie. ▲

© POP MART

La Chine fait les yeux doux à l'Occident

Le succès des Labubu témoigne du changement de statut de l'appellation « made in China ». « Autrefois considérée uniquement comme une source de produits bon marché distribués en masse, la Chine est désormais à l'origine de marques qui font rêver, y compris en Occident », relève Ashley Dudarenok, spécialiste du marché chinois. La chaîne de biens de consommation courante Miniso, le groupe de fast-fashion Urban Revivo, les cafés Luckin Coffee, les smartphones Xiaomi et les véhicules électriques BYD participent tous de ce phénomène. « Leur expansion commence en général en Asie du Sud-Est, avant de se poursuivre au Japon et en Corée du Sud, souligne l'experte. L'Europe et les États-Unis, des marchés plus éloignés culturellement, ne sont investis que dans un second temps. » Elle pense qu'il ne faudra pas patienter longtemps avant de voir émerger la première marque de luxe chinoise avec un attrait global.

BE you

Être vraiment soi

Chez Beachcomber Resorts & Hotels, chaque instant est une invitation à être pleinement soi-même. Découvrez dans nos hôtels des expériences sur-mesure qui résonnent avec vos passions. Que vous recherchiez l'aventure, la détente ou la découverte, nous vous offrons un cadre exceptionnel pour exprimer votre individualité.

#ILEMAURICE
#BeachcomberExperience
beachcomber.com

LA COLLECTION BEACHCOMBER RESORTS & HOTELS ROYAL PALM • DINAROBIN • PARADIS • TROU AUX BICHES • SHANDRANI • VICTORIA • CANONNIER • MAURICIA

JEUX D'ARGENT

Paris en ligne, le jackpot des investisseurs

Les apps de jeux d'argent ont vu leur popularité exploser, portées par la libéralisation du marché américain. Cet engouement a fait émerger de nouveaux modèles, inspirés par le marché des options. PAR JULIE ZAUGG



L

a Russie envahira-t-elle un pays de l'OTAN en 2025? Qui va remporter la Premier League anglaise cette saison? Taylor Swift tombera-t-elle enceinte avant son mariage? Ce sont quelques-unes des questions sur lesquelles les usagers de la plateforme Polymarket peuvent parier. Collectivement, ils estiment qu'il n'y a que 6% de risques pour que Moscou se lance dans une nouvelle guerre, ils sont 41% à penser que Liverpool dominera le football anglais cette année et jugent à une majorité écrasante de 86% que Taylor Swift attendra pour procréer.

« L'Europe domine le marché, avec une forte prééminence du Royaume-Uni »

Ivor Jones, analyste actions chez Peel Hunt

Durant la dernière décennie, les jeux d'argent en ligne ont connu une spectaculaire poussée. L'industrie est passée de 37,5 milliards de dollars en 2015 à 81 milliards de dollars en 2023, soit une croissance annuelle de 9,6%, selon la société H2 Gambling Capital. « L'Europe, où ce segment est le plus mature, domine le marché, avec une forte prééminence du Royaume-Uni, un pays où les opérateurs sont régulés depuis le début des années 2000 », détaille Ivor Jones, qui couvre le secteur chez Peel Hunt.

Mais, depuis quelques années, « l'industrie s'est globalisée, avec l'émergence de nouveaux pôles de croissance comme les États-Unis et le Brésil », relève

David Brohan, un analyste chez Goodbody. La pandémie, lors de laquelle les casinos ont dû fermer leurs portes durant de longs mois, et la généralisation des smartphones ont favorisé la croissance des jeux d'argent en ligne. Mais ce qui a vraiment tiré l'industrie vers le haut, c'est sa légalisation aux États-Unis.

« En 2018, la Cour suprême américaine a annulé une loi prohibant les paris sportifs, relève Barry Jonas, qui suit le secteur chez Truist Securities. Depuis cette date, 38 États ont introduit des lois régionales les autorisant. » Les casinos virtuels sont, quant à eux, légaux dans sept États. Ce bouleversement a donné naissance à une industrie qui valait 13,7 milliards de dollars fin 2024 et pourrait atteindre 45 milliards de dollars d'ici quelques années, selon une estimation de Goldman Sachs. « Cela ferait des États-Unis le plus important marché pour les paris en ligne à l'échelle mondiale », note-t-il.

Le secteur est dominé par la société FanDuel, propriété de l'irlando-américain Flutter, et l'américaine DraftKings, qui accaparent 70% de parts de marché outre-Atlantique, précise l'analyste. La supériorité de leurs apps, promues à coups de bonus et de promotions, leur a permis de s'imposer, notamment auprès d'un public jeune qui n'avait que rarement fréquenté un casino dans le monde réel. Tous deux ont obtenu de solides croissances de leurs revenus ces dernières années et leurs perspectives sont bonnes, selon lui.

Les grands groupes de casinos comme Caesars Entertainment, MGM et Las Vegas Sands n'ont par contre pas réussi à réellement pénétrer ce marché. « Les deux premiers n'ont qu'une présence limitée en ligne, le second par →



↑ L'ancien joueur de football américain Rob Gronkowski, surnommé « Gronk », devant la Bourse de New York, le lundi 29 janvier 2024, pour la promotion de l'entrée en Bourse de la société de paris en ligne Flutter Entertainment.

l'entremise d'une coentreprise avec le britannique Entain, et le troisième n'en a pas du tout», précise l'analyste. Les plate-

formes qui se sont imposées ont toutes fait preuve d'innovation. «Elles ont par exemple introduit des paris combinés qui permettent de parier simultanément sur différents aspects d'un même match», comme le nombre de corners ou de passes effectuées par chaque joueur, indique David Brohan.

Dans certains cas, les joueurs peuvent visionner le match directement dans l'app et parier en temps réel en cliquant sur l'écran. Il y a aussi un aspect ludique, avec l'introduction de classements des meilleurs joueurs ou de badges signalant l'obtention d'un certain niveau. L'introduction de paris sur les ligues fantaisie et l'esport a en outre démultiplié l'offre.

En plus des paris sportifs, FanDuel et DraftKings proposent tous deux des casinos virtuels munis de fonctionnalités de réalité virtuelle ou augmentée qui permettent de reproduire l'ambiance de Las Vegas et la sensation d'interagir avec un vrai croupier. «Certains de ces contenus sont fournis par des sociétés externes, comme la britannique Playtech, l'américaine Genius Sports ou la suédoise Evolution AB, qui ont toutes bénéficié de l'incroyable croissance du secteur, notamment aux États-Unis», précise Ivor Jones.

Récemment, cette effervescence a fait émerger de nouveaux modèles, comme les marchés de la prédiction. Contrairement aux paris classiques, où l'on mise contre un opérateur, ces plateformes fonctionnent comme des marchés financiers: les participants s'échangent entre eux

des contrats dont le prix reflète la probabilité d'un événement futur. «Au lieu de miser contre la banque, les joueurs parient entre eux, explique Koleman Strumpf, économiste à l'Université de Wake Forest, spécialiste du domaine. Dans le cas d'une élection opposant deux candidats, ils peuvent se procurer des actions symbolisant ce choix binaire. S'ils ont acheté les actions du gagnant, ils remportent leur valeur totale. S'ils ont choisi celles du vaincu, ils perdent tout.» Chaque action vaut en général 1 dollar.

Ces actions peuvent aussi être revendues en amont de l'événement décisif. «Si j'achète les actions d'un candidat plusieurs mois avant le scrutin pour 50 cents et qu'elles grimpent par la suite à 80 cents, je peux les revendre avant l'élection et empocher les 30 cents de différence», explique le professeur. À ce titre, les mar-

© FUTTER, FANDUEL / ABACA PRESS, ALAMY

Des affiches de Polymarket, le plus grand marché de prédictions au monde, placardées dans les rues de New York, en juillet 2024.



« Donald Trump Jr. a été embauché comme conseiller par Kalshi et a investi dans Polymarket »

Les Bernal, directeur de l'organisation Stop Predatory Gambling

Si les marchés de la prédiction ont vu le jour au début des années 2000, sous l'égide de l'anglais Betfair Exchange, propriété de Flutter, ils n'ont réellement décollé que ces derniers mois, grâce aux portails Kalshi et Polymarket, nés en 2018 et 2020 respectivement. « Ces plateformes basées à New York ont commencé par proposer de miser sur les élections, avant de diversifier leur offre, relève Koleman Strumpf. On peut désormais mettre de l'argent sur à peu près n'importe quel événement. »

Le dénouement de la série *White Lotus*, les baisses des taux d'in-

térêt aux États-Unis et l'élection de Donald Trump ont récemment généré des pics d'intérêt.

Ces dix-huit derniers mois, Polymarket a vu son volume d'échanges passer de 54 millions de dollars à plus d'un milliard. Kalshi indique pour sa part avoir multiplié sa base d'utilisateurs par 50 durant la dernière année et a obtenu une valorisation de 2 milliards de dollars. Tous deux ne sont pour l'heure pas cotés en Bourse.

Mais leur succès a aiguisé l'appétit des deux géants du secteur. Fin août, FanDuel a annoncé un accord de coopération avec le Chicago Mercantile Exchange pour, à son tour, pénétrer les marchés de la prédiction. Quelques jours plus tard, DraftKings indiquait qu'il songeait, lui aussi, proposer ce type de contrats.

Ces firmes souhaitent profiter d'une industrie en pleine croissance et accroître la base de leurs utilisateurs. Mais elles espèrent aussi accéder à de nouveaux territoires qui leur sont actuellement fermés. « Comme les marchés de la prédiction sont régulés par la CFTC aux États-Unis, ils »

QUATRE ENTREPRISES À SUIVRE

FLUTTER

Le numéro un global

Seul véritable acteur global, le groupe irlandais-anglais possède des marques de premier plan comme Betfair, FanDuel, Paddy Power et PokerStars. Il est présent sur 19 territoires, notamment aux États-Unis, au Royaume-Uni et en Australie. Ses résultats ont souffert en 2025 durant le tournoi de basketball des universités américaines lors duquel les équipes prisées des parieurs ont remporté les 12 matches – une exception statistique –, ce qui pourrait lui coûter 180 millions de dollars en 2025. À moyen terme, la firme bénéficiera de sa présence globale. « Cela la protège en cas de durcissement législatif dans un pays donné », juge Barry Jonas, analyste chez Truist Securities. Il a émis une recommandation BUY.

FONDATION : 2016
SIÈGE : DUBLIN ET NEW YORK
EFFECTIF : 27'300
CHIFFRE D'AFFAIRES 2024 : \$14,05 MRD
→ FLTR

ENTAIN

L'anglais parti à l'assaut du monde

Entain est bien positionné sur le marché britannique par l'entremise de ses filiales Ladbrokes, Coral et bwin. Les États-Unis, où il a une coentreprise avec MGM, l'Australie et le Brésil sont d'autres marchés clefs, selon David Brohan, analyste chez Goodbody. « Des acquisitions en Pologne, en Croatie et en Italie lui ont en outre permis de gagner des parts de marché dans ces pays où les jeux d'argent en ligne sont encore peu implantés », précise-t-il. Il salue un récent recentrage sur ses activités les plus rentables, « après une période de deux ans durant laquelle la firme s'est dispersée, notamment en créant une division consacrée à l'esport ». Il a émis une recommandation BUY.

FONDATION : 2004
SIÈGE : DOUGLAS, ÎLE DE MAN
EFFECTIF : 24'000
CHIFFRE D'AFFAIRES 2024 : £5,1 MRD
→ ENT



ne sont pas soumis aux législations locales, rappelle Ivor Jones. Cela permet d'accéder aux États comme la Californie et le Texas, où les jeux d'argent sont pour l'heure interdits.» Ces plateformes échappent en outre aux taxes régionales imposées aux opérateurs de paris et de casinos en ligne. « Ces taxes s'élèvent à 50% dans l'État de New York », glisse Koleman Strumpf.

Les législateurs aux aguets

Reste l'épineuse question de la conformité de ces plateformes. Polymarket a été bannie du marché américain entre 2022 et septembre 2025, après avoir été accusée d'exploiter une plateforme de négoce de produits dérivés sans autorisation. Kalshi est, de son côté, empêtrée dans des poursuites légales avec pas moins de sept États qui l'accusent de contourner leurs lois sur les jeux d'argent en ligne. Mais l'arrivée au pouvoir de Donald Trump a retourné la situation en faveur de ces plateformes. « Le nouveau président a placé l'un de ses proches à la tête de la CFTC, note Les Bernal, le directeur de l'organisation Stop Predatory Gambling. Son fils Donald Trump Jr. a de plus été embauché comme conseiller par Kalshi et a investi dans Polymarket. »

La première continue pour l'heure d'exercer sans entraves. La seconde a reçu l'autorisation début septembre de reprendre ses activités sur le marché américain, grâce à l'acquisition de QCX, un échange enregistré auprès de la CFTC. Des signaux positifs qui expliquent l'intérêt de FanDuel et de DraftKings pour ce nouveau modèle de paris.

À l'international, le secteur voit toutefois des nuages s'amonceler. « Le Royaume-Uni a récemment renforcé sa législation, pour imposer des limites sur la promotion des casinos en ligne et exiger des contrôles quant à la solvabilité des joueurs, relève David Brohan. L'Australie et les Pays-Bas ont, de leur côté, décidé d'imposer davantage les plateformes de paris. » Fin août, le Parlement indien adoptait une loi interdisant tous les jeux d'argent en ligne.

Ils sont déjà bannis dans la quasi-totalité de l'Asie et du Moyen-Orient, alors que plusieurs pays – à l'image de la Turquie, de la Finlande et la Pologne – n'autorisent qu'un seul opérateur, propriété de l'État. « Cela freine les possibilités d'expansion pour les plateformes actives sur le plan global comme Flutter ou Entain », note Ivor Jones. ▲

↑ Une opération de promotion de la plateforme de paris sportifs DraftKings, organisée à Hudson Yards à New York en 2022 dans le cadre de l'US Open.

DRAFTKINGS

Le géant américain

En 2024, DraftKings a vu ses revenus croître de 30%, après avoir déjà progressé de 64% l'année précédente. Focalisé sur le marché américain, il a bénéficié de la libéralisation de ce dernier depuis 2018. « La croissance a toutefois commencé à ralentir, l'obligeant à mettre l'accent sur l'amélioration de ses marges, relève Barry Jonas, analyste chez Truist Securities. Certains acteurs secondaires, à l'image de BetMGM, ESPN Bet ou Fanatics, ont également commencé à gagner du terrain. » Les perspectives restent malgré tout prometteuses en raison de la taille du marché nord-américain, relève l'analyste, qui a émis une recommandation BUY.

FONDATION : 2012
SIÈGE : BOSTON, ÉTATS-UNIS
EFFECTIF : 5100
CHIFFRE D'AFFAIRES 2024 : \$4,76 MRD
→ DKNG

PLAYTECH

Le fournisseur de contenus

La société britannique est le plus important fournisseur de logiciels pour des opérateurs de casinos et de paris sportifs en ligne. Elle compte parmi ses clients les sociétés William Hill, Ladbrokes, Bet365, Calipaly et Sisal. Fin avril, elle a vendu la plateforme italienne Snaitech à Flutter, rétrocédant 1,8 milliard d'euros à ses actionnaires et faisant plonger son action. Mais les analystes estiment que ses perspectives de croissance sont bonnes et saluent son choix de devenir un acteur purement B2B. Son action est désormais sous-évaluée, selon Jefferies qui a émis une recommandation BUY.

FONDATION : 1999
SIÈGE : DOUGLAS, ÎLE DE MAN
EFFECTIF : 7400
CHIFFRE D'AFFAIRES 2024 : €1,79 MRD
→ PTEC

The best investment in your business might be in yourself.

Planning your next strategic investment? Make it real. Become your company's most valuable asset with IMD.



IMD / Real learning
Real impact

Krispy Kreme

UNE MARQUE
UNE HISTOIRE

L'appel du donut doré

Grâce à un système de franchise bien rodé, les beignets de Krispy Kreme ont conquis le sud des États-Unis, puis le monde anglo-saxon, jusqu'à être frits en Suisse.

PAR BLANDINE GUIGNIER

« H

ot now », l'enseigne rouge qui s'éclaire en bord de route lorsque les beignets sont chauds est connue de tous les Américains. « Avec une marque comme Krispy Kreme, il y a un attrait particulier, nostalgique et familier », déclarait l'archiviste John Fleckner du National Museum of American History en 1997, année où la première machine automatique de l'entreprise entrait au musée. Cette notoriété très américaine traverse désormais l'Atlantique, avec l'ouverture de boutiques en France et en Suisse en 2023, et bientôt en Allemagne.

Les beignets de Krispy Kreme – dont le plus connu est l'Original Glazed, un beignet troué en son centre, parfumé à la vanille et recouvert d'un glaçage au sucre transparent – détrôneront-ils la traditionnelle boule de Berlin ? La recette compte de nombreux adeptes. « Quand on met du gras et du sucre ensemble, c'est forcément bon, et il y a le côté

amusant des glaçages colorés aux goûts différents », relève Stéphane Brandt, propriétaire de la chaîne romande d'épiceries American Market, fin connaisseur des produits américains. Il souligne l'intérêt pour les clients de Krispy Kreme d'avoir des beignets confectionnés sur place et tout juste sortis de l'huile, par comparaison avec d'autres chaînes proposant des donuts congelés et réchauffés.

« Quand on met du gras et du sucre ensemble, c'est forcément bon »

Stéphane Brandt, propriétaire de American Market

Ce concept de « fabrique-boutique » fait le succès de Krispy Kreme depuis sa naissance dans les années 1930. Dans l'entreprise familiale du Kentucky, le jeune Vernon Rudolph participe à la fabrication et à la vente de donuts, préparés selon une recette secrète tenue d'un cuisinier français de la Nouvelle-Orléans. Il rêve toutefois d'ouvrir son propre local. Selon la légende, il part avec son frère en 1937 pour la Caroline du Nord, avec 25 dollars en poche et des équipements de pâtisserie dans le coffre de sa Pontiac.

Il choisit de s'établir à Winston-Salem, car il voit sur son paquet de cigarettes que la marque Camel y a son usine. « Une ville où se trouve une entreprise qui fabrique un produit commercialisé à l'échelle nationale doit être un bon choix », pense-t-il. Il ouvre d'abord un atelier de vente en gros, mais, comme de nombreux habitants du quartier, alléchés par l'odeur, commencent à lui demander des beignets à toute heure du jour et de la nuit, il perce une fenêtre pour que chacun puisse en acheter directement à l'atelier.

Après l'ouverture de plusieurs « fabriques-boutiques » en propre, Vernon décide de signer des accords d'association, ou franchises. Les nouveaux exploitants peuvent utiliser le nom Krispy Kreme, ainsi que la fameuse recette. Pour assurer une qualité uniforme, il crée en 1947 la Krispy Kreme Corporation, dotée d'un *Mix Department* qui

© ADRIAN STOCK



livre un mélange d'ingrédients standardisé aux magasins. Bientôt, son *Equipment Department* imagine une machine automatique, la « Ring King Junior », qui va remplacer le travail manuel. Elle découpe la pâte, la plonge dans l'huile, retourne le beignet et le fait refroidir. Plus de 900 pièces sont produites à l'heure. L'entreprise pourra ainsi faire face à un concurrent naissant, Dunkin' Donuts.

Au tournant des années 1980, de nouveaux équipements permettent de préparer plus de 9500 donuts à l'heure, grâce à un circuit qui accélère la levée de la pâte et à un tapis roulant pour le refroidissement. L'installation, mise en évidence chez Krispy Kreme, attire les passants gourmands, tout comme le néon rouge à l'extérieur.

Depuis la mort de son fondateur en 1973, la société vit toutefois

des années plus chaotiques. Elle passe un temps aux mains du conglomérat américain Beatrice Foods Company, qui la restructure et tente, sans succès, de commercialiser d'autres produits comme des sandwiches.

Ensuite, des franchisés se regroupent pour racheter l'entreprise et se concentrer à nouveau sur le donut chaud + café. Ils décident aussi de sortir Krispy Kreme de sa zone de confort du sud des États-Unis pour s'implanter à New York en 1996, puis en Californie en 1999. À cette période, Krispy Kreme produit 1,1 milliard des 10 milliards de donuts fabriqués annuellement dans le pays, selon David A. Taylor. Imitant son rival Dunkin' Donuts, qui est présent dans 37 pays et vend 5 fois plus de beignets, la société commence à s'implanter à l'étranger, avec une ouverture au Canada en 2001.

Pour financer cette croissance, elle entre une première fois à la Bourse de New York en 2000. En 2016, alors que l'entreprise vend 1,3 milliard de donuts par année et est installée dans 30 pays, le groupe d'investissement basé au Luxembourg JAB Holding rachète près de 45% des parts. La firme sort alors de la Bourse pour y retourner six ans plus tard sous le symbole DNU.

Après une période pandémique et postpandémique profitable, la croissance marque un coup d'arrêt, passant de 1,69 milliard de dollars de chiffre d'affaires net en 2023 à 1,67 milliard en

2024. L'annonce de la fin de son éphémère partenariat avec McDonald's aux États-Unis ainsi qu'un dernier revenu trimestriel de 379,8 millions (-13%) n'ont pas aidé. Krispy Kreme doit faire des économies. Son expansion dans le monde (40 pays pour environ 22'000 collaborateurs) devra donc se poursuivre surtout via des boutiques franchisées. L'entreprise pourrait aussi convertir certains magasins en propre en franchises dans ses bastions – monde anglo-saxon, Japon, Mexique. « Le marketing sera moins axé sur l'innovation et se concentrera sur le produit Original Glazed, et les raisons sont simples : c'est le produit le plus vendu, il offre la marge la plus élevée et il est généralement vendu à la douzaine », souligne l'analyste de la restauration rapide Pedro Goulart sur la plateforme Seeking Alpha. Comme il y a 90 ans, l'entreprise compte à nouveau sur la recette de Vernon Rudolph pour s'imposer. ▲ → DNU

DATES CLÉS

1930
Naissance de l'entreprise dans le Kentucky.

1997
La première machine automatique de Krispy Kreme fait son entrée au National Museum of American History, à Washington.

2023
Ouverture de fabriques-boutiques en France et en Suisse.



Nautica Technologies

Des robots sous-marins pour nettoyer les bateaux

NOMBRE
D'EMPLOYÉS
10

SIÈGE SOCIAL
ZÜRICH

FONDATION
2024

Entretien la coque d'un navire, ce n'est pas glamour, mais c'est crucial : une coque encrassée par des algues, coquillages et autres micro-organismes fait augmenter la consommation de carburant et alourdit la facture environnementale. La jeune pousse

Nautica Technologies, fondée par deux ingénieurs de l'ETH Zurich et de l'EPFL, s'attaque à ce problème avec une flotte de petits robots sous-marins autonomes. Ces robots travaillent en essaim, sans intervention humaine. Ils brossent les surfaces et assurent un nettoyage régulier, tout en transmettant des données utiles sur l'état du navire. Résultat : des coûts de maintenance réduits et une pollution moindre, et en prime l'absence de recours à des peintures toxiques.

En juillet dernier, Nautica Technologies a levé 4 millions de dollars auprès d'investisseurs spécialisés dans la robotique et le secteur maritime. Ce premier tour de table doit lui permettre de commercialiser sa technologie, d'étendre ses essais sur des flottes opérationnelles et de renforcer ses équipes. « Nous construisons un avenir où les navires s'entretiendront eux-mêmes – de façon régulière, autonome et durable », ambitionne le CEO et cofondateur, Cédric Portmann.

Les start-up suisses du numéro

PAR GRÉGOIRE NICOLET



Sartiq

L'IA remplace la photo de mode

NOMBRE
D'EMPLOYÉS
7

SIÈGE SOCIAL
LUGANO

FONDATION
2024

Cette start-up tessinoise propose une alternative radicale aux longs et coûteux shootings photo de mode. Elle a conçu une plateforme où la simple image d'un vêtement peut devenir instantanément un visuel porté par un mannequin virtuel (*on-model image*), fidèle aux détails du tissu, à la coupe et au style de la marque. À partir de l'image du vêtement, l'intelli-

gence artificielle génère différents rendus : poses, décors, profils de modèles (taille, mensurations, etc.). Ce procédé réduit les coûts de production jusqu'à 65% selon la société, tout en raccourcissant les délais de plusieurs semaines à quelques minutes.

Au début de l'automne, à l'occasion de son premier tour de table, l'entreprise a opéré son propre relooking et se nomme dorénavant Sartiq (anciennement Shootify). Avec ses 2,1 millions de francs suisses levés et les retours satisfaits de ses premiers clients

(Guess et Gas Jeans), elle espère désormais s'imposer comme un partenaire du secteur de la mode et non plus seulement du commerce en ligne : « Nous allons faire évoluer notre plateforme pour en faire un moteur de contenu complet au service de l'industrie de la mode, dit son CEO et cofondateur, Luca Ambrosini. Notre ambition est d'accompagner tout le cycle créatif – depuis le simple croquis jusqu'à la campagne mondiale – grâce à un système capable d'apprendre et de s'adapter à l'identité de chaque marque. »

3A Easy

PLUS POUR LE 3A MOINS POUR LES IMPÔTS

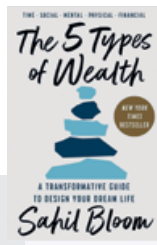


Optimiser son 3a ? Easy.

Faites votre choix parmi l'une de nos stratégies prédéfinies, de l'épargne stable à l'investissement le plus ambitieux : nos experts s'occupent du reste !

swissquote.com/3a-easy

 **Swissquote**



L I R E

The 5 Types of Wealth:

A Transformative Guide to Design Your Dream Life

PAR SAHIL BLOOM
WILLIAM COLLINS

Cet ouvrage propose une réflexion sur ce que signifie réellement être riche. Selon son auteur, un ancien athlète de haut niveau passé par Stanford et connu pour sa newsletter *The Curiosity Chronicle*, la prospérité ne peut pas se réduire à l'argent: elle repose sur cinq dimensions – le temps, le social, le mental, le physique et le financier. Chaque domaine doit être équilibré pour parvenir à une forme de plénitude. Le livre n'est pas qu'un essai théorique: l'auteur propose des outils pratiques comme des questionnaires pour évaluer sa situation et progresser de façon concrète, ce qui le distingue d'autres textes plus vagues sur le développement personnel. Le récit est en outre rempli d'anecdotes personnelles qui rendent les idées plus vivantes et motivantes. Toutefois, les conseils sont surtout adaptés à ceux qui jouissent déjà d'une sécurité financière et cherchent davantage de sens ou d'équilibre. *The 5 Types of Wealth* donne donc un cadre clair et stimulant pour repenser la notion de réussite qui conviendra à des lecteurs déjà en quête d'optimisation (disponible aussi en français et en allemand).

CHF 21.- ÉDITION PAPIER
CHF 10,30 ÉDITION NUMÉRIQUE



É C O U T E R

The Indicator from Planet Money

Dix minutes pour comprendre l'économie

Ce podcast américain produit par NPR (National Public Radio) est un dérivé de la célèbre émission *Planet Money*, lancée en 2008 pour expliquer l'économie à travers des récits accessibles. Là où le programme originel s'attarde sur un sujet en vingt minutes, le podcast adopte un format encore plus express: moins de dix minutes pour donner un aperçu d'une question économique ou sociale actuelle. Du lundi au vendredi, chaque épisode transforme ainsi une idée abstraite en récit concret: inflation, emploi, innovation ou politique monétaire deviennent compréhensibles au moyen d'exemples simples. La force du podcast tient dans la clarté et la concision, et le ton enjoué du commentateur crée une atmosphère qui capte l'attention dès les premières secondes.

WWW.NPR.ORG/PODCASTS/510325/THE-INDICATOR-FROM-PLANET-MONEY



S U I V R E

Ian Cassel @IANCASSEL

Finding great companies early @MicroCapClub // CIO @IntelligentCM

X (TWITTER) 645 FOLLOWING 276'800 FOLLOWERS

Ian Cassel est un investisseur spécialisé dans les microcaps, ces petites entreprises cotées peu suivies par les grands investisseurs. Fondateur de la communauté MicroCapClub.com en 2011, il dirige aussi le fonds Intelligent Fanatics Capital Management depuis 2018. Son objectif est de détecter des sociétés peu connues mais capables d'une croissance

durable et, surtout, dirigées par des leaders passionnés (*intelligent fanatics* – terme inventé par Charlie Munger). Sur son fil X, Ian Cassel partage des idées qui combinent pragmatisme, discipline et tolérance au risque. Il rappelle qu'il s'agit d'un univers volatil, mais pouvant offrir des rendements parfois très élevés.



T É L É C H A R G E R

Magic Earth

L'alternative européenne à Google Maps

Marre d'être suivi à la trace? Cette app de navigation GPS mise sur la confidentialité, aucune donnée personnelle n'étant collectée ni revendue. Basée sur OpenStreetMap, elle propose un guidage précis en voiture, à vélo ou à pied, et intègre les transports publics dans de nombreuses villes, y compris en Suisse. Développée par la société Magic Lane, basée aux Pays-Bas, Magic Earth est de plus en plus citée comme alternative européenne crédible aux apps de cartographie et navigation américaines.

APP STORE, GOOGLE PLAY,
ESSAI GRATUIT DURANT 1 MOIS,
PUIS 1 FRANC PAR AN

DE LA LIQUIDITÉ, SANS LIQUIDER

Avec le crédit lombard, accédez à un prêt garanti par vos titres sans les céder – à 0 % jusqu'au 31 mars 2026*.

*Voir conditions de l'offre.



swissquote.com/lombard

 **Swissquote**



Grande classico

En devenant « Grande », l'illustre Panda prend du volume pour devenir une petite routière accomplie. Notre essai. PAR RAPHAËL LEUBA

Fidèle aux formes cubiques, cette Panda de quatrième génération reprend les codes stylistiques du premier modèle (1980-2003), dont la cote ne cesse de grimper. Mais nourri aux nouvelles technologies, le sympathique animal a bien grandi. Ses mensurations – 3,99 m de long pour 1,76 de large – le rapprochent des petites voitures polyvalentes de segment B, telles que les Toyota Yaris et VW Polo. Le niveau d'équipement a progressé dans les mêmes proportions, à tel point qu'on peut définitivement parler de confort et d'agrément de conduite à son volant. Du moins pour cette version hybride – il existe une alternative 100% électrique – qui combine la force de son moteur turbo de 74 kW (101 ch à 5500 tr/min) à celle d'une machine électrique de 21 kW. Bien qu'il s'agisse d'une hybridation légère (tension de 48V), il est possible de couvrir quelques hectomètres à basse vitesse sur la force des électrons, fournis par une petite batterie li-ions de 0,9 kWh. Si ce choix technique ne vise pas tellement les records de consommation en ville, il offre en revanche un surcroît de vivacité sur tous les types de routes, en maintenant dans des limites raisonnables l'appétence du moteur suralimenté pour le sans-plomb. Comptez ainsi entre 5,5 et 6,5 l aux 100 km.

Question confort, hormis les redémarrages intempestifs du 3-cylindres en conduite urbaine, la Grande Panda s'en sort avec les honneurs. On apprécie son silence de marche sur autoroute, sa capacité de relance, les sièges bien dessinés et les commandes faciles d'usage. Ainsi, la désactivation des assistances intrusives s'opère d'un geste du doigt. Petit grief néanmoins concernant la clim automatique (monozone) en option, capable d'envoyer du froid par 38 degrés extérieurs mais qui peine à réguler la température indexée. Il manque aussi des poignées de maintien et des miroirs de courtoisie dans cet habitacle coloré. Les matériaux paraissent robustes – à l'image de la moquette – et des détails tels que le rangement frontal en fibre de bambou ou la console d'instrumentation (numérique) jaune translucide apportent une touche de fantaisie. De quoi rendre la Grande Panda moins austère que la Citroën C3, sa parente la plus proche au sein du groupe Stellantis.

À l'instar des deux dernières générations de Panda, la « Grande » dispose de portes arrière, facilitant l'accès à une banquette trois places plutôt accueillante vu le format extérieur de l'auto. De plus, le volume de coffre presque incroyable pour la catégorie (412 l) évite de recourir trop souvent au rabattement des dossiers. Au niveau de la dotation de série, le haut de gamme La Prima prévoit notamment des sièges et un pare-brise chauffants, l'audio à six haut-parleurs, la caméra de recul, le limiteur/régulateur de vitesse (passif), les originaux phares full LED, la navigation et des assistances à la conduite telles que la lecture des limitations de vitesse, l'alerte antifranchissement de ligne et le maintien actif de la voie. En considérant cette générosité et une qualité perçue convaincante, le tarif de 24'000 francs de notre modèle d'essai n'a rien d'exagéré. ▲

MOTORISATION
3-CYL. 1199 CM3 TURBO
ET MOTEUR ÉLECTRIQUE

PUISSANCE ET COUPLE
81 KW (110 CH) ET 205 NM

TRANSMISSION
AUT. 6 RAPPORTS

PERFORMANCES
11,2 S DE 0-100 KM/H, VMAX
160 KM/H

PRIX
POP DÈS CHF 18'990.-
(VOITURE D'ESSAI
CHF 24'690.-)

PASSEZ À L'ORANGE POUR VOTRE HYPOTHÈQUE

Utilisez notre **calculateur en ligne**
et profitez d'un **taux hypothécaire**
parmi les **plus attractifs de Suisse !**



[swissquote.com/mortgage](https://www.swissquote.com/mortgage)

 **Swissquote**

V O Y A G E

LA CROATIE

ENTRE FORTERESSES, ÎLES ET LÉGENDES

Derrière les plages turquoise, la Croatie dévoile un autre visage : un pays médiéval jalonné de remparts, de monastères et de cités fortifiées. Itinéraire en quatre haltes qui racontent autant l'histoire que la vie d'aujourd'hui. PAR AGNÈS VANNOUVONG

Entre mondes ottoman et vénitien, la Croatie a préservé son patrimoine comme un décor de cinéma – entre les châteaux, les champs de lavande et les montagnes où il est possible de skier l'hiver venu. La Croatie n'est ni l'Italie ni la Grèce. Elle ressemble à elle-même, fière

et accueillante. Sortie de la guerre au tournant des années 2000, entrée dans la zone euro en 2023, elle séduit par sa lumière, ses paysages et son histoire. Chaque fortification dévoile une page du Moyen Âge, chaque pierre murmure le récit d'un voyage dans le temps.

Vue aérienne de la ville de Dubrovnik dont les remparts en pierre datant du XVI^e siècle surplombent la mer Adriatique.

© SPENCER DAVIS

DUBROVNIK

La cité des remparts et des séries

L'ancienne République de Raguse est désormais indissociable de Port-Réal (King's Landing dans la version originale), la capitale de Westeros dans la série télévisée *Game of Thrones*. Les fans y rejouent des scènes, parfois nus, sur certaines places, au grand dam des voisins. Mais l'histoire réelle n'a rien à envier à la fiction.

De 1358 à 1808, Raguse fut une république oligarchique singulière. Son dirigeant, le recteur élu pour un mois seulement, vivait enfermé dans son palais et n'exerçait qu'un rôle symbolique. Le vrai pouvoir revenait au Sénat et aux familles nobles : un système qui rappelle le roi fragile de Westeros face à son Conseil restreint. Tout comme Braavos dans la série, Raguse brillait aussi par ses arts et ses lettres, rivale des grandes cités méditerranéennes.

En ce mois de septembre, Dubrovnik est baignée d'une lumière ocre lorsque l'on franchit les fortifications de la ville. Les remparts du XIV^e siècle ont accueilli le tournage de la série culte. Le soir venu, on déambule devant le palais du recteur,



Joyau architectural de la mer Adriatique, la vieille ville de Dubrovnik rayonne d'une beauté indescriptible et d'une histoire riche s'étendant sur plusieurs siècles.

le palais Sponza, la statue de saint Blaise et la colonne d'Orlando qui représente le chevalier Roland, figure emblématique de la cité. Après leur halte à Dubrovnik, les aficionados de la série culte se rendront également à Šibenik, à Trogir et Split, autres cités médiévales croates qui ont servi de décors à *Game of Thrones*.



Parmi les principaux sites touristiques, l'église Saint-Blaise avec son style baroque vaut le détour.

© SIEGFRIED SCHNEPF, ROMAN BABAKIN, ADOBE STOCK / RNDMS, ISTOCK / DALIBOR BREK, ALAMY

Ancien monastère franciscain rénové en « guest house » de luxe.

LOPUD

Le silence des moines et l'élégance contemporaine

À cinquante minutes de bateau de Dubrovnik, l'île de Lopud offre un contraste saisissant. Ici, le temps s'étire entre les ruines médiévales et les cyprès. Sur l'île, tout chante : les criquets, le vent, la nature. La vie est douce à l'ombre des citronniers.

L'ancien monastère franciscain du XV^e siècle est réinventé en hôtel privé de luxe entouré de

jardins d'herbes médicinales (Lopud 1483). Restauré par la baronne Francesca Thyssen-Bornemisza, le monastère voisine avec *Your black horizon Art Pavilion* d'Olafur Eliasson et David Adjaye, un pavillon combinant art et architecture présenté à la biennale de Venise en 2005. Une chapelle dédiée aux marins s'élève à proximité dans une nature préservée.

Vue aérienne de la ville de Ston, avec sa grande muraille, réputée pour être la plus longue d'Europe.

STON

Le plus long mur d'Europe et les salines médiévales

Un stop à Ston constitue une halte idéale sur la côte adriatique. Le village tranquille est protégé de longues murailles du XIV^e siècle : plus de 5 kilomètres visibles aujourd'hui, mais 7 à l'origine, ce qui en ferait le plus long mur d'Europe. Ces fortifications protégeaient les salines exploitées sans interruption depuis le Moyen Âge.

Le sel, véritable « or blanc », fit la fortune de Raguse. Aujourd'hui encore, les bassins scintillent au soleil et, depuis les remparts, on voit les salines géométriques et les collines verdoyantes. Le monastère franciscain Saint-Nicolas vaut le détour. Il est tenu par les sœurs, chaleureuses, gardiennes des esprits qui préservent les murailles.

Y ALLER

Deux heures de vol depuis Genève ou Zurich avec la compagnie aérienne Swiss ou easyJet.

OÙ DORMIR

À DUBROVNIK

Hilton Imperial

Dans un décor à la Wes Anderson, c'est l'un des plus anciens hôtels de la ville. Ses chambres sont confortables, dominant la cité et l'Adriatique. Excellent petit-déjeuner, piscine, salle de conférences.

À HVAR

Little Green Bay

Jolies chambres dotées d'une terrasse donnant sur une baie tranquille. La philosophie *no-stress* de ce « non-hôtel » privilégie un accueil personnalisé. La cuisine de la talentueuse cheffe Sarah garantit un séjour total farniente (paddle & kayak à disposition).

Plage cache'e Glamping

Tentez le glamping dans une tente cinq étoiles, esprit luxe pieds nus, plage privée, jardin bio, œufs frais à dispo. Olga et Veljko louent aussi une villa qui donne sur la nature. Calme, beauté, criquets et ciel étoilé.

OÙ MANGER

À DUBROVNIK

Restaurant 360

Une carte qui fait la part belle aux produits locaux. Menu dégustation superbe, cave exceptionnelle. Dîner romantique au cœur des remparts. Si la perfection des sens existe, elle se trouve dans ce paradis, une étoile Michelin.

ÎLES PAKLENI

(15 minutes en bateau depuis Hvar)

Laganini Lounge Bar & Fish house

Cuisine méditerranéenne, carte de poissons, excellent ceviche, sushis cool, super cocktails. DJ set, vue mer, adresse d'habités depuis 1970.

HVAR

Forteresse et dolce vita



La ville portuaire de Hvar est réputée pour ses murailles du XIII^e siècle et sa forteresse.

Le voyage depuis le port de Sućuraj se fait en catamaran ou en ferry. Il se mérite avec la route tracée par Napoléon, serpentant sur la crête de l'île et offrant des vues vertigineuses. L'arrivée par Split est plus aisée, mais moins pittoresque.

La ville de Hvar, sur l'île éponyme, conjugue glamour et patrimoine. Sa baie en forme de V forme un abri naturel contre les vents. Elle garde l'âme d'un lieu où coexistent les vieilles pierres et la dolce vita. Le château du XVI^e siècle domine la ville, tout comme les remparts et l'architecture vénitienne qui offrent une vue superbe sur les îles Pakleni. Dans la vieille ville, la place Saint-Étienne, sa cathédrale et l'Arsenal témoignent de la richesse culturelle de Hvar. En fin de journée, direction le fort Napoléon pour un beau coucher de soleil où flotte un parfum de lavande et d'olivier.

À Stari Grad, l'une des plus anciennes villes d'Europe dont la plaine autour a été inscrite au patrimoine de l'Unesco, ne manquez pas la demeure fortifiée du célèbre poète Petar Hektorović. Sa belle résidence médiévale dévoile un jardin luxuriant avec un colombier et un vaste bassin abritant toujours des poissons, comme au temps du poète (les

poissons symbolisaient le Christ et les colombes le Saint-Esprit). Plus loin, le village de Jelsa séduit par son port ravissant et ses maisons patriciennes. On prend volontiers un café sur le port et on déguste au Napoléon une salade de poulpe grillé arrosée d'un verre de vin de la maison.

Après une nuit dans le charmant hôtel Little Green Bay, le réveil face à la mer dans une baie peuplée d'oiseaux est magique. Le petit déjeuner composé de jus frais gingembre-citron-céleri et autres douceurs éveille les papilles. Après un tour en paddle, un petit jogging s'impose jusqu'à la baie de Zastupac prisée des amateurs de plongée pour ses eaux cristallines. Au dîner, la cui-

sine de la cheffe Sarah sublime le poisson, la viande grillée et le pain maison.

Le lendemain, direction la Plage cachée Glamping pour une nuit magique en pleine nature. L'expérience – comparable à un campement médiéval avec un foyer en plein air pour les repas, le potager et le poulailler – rappelle certaines scènes de *Game of Thrones* où les personnages dorment dans des tentes magnifiques avec du mobilier nomade. On marche pieds nus, on se baigne dans les eaux divines, on se promène avec le jeune dalmatien qui connaît le coin comme sa poche, et on mange des figues qui laissent dans la bouche un goût sucré.



Entre deux visites de sites médiévaux, quelques plages cachées sur l'île de Hvar offrent des moments de détente bienvenus.

© ANDRAS CSONTOS, ISTOCK / PLAGE CACHÉE GLAMPING

Hector Saxe

PARIS

L'élégance rencontre la stratégie



Recevez un cadeau de bienvenue lors de votre première commande code « SQ »



www.astuce.ch

Backgammon

Poker

Casino

Echecs

Piste de Dés

La platine versatile

La platine Miniote Wheel 3 se démarque par plusieurs innovations. Elle abandonne les cellules magnétiques traditionnelles au profit d'un système optique associé à un stylet diamant elliptique. Son design, en aluminium poli, est compact et épuré. Le mécanisme de lecture, dissimulé sous le disque, fait que la platine fonctionne aussi bien posée à plat que fixée au mur.

miniot.com
2710.–



Tapis monogrammé

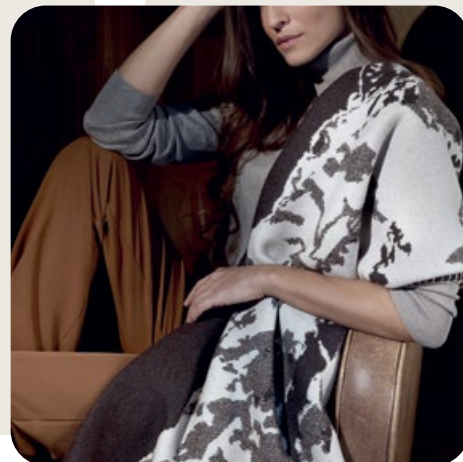
Lotus, chandelle, étirements ou pompes ont une tout autre allure sur le tapis d'exercice signé Louis Vuitton. Sa toile beige aux motifs ton sur ton mise sur l'élégance, ponctuée d'emblèmes discrets mais reconnaissables, caractéristiques du malletier parisien : détails en cuir de vache naturel, sangle et porte-adresse en toile Monogram. Souple au toucher et doté d'une finition antidérapante, il allie confort et sécurité. De quoi attirer quelques regards au studio de yoga.

louisvuitton.com
1615.–

Le plaid des montagnes

Gstaad, Courchevel, Zermatt, Verbier ou Megève... autant d'affiches alpines des années 1950 dont s'inspire le plaid des montagnes de la maison genevoise Viñas. Conçue à Genève et tissée à Biella, en Italie, la couverture chic est confectionnée en laine mérinos Cashwool, fibre extra-fine reconnue pour sa douceur et sa résistance. Deux autres collections complètent l'assortiment : l'une dédiée aux villes avec des modèles à l'effigie de Genève, Paris, New York ou Londres, l'autre, lancée cet automne, rend hommage à la Suisse avec des motifs inspirés de la poya, du design militaire ou des vaches helvètes.

vinas-geneve.com
590.–



Le chai zurichois

Boisson réconfortante par excellence, le Sticky Chai revisite le traditionnel breuvage indien à base de thé noir, lait, sucre et épices. Affinée avec du sirop d'agave biologique et produit localement, sa version zurichoise, aux recettes inédites, ne contient ni édulcorants ni conservateurs et se décline en plusieurs parfums, dont le Chili Choc mêlant cacao et piment habanero. Une cuillère à soupe de chai, un tiers d'eau, deux de lait, on porte à ébullition et on laisse infuser trois à quatre minutes... Il ne reste qu'à savourer.

chaiwalla.ch
15,90



Gaming nomade

L'entreprise californienne Belkin investit l'univers du jeu vidéo avec un étui de voyage conçu pour la Nintendo Switch 2. Sa coque résistante à l'abrasion et à l'eau, doublée de velours brossé, protège la console. L'étui intègre un rabat pour ranger les jeux ainsi qu'un compartiment permettant de dissimuler un AirTag. Sa botte secrète : une batterie amovible de 10'000 mAh, capable de recharger la Switch 2 jusqu'à 1,5 fois. Conçu pour le mode table, même en charge, le boîtier se transporte facilement grâce à sa poignée ou sa dragonne.

belkin.com
56,90



Le mini-drone nouvelle génération

La firme chinoise DJI lance le Mini 5 Pro, un drone caméra compact bardé de technologies dernier cri. Il embarque un capteur de 50 MP, capable de prendre des images détaillées même en lumière faible. La nacelle offre une rotation jusqu'à 225°, permettant des prises verticales. Il filme en 4K HDR jusqu'à 120 images par seconde et intègre la fonction ActiveTrack 360° pour suivre un sujet automatiquement. Pour sécuriser le vol, surtout de nuit, il dispose d'un système de détection d'obstacles omnidirectionnel incluant un LiDAR – sorte de radar laser qui cartographie l'environnement en 3D en temps réel. L'autonomie annoncée est de trente-six minutes.

dji.com
799.–

AU
CŒUR
DES
LABOS

Stocker l'hydrogène plus aisément

Le stockage de l'hydrogène exige actuellement des températures cryogéniques et des pressions vertigineuses. Une équipe de l'EPFL a développé un procédé chimique simple pour contourner ces obstacles. PAR JULIE ZAUGG

L'hydrogène est souvent brandi comme le carburant vert du futur. Mais il souffre d'un défaut majeur : son stockage et son transport sont complexes. « Pour le liquéfier, il faut le refroidir à une température de -253 degrés, explique Andreas Züttel, le directeur du Laboratoire des matériaux pour les énergies renouvelables de l'EPFL. Sa compression requiert en outre des niveaux de pression extrêmement élevés. »

Pour résoudre ce problème, l'équipe du chimiste suisse a développé plusieurs méthodes novatrices de stockage. « Lorsqu'on laisse l'hydrogène interagir avec des métaux, il se lie à ces composés pour former des hydrures métalliques, détaille-t-il. Cela permet d'entreposer l'hydrogène sous forme solide à température ambiante avec une densité 2 fois plus importante que lorsqu'il est liquide. » Chaque unité de 100 kilos d'hydrures métalliques peut contenir 2,5 kilos d'hydrogène. La méthode permet également d'atteindre un degré de pureté élevé de l'hydrogène et d'en faire usage sans étape de décompression intermédiaire. Mais elle présente aussi certains inconvénients qui pourraient freiner sa mise sur le marché : les métaux pèsent lourd et le coût du procédé reste pour l'heure prohibitif.

Plus récemment, le Laboratoire des matériaux pour les énergies renouvelables de l'EPFL a développé, en collaboration avec l'Université de Kyoto, un liquide riche en hydrogène formé de deux produits chimiques simples, le borane d'ammoniac et le borohydrure de tétrabutylammonium. Leur mélange génère un solvant eutectique profond (DES), qui permet de conserver l'hydrogène sous forme liquide à température ambiante. Il ne commence à prendre une forme vitreuse, soit à se solidifier, qu'à partir de -50 degrés.

Cette solution peut contenir jusqu'à 6,9 kg d'hydrogène par 100 kg, a annoncé l'EPFL mi-juillet. Pour récupérer la précieuse source d'énergie, il suffit de chauffer le liquide à 60 degrés. Ces nouvelles méthodes ont le potentiel de rendre le stockage et le transport de l'hydrogène « plus faciles et sûrs », sans devoir recourir à des températures extrêmes ou à des réservoirs à haute pression, souligne Andreas Züttel. Les applications sont nombreuses. « L'alimentation en énergie de maisons individuelles ou de zones isolées représente l'un des marchés les plus prometteurs pour ce type de solutions. Les véhicules fonctionnant à l'hydrogène pourraient également en bénéficier. » Il rappelle que 200 kg d'hydrures métalliques permettent de produire autant d'énergie de propulsion qu'une batterie électrique de 1 tonne.

De nombreux procédés chimiques, à l'image de l'hydrogénation des corps gras dans l'industrie agroalimentaire ou de la production d'ammoniac, nécessitent également un apport stable et abondant en hydrogène. « L'industrie chimique et des semi-conducteurs s'intéresse à nos méthodes de stockage en raison de la pureté de l'hydrogène qu'elles permettent d'obtenir », précise le chercheur. Une partie de ses recherches, notamment celles portant sur les hydrures métalliques, sont commercialisées, sous l'égide du spin-off GRZ Technologies, qu'il a cofondé en 2017. Celui-ci propose notamment des solutions de stockage de l'hydrogène, capables de générer jusqu'à 4,5 mégawatts/heure d'énergie.

La Suisse est pour l'heure aux avant-postes de ces nouvelles solutions, mais la Chine commence aussi à s'y intéresser. « Certains de mes ex-étudiants y ont créé des start-up fondées sur les mêmes procédés », glisse le chercheur. ▲



BENCI BROTHERS



Cartier