

Elanix lance une période de souscription pour lever jusqu'à 2,1 millions d'euros

BIOTECH. L'entreprise basée à Nyon émet aujourd'hui 777.910 nouvelles actions. Ce financement permettra de commercialiser un nouveau produit.

MATTEO IANNI

Passée assez inaperçue parmi les acteurs de la Health Valley romande, l'entreprise biotech Elanix continue sa progression. La société basée à Nyon depuis 2012 dispose de locaux à Wiesbaden, alors que son siège social se trouve à Berlin. Elle est cotée à la bourse de Francfort. L'entreprise développe et commercialise des produits de régénération de tissus et de cosmétiques spécialisés en dermatologie et gynécologie, et fournit des services dans les technologies cellulaires.

Elle a été fondée en tant que spin-off de l'hôpital universitaire de Lausanne (CHUV), pour commercialiser une technologie de cellules progénitrices brevetées. Contrairement aux cellules souches, les cellules progénitrices sont des cellules totalement différenciées qui sont des inducteurs très puissants de la croissance et de la guérison des tissus de la peau.

Un nouveau produit prêt à être commercialisé

Elanix est actuellement en phase d'augmentation de capital puisque l'entreprise lance une période de souscription aujourd'hui et qui s'achèvera le 10 août. L'en-



TOMAS SVOBODA. Il est le directeur général d'Elanix. L'objectif rêvé du CEO serait de réussir à lever 10-15 millions d'euros en 2019.

treprise a en effet émis 777.910 nouvelles actions. Le prix de souscription pour les actionnaires existants est de 2,75 euros. Par conséquent, la société basée à Nyon vise à lever 2,1 millions d'euros au maximum.

Un montant qui serait investi pour la commercialisation du deuxième produit cosmétique fonctionnelle de l'entreprise, la crème SkinRepair. «Skinrepair régénère et renforce la barrière protectrice de la peau et soulage

les lésions superficielles. La crème a été conçue pour corriger les irrégularités de la peau ainsi que pour hydrater, soutenir et régénérer l'épiderme. Elle convient aux peaux sensibles ou affectées, qui ont tendance à présenter des irrégularités, notamment durant le suivi «post-opératoire de chirurgie esthétique», commente Tomas Svoboda, CEO d'Elanix. Cette crème devrait être sur le marché pour octobre 2018. Un produit qui viendrait com-

pléter la gamme de cosmétiques de l'entreprise, un an et demi après le lancement en Europe de son produit pour le confort de la zone intime externe chez la femme, GYNrepair Cream.

Une levée de fonds partielle en février

Cette période de souscription n'est pas la première pour Elanix. En février déjà, l'entreprise avait tenté de séduire les actionnaires en émettant de nouvelles actions. L'objectif était de récolter jusqu'à 5 millions d'euros. Au final, 1,2 million ont été récupéré. Un manque de financement qui a freiné le développement de l'entreprise. «Nous sommes une jeune société, dans le domaine de la biotech. Le financement se fait très en amont car les études cliniques nécessitent beaucoup de temps et sont coûteuses.» L'objectif rêvé du CEO pour être véritablement mature serait de réussir à lever de 10 à 15 millions d'euros en 2019. Un montant qui permettrait de cimenter les divers projets entrepris par l'entreprise, notamment dans le domaine médical produits pour la régénération de tissus. A cet effet, comme nous l'avions annoncé en décembre dernier (lire l'Agefi du 4 dé-

cembre), Elanix annonçait la signature d'un accord avec l'entreprise allemande Dermacon GmbH pour développer des dispositifs médicaux pour sa franchise First Cover, principal produit d'Elanix. Ces nouveaux dispositifs médicaux permettront d'accélérer de manière significative la cicatrisation des plaies aiguës et chroniques. «Cet accord avec Dermacon va nous permettre de développer des dispositifs médicaux de cellules progénitrices pour accélérer la cicatrisation des plaies, commente Tomas Svoboda, CEO d'Elanix. J'ai promis au professeur Lee Ann Laurent-Appelgate (n.d.l.r. docteur en biologie et directrice de l'Unité de thérapie régénérative au CHUV) que nous amènerons ce nouveau produit sur le marché pour le traitement des plaies chroniques et des grands brûlés. Rien qu'en Allemagne, cela concerne plus de 3 millions de personnes par année.» En tant que CEO, il a promis à ses actionnaires que le produit sera sur le marché pour décembre 2020 – janvier 2021 en Europe, en fonction des financements. Aujourd'hui, Elanix compte 11 employés, pour un chiffre d'affaires de 300.000 euro en 2017. ■

Un drone qui se déforme pour absorber les chocs

Développé à l'EPFL et inspiré des insectes ainsi que des origamis, cet engin peut se ramollir pour éviter la casse, puis de revenir à sa forme initiale.

Depuis plusieurs années, les roboticiens s'inspirent des origamis pour fabriquer des robots ainsi que des drones légers et pliables, avec des propriétés qui sont extrêmement innovantes. Jusqu'ici, deux types de structures origamis ont prévalu. Les structures rigides, capables de supporter un certain poids, mais se rompant en cas de charge trop lourde, ainsi que les structures flexibles et résilientes, ne pouvant pratiquement pas supporter de charge.

A l'EPFL, des chercheurs ont développé un drone origami hybride inspiré des ailes d'insecte, qui peut être rigide ou souple en fonction des besoins. Lors du vol, le drone présente un état rigide, pour soutenir le poids de sa structure et résister aux poussées provoquées par les hélices. Mais en cas de collision, il est capable de se ramollir pour absorber le choc. Cette faculté de déformation permet de limiter au maximum les dégâts matériels. Menée au sein du Laboratoire de systèmes intelligents, qui est dirigé par Dario Floreano, la recherche est publiée dans *Science Robotics*.

Une fabrication en sandwich

Le drone doit sa résistance à sa construction particulière en couches rigides et élastomères. Une membrane en élastomère est étirée, puis placée en sandwich entre des plaquettes rigides. Quand le système est au repos, les plaquettes sont maintenues ensemble et confèrent une rigidité à la structure. En revanche, si une force d'une intensité suffisante est exercée, les plaquettes s'écartent et la structure peut se plier.

En parallèle au développement de leur drone, les chercheurs ont utilisé cette technique pour fabriquer une pince au toucher délicat. Passé une certaine pression, la pince se ramollit, évitant de briser l'objet à saisir. De la même façon, le système empêche la pince d'emporter une charge trop lourde par rapport à sa capacité.

Des robots qui côtoient l'humain sans risque

«La tendance en robotique est de fabriquer des robots plus «soft», adaptables et pouvant côtoyer l'humain de manière sûre. Or pour certaines applications, une certaine rigidité est nécessaire», explique Dario Floreano. «Avec notre système, nous avons démontré qu'il était possible de concilier les deux états», ajoute-t-il. ■

Valora: l'intégration de BackWerk a contribué à la croissance semestrielle

La modernisation des concepts retail se poursuit tandis que le cash-flow continue de progresser. La nouvelle enseigne ouvrira aussi en Suisse romande.

PHILIPPE REY

L'intégration de BackWerk (produits de boulangerie et snacking) se déroule favorablement pour Valora, tout en ayant occasionné des coûts supplémentaires y relatifs au premier semestre 2018. Les activités de commerce de détail en suisse (Retail Suisse) et de food service (Ditsch/Brezelkönig, Caffè Spettacolo et BackWerk) ont accompli une bonne performance lors du premier semestre.

Le développement des concepts retail suisses (notamment avec la modernisation d'avec) et l'élargissement des capacités de production des articles de boulangerie saumurés (bretzels) aux Etats-Unis et en Allemagne sont sur la bonne voie, d'après le CEO, Michael Mueller. Le domaine retail Suisse maintient sa rentabilité au niveau de 2017, notamment avec un retour sur capitaux employés (ROCE) de 28,9%.

«Déception» en Allemagne

Certes, la rentabilité de l'activité retail en Allemagne, au Luxembourg et en Autriche, est restée en-deçà des attentes, du fait d'un recul important dans le secteur presse (journaux et magazines). Un phénomène analogue à ce qui est déjà survenu en Suisse. Le



Roger Vogt, CEO de Valora Retail (gauche), et Michael Mueller, CEO de Valora (droite) dans la nouvelle enseigne à Berne.

ROCE a ainsi diminué de 2,5 point de pourcentage à 7,3%. Valora s'y attendait et a pris les mesures nécessaires.

Au deuxième semestre 2018, les initiatives lancées au plan des coûts et des projets comme le renforcement des produits alternatifs à base de tabac (cigarettes électroniques) et des secteurs food et services entraîneront des effets positifs sur la rentabilité. La relative déception causée par l'activité retail en Allemagne, au Luxembourg et en Autriche a provoqué une réaction négative du marché

qui a fait reculer le cours de l'action d'environ 5%.

Valora, qui évolue de plus en plus vers le «foodvenience» (convenience et food), a réalisé au premier semestre un bénéfice d'exploitation (EBIT) consolidé de 36,0 millions de francs; celui-ci est en ligne avec les prévisions pour 2018, selon Tobias Knechtle, CFO: environ 90 millions de francs (plus ou moins 3 millions), qui correspondent à une marge brute supérieure à 45% et à une marge EBIT de plus de 4%. Le chiffre d'affaires externe a aug-

menté de +15,0% à 1,347 milliard de francs et le chiffre d'affaires net de +7,6% à 1,043 milliard (respectivement +10,9% et +4,5% à taux de change constant). L'intégration de BackWerk (acquise à l'automne 2017) a contribué à cette croissance, parallèlement à une croissance top line dans les affaires B2C et B2B dans le food service et à un nombre accru de points de vente propres pour le retail en Allemagne, au Luxembourg et en Autriche.

Le taux de marge brute s'est amélioré de 2,5 point de pourcentage à 45,5% grâce à la performance opérationnelle (+0,7 Point) et à la contribution de BackWerk. Le cash-flow libre (free cash-flow) a progressé d'une année à l'autre de 13% à 10,0 millions de francs (avant fusion et acquisition) grâce à une gestion disciplinée du fonds de roulement net. BackWerk présente un taux de conversion élevé de son résultat d'exploitation en cash-flow disponible. Le ROCE du groupe a régressé de 0,9 point de pourcentage à 7,7% en raison de capitaux employés plus élevés (goodwill résultant de la consolidation de BackWerk). Le ROCE sans goodwill s'est établi à 14,7%.

Confiant dans l'appel d'offre des CFF

Valora se montre confiant dans

les appels d'offres des CFF pour les surfaces de commerce de détail, convenience food et autres (plus de 200 s'agissant de Valora). Le groupe basé à Muttenz compte parmi les plus gros locataires des CFF. L'offre de ses différents formats retail (K kiosk, Press & Books et avec) est très concurrentielle.

Une première surface (47 m²) du nouveau concept avec est d'ailleurs entrée en exploitation à la gare de Berne, avec des produits régionaux et faits main. Une seconde suit à Landquart (Grisons) et une troisième à Oerlikon/Zurich. Un nouveau magasin avec est aussi prévu cette année en Suisse romande. Avec sa position comme un acteur de convenience frais en se concentrant sur les besoins des clients et en exploitant des modules flexibles.

A fin juin 2018, Valora disposait de 2776 points de vente en Suisse et à l'étranger. Près de 70% de ce réseau opéraient en tant qu'agences ou en franchising. Sa valeur boursière dépasse 1,26 milliard de francs, soit un peu plus de 15 fois le free cash-flow de 2017 (82 millions). L'endettement net des activités continues se montait à 285 millions de francs à la fin du mois juin de cette année. ■