

market

LE MEDIA SUISSE DES HIGH NET WORTH INDIVIDUALS

PATRIMOINE(S)
LA DIGITALISATION BOULEVERSE
L'INDUSTRIE DE L'ASSURANCE

INDEX

SWISS DIGITAL :
14 ACTEURS
D'INFLUENCE

INVITÉ

LAURENT FERRIER

MARCHÉ DE L'ART

2017 : LA REPRISE

PHOTOGRAPHIE(S)

BEN DAUCHEZ

RÉTROSPECTIVE(S)

JEAN TINGUELY

FISCALITÉ(S)

LES NOUVELLES
RÈGLES DE LA PLACE
FINANCIÈRE SUISSE

INVESTIR

GESTION
INSITUIONNELLE

DOSSIER

BANQUIERS, MÉCÈNES OU ARTISTES ?



15 CHF



SWISS DIGITAL :

14 ACTEURS D'INFLUENCE

Propos recueillis par AMANDINE SASSO



Elena Budnikova

ATAWADAC! Ou le cri de guerre du digital... Cet acronyme qui signifie littéralement *Anytime, Anywhere, Any Device, Any Content* résume à lui seul les maîtres mots du digital.

Dans ce 25^e Index influence de Market, nous avons rencontré un certain nombre d'acteurs qui gravitent dans ce domaine à la fois si familier et pourtant méconnu. Nous avons donc cherché à avoir, grâce à leurs expertises, une vue d'ensemble sur ce qu'englobe le terme de *digital*. Y a-t-il une émergence de

nouveaux métiers, de nouveaux codes, de *business model* ou même de stratégie commerciale propre à cet univers ? C'est également l'occasion de discuter de l'avenir de notre monde à travers le prisme du digital, qui est visiblement en train de modifier en profondeur les mécanismes mêmes de notre société.

Il sera donc important de demeurer vigilant quant à la place de celui-ci dans nos vies et de garder l'humain au premier plan. La question qui se pose est : est-on prêt ?

Maxime Pallain

CEO de Raizers

Après 5 années passées sur les marchés financiers à Londres et Genève, et ses premiers pas dans l'entrepreneuriat avec un premier succès enregistré, Maxime Pallain décide de lancer Raizers avec Grégoire Linder, son associé. Raizers est une plateforme d'investissement en ligne permettant à tout particulier ou entreprise de construire et de suivre son propre portefeuille parmi un catalogue complet de PME européennes, sélectionnées par les équipes d'analystes. Acheter des actions ou prêter dans l'économie réelle devient direct, simple et sécurisé. « À mon humble avis, l'influence dans le digital se mesure grâce à l'impact de vos actions. Aujourd'hui, on touche des millions de personnes grâce à un Tweet ou une photo sur Instagram ! "Avoir de l'influence" ne s'obtient pas en inondant le marché de dollars, mais bien parce que vous avez quelque chose à dire à vos clients. Et cette influence, en raison de la



À propos d'une potentielle émergence de nouveaux métiers propres au digital : c'est sûr il y en a, mais surtout, il me semble que ce sont plutôt les "anciens" métiers qui se transforment, notamment les gérants de fortune ou certains banquiers privés qui ont bien compris que leurs clients attendaient désormais autre chose que de nébuleux placements financiers. D'ailleurs, ces professionnels

nous approchent de plus en plus car nous répondons à une attente de leurs clients. Ces derniers sont souvent motivés par l'envie de comprendre et de s'impliquer mais sont aussi attirés par la transparence de notre marché.

Et dans notre domaine, je pense que le digital est une formidable opportunité qui permet de gagner un temps considérable et de se concentrer sur l'essentiel : la réflexion et les stratégies à mettre en place. Il permet à n'importe quelle entreprise ou entrepreneur de réussir en n'engageant que peu de moyens au départ. Il y a effectivement une différence entre le "digital" et "IRL" (*In Real World*). En IRL, vous parlez à des personnes que vous pouvez voir, toucher, tandis que dans le digital, votre interlocuteur est un ordinateur, qui lui parle à des milliers de personnes. Et si nous sommes très présents sur le digital pour présenter nos opportunités, expliquer le fonctionnement, former sur les points techniques, nous le sommes également en IRL : après avoir suscité un premier intérêt, nous organisons systématiquement des rencontres physiques pour créer ce lien spécial qui n'existe pas via un ordinateur.

À ce propos, en septembre, nous organisons le *Raizers European Investment Tour* pour les investisseurs qui veulent aller à la rencontre de nos chefs d'entreprise en recherche de financement. Nous serons donc à Genève, chez notre partenaire la banque privée Piquet Galland, le 12 septembre et les jours qui suivent à Paris, Zürich et Luxembourg.

Enfin, quant à l'avenir du digital, en effet les choses vont très vite. Nous parlons bien entendu de l'intelligence artificielle. Pour faire simple, cela signifie que c'est votre ordinateur qui réfléchira à votre place pour vous satisfaire. Vous n'aurez plus qu'à penser au résultat et il s'occupera de tout organiser. Après, il faut bien sûr que tout cela reste raisonnable. Ces outils doivent rester des outils, pas gérer nos vies.» \

L'INFLUENCE DANS LE DIGITAL SE MESURE GRÂCE À L'IMPACT DE VOS ACTIONS

complexité de notre métier, s'exprime à travers la publication de contenu de qualité, afin d'expliquer et de rendre accessible l'investissement en ligne. Désormais, les investisseurs maîtrisent davantage leurs investissements, ce qui n'est pas toujours le cas dans les institutions financières traditionnelles. Les Fintech participent activement à la transformation du système financier global, aussi bien dans la pratique que dans la technique. Nous mesurons facilement cet impact en constatant le nombre de grandes institutions financières qui rachètent des Fintech ou qui les copient tout simplement. Si je devais définir mon métier en deux mots ? C'est gérer la société que j'ai co-créée – Raizers – qui est une plateforme suisse, accréditée en tant que Conseiller en investissement participatif par l'Autorité française des marchés financiers. Raizers est donc actif en Suisse et en France, mais aussi en Belgique et au Luxembourg. Depuis 2014, CHF 14 millions ont été investis sur plus de trente opérations (promotion immobilière, innovation, industrie, hôtellerie, etc.) par nos 32 000 membres, issus de 80 nationalités.