

# 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<sup>e</sup> 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 ?

# Stéphane Grivat

CEO de WNG

Entrepreneur passionné par l'innovation et la transformation digitale, Stéphane Grivat est fondateur et Managing Partner de l'agence digitale WNG SA, une des plus anciennes agences digitales de Suisse romande. Titulaire d'un bachelor en e-commerce (IFM), il est également vice-président de l'association PME & hautes écoles et du Forum économique de Glion. « L'influence se mesure dans la façon dont les idées, projets et sociétés que vous lancez modifient et font évoluer votre industrie.



Elle s'exerce par la capacité de fédérer les énergies et de mobiliser les personnes les plus talentueuses et passionnées sur des projets à forte valeur ajoutée. Être influent dans le domaine du digital en Suisse romande implique par ailleurs de comprendre aussi bien les enjeux technologiques et managériaux que les mécanismes parfois très institutionnels du monde économique romand.

Dans ce domaine, de nouveaux métiers apparaissent chaque année pour répondre aux besoins d'une société toujours plus digitalisée, mais certains disparaissent du jour au lendemain, comme les développeurs Flash qui ont vu leur activité disparaître en 18 mois suite à la décision d'Apple de bannir cette

« LE PRINCIPAL ENJEU DE LA TRANSFORMATION DIGITALE DE CES PROCHAINES ANNÉES NE SERA PAS TECHNOLOGIQUE, MAIS CULTUREL ET POLITIQUE DANS LA FAÇON DONT NOUS SAURONS CONSERVER L'HUMAIN AU CENTRE DE CES ÉVOLUTIONS »

technologique de ses smartphones et tablettes. Lorsque nous avons créé WNG en 2002, nous étions capables à 3 personnes de faire l'ensemble des métiers de l'agence. Aujourd'hui WNG occupe 20 collaborateurs qui représentent une dizaine de métiers différents dont certains d'entre eux n'existaient pas il y a quelques années encore. Dans ce contexte où chaque métier

se réinvente en permanence, la passion est plus que jamais le moteur indispensable à toute personne qui souhaite travailler dans le digital. Et plutôt que définir le digital, je dirais que celui-ci a comme vocation de mettre la technologie au service de nouvelles façons d'imaginer notre monde et la façon dont nous interagissons. C'est pourquoi une agence digitale qui n'a pas l'innovation ancrée dans son ADN ne peut simplement pas exister. Chez WNG, l'ensemble des collaborateurs consacre 10%

de son temps à des travaux de R&D qui sont partagés ensuite avec l'ensemble de l'agence dans le cadre du programme WNG Labs. Paradoxalement, la principale difficulté ne réside pas dans l'innovation elle-même, mais dans la capacité de transférer ces innovations aux projets concrets de nos clients.

Le digital a longtemps véhiculé l'image de geeks en short et sandales. L'évolution des différentes cultures d'entreprise rend aujourd'hui cette différence de plus en plus anecdotique, les entreprises digitales restant néanmoins souvent avantgardistes en termes de culture d'entreprise de par leur attrait pour l'innovation. Et lorsqu'on parle de *business model* ou de stratégie commerciale, il est essentiel de définir avant tout une stratégie et un ADN d'entreprise qui vous ressemble et qui soit en accord avec votre philosophie et vos valeurs. Ensuite dans un environnement ultra-compétitif et en mutation constante, il faut être capable de s'adapter très rapidement, de tester des choses et de ne pas avoir peur de faire des erreurs...

Je conclurais en disant que la transformation digitale en cours est en train de modifier en profondeur l'ensemble des mécanismes de fonctionnement de notre société. Les technologies liées au *Blockchain*, à l'intelligence artificielle ou à la neuro-informatique vont modifier durablement le fonctionnement de nos sociétés.

Vecteurs de progrès fascinants, elles sont également sources de nombreuses inquiétudes justifiées sur la société et les valeurs que nous voulons transmettre à nos enfants. Le principal enjeu de la transformation digitale de ces prochaines années ne sera pas technologique, mais culturel et politique dans la façon dont nous saurons conserver l'humain au centre de ces évolutions.» \