

L'innovation de la solitude



On se rend compte qu'on vieillit lorsque la nouveauté n'a plus le même éclat qu'avant. Ce n'est pas seulement l'enthousiasme pour la nouveauté qui décline, mais aussi la curiosité. L'examen se veut d'abord critique, avant d'expérimenter. Il y a des choses que l'on n'a même pas envie de découvrir. L'Apple Watch ne me convainc par exemple pas du tout,

surtout sous l'angle de l'innovation. Pourtant, elle semble enthousiasmer pas mal de monde, certainement pas en raison de sa fonction première qui est de donner l'heure, mais à cause de tous les services supplémentaires fort utiles. D'aucuns n'hésitent pas à s'extasier quand ils évoquent les avantages de l'Apple Watch. Pour ma part, je me demande si l'Apple Watch n'est pas totalement redondante, puisque nous pouvons (pourrions) faire nous-mêmes tous les soi-disant allégements quotidiens qu'elle nous propose ou les confier à d'autres appareils, tels que les applications innombrables sur notre smartphone.

Notre quotidien «ardu» est-il vraiment simplifié, si nous comptons quotidiennement nos pas, tout en étant en mesure de suivre notre fréquence cardiaque tout au long de la journée, si nous envoyons des messages vocaux depuis notre poignet ou portons à notre bras les prévisions météo, la navigation ou des cartes et cela même à 50 mètres de profondeur? Peut-être devrions-nous rappeler à ce propos que seule l'Apple Watch Series 2 est étanche. Les deux premières générations de l'Apple Watch étaient uniquement protégées contre les projections d'eau. La haute technologie inutilisable en présence d'une humidité excessive serait-elle vraiment innovante?

Mon app et moi

La montre serait extrêmement pratique pour les pratiquants de sports d'endurance. Le Bluetooth permet d'écouter de la musique enregistrée hors ligne pendant le jogging, ce que proposent certes tous les smartphones, mais pas au poignet. Grâce à la nouvelle puce GPS, je n'ai plus besoin d'associer mon iPhone à mon Apple Watch lorsque je souhaite enregistrer la cartographie de ma course ou de mon excursion à vélo, la montre s'en charge directement. On peut juste se demander ce que cela nous apporte. Est-ce une innovation de pouvoir déterminer ultérieurement sur une carte ou par satellite l'endroit où j'ai exercé une activité sportive, sans doute solitaire? Et qui à part moi pourrait bien être intéressé par cette information? Je serais sans doute le seul, comme c'est déjà le cas avec mon app Ski sur mon portable. Ni ma femme ni mon enfant ne sont particulièrement désireux de savoir si j'ai atteint une nouvelle vitesse maximale sur la piste ou combien de kilomètres j'ai parcouru hier.

Responsabilité sociale et sociétale

Et pourtant, le secteur s'évertue à nous faire croire que de tels gadgets nous permettent de partager nos loisirs avec d'autres (sharing). C'est ce que la publicité pour les produits nous martèle à longueur de temps. La Silicon Valley joue la carte sociétale avec un certain talent. Google et Cie veulent ainsi nous faire croire que l'innovation y serait plus altruiste que capitaliste. C'est la seule raison pour laquelle ils axent leur recherche sur un monde meilleur, une vie éternelle sans accident et la beauté impérissable des humains. Ce n'est pas le vil argent qui intéresse les fabricants d'après le message marketing, mais toujours les inventions grâce auxquelles la technologie nous aide à surmonter les obstacles du quotidien, tout en créant un lien entre les individus. Tout comme Facebook rapproche les gens, du moins en surface ou soutient la Main tendue, mais sans grande conviction. On récoltera sans doute quelques «j'aime» si l'on partage ses dernières excursions d'envergure avec d'autres sur Facebook. Mais la joie n'est-elle pas quelque peu limitée si quelqu'un me transmet en ligne son dernier bilan de forme? Et comment vais-je réagir?

:-)

Souvent par une émoticône, à savoir avant tout mais pas uniquement ces «smileys» qui nous permettent dès à présent d'exprimer notre humeur aux autres, p. ex. par SMS. Autrefois, on les dessinait encore sur une lettre manuscrite. Aujourd'hui, il existe des gens qui expriment leur humeur de manière si complète en alignant dix émoticônes ou plus, que cela ne nous viendrait même plus à l'idée de leur demander comment ils vont. Ceux pour qui la responsabilité sociale ou sociétale n'est pas un vain mot ne devraient en principe pas fabriquer d'instruments d'interaction entre les êtres humains, dont l'intensité émotionnelle mais aussi l'empathie se limite à quelques images anodines, autrement dit à la surface. Presque tout l'argent gagné par Facebook, soit 98%, provient par exemple de la publicité. N'est-ce pas assez risqué plutôt qu'innovant?

D'autres acteurs du secteur publicitaire ont en effet dû réduire la voilure et même les éditeurs de journaux et de magazines sont soumis à une très forte pression, car le gâteau publicitaire ne s'est guère agrandi, contrairement à l'effet d'évitement. Si Facebook finit par manquer de place pour la publicité dans le newsfeed, ce qui est apparemment le cas, on tentera de générer un peu de création de valeur ailleurs. Il s'agit toutefois d'un jeu à somme nulle et l'intérêt macroéconomique est donc limité. Et pourtant, le monde plébiscite aveuglément Facebook et Cie. Si ce n'était pas le cas, une entreprise telle que Snap(chat) qui a réalisé l'an dernier quelque 500 millions de pertes pour un chiffre d'affaires d'environ 400 millions pourrait difficilement lever plus de 20 milliards dans le cadre de l'introduction en bourse proje-

L'innovation de la solitude

tée. Cela rappelle quelque peu 1999 et là encore l'innovation n'est guère au rendez-vous.

Martin Neff, chef économiste de Raiffeisen

Mentions légales importantes

Ceci n'est pas une offre

Les contenus publiés dans le présent document sont mis à disposition uniquement à titre d'information. Par conséquent, ils ne constituent ni une offre au sens juridique du terme, ni une incitation ou une recommandation d'achat ou de vente d'instruments de placement. La présente publication ne constitue ni une annonce de cotation ni un prospectus d'émission au sens des articles 652a et 1156 CO. Seul le prospectus de cotation présente les conditions intégrales déterminantes et le détail des risques inhérents à ces produits. En raison de restrictions légales en vigueur dans certains Etats, les présentes informations ne sont pas destinées aux ressortissants ou aux résidents d'un Etat dans lequel la distribution des produits décrits dans la présente publication est limitée.

Cette publication n'est pas destinée à fournir au lecteur un conseil en placement ni à l'aider à prendre ses décisions de placement. Des investissements dans les placements décrits ici ne devraient avoir lieu que suite à un conseil approprié à la clientèle et/ou à l'examen minutieux des prospectus de vente contraignants. Toute décision prise sur la base de la présente publication l'est au seul risque de l'investisseur.

Exclusion de responsabilité

Raiffeisen Suisse société coopérative fait tout ce qui est en son pouvoir pour garantir la fiabilité des données présentées. Cependant, Raiffeisen Suisse société coopérative ne garantit pas l'actualité, l'exactitude et l'exhaustivité des informations divulguées dans la présente publication.

Raiffeisen Suisse société coopérative décline toute responsabilité pour les pertes ou dommages éventuels (directs, indirects et consécutifs) qui seraient causés par la diffusion de cette publication ou de son contenu, ou liés à cette diffusion. Elle ne peut notamment être tenue pour responsable des pertes résultant des risques inhérents aux marchés financiers.

Directives visant à garantir l'indépendance de l'analyse financière

Cette publication n'est pas le résultat d'une analyse financière. Par conséquent, les «Directives visant à garantir l'indépendance de l'analyse financière» de l'Association suisse des banquiers (ASB) ne s'appliquent pas à cette publication.