

HELVETIA: placement de 3,4 millions d'actions

L'assureur Helvetia a placé 3,4 millions d'actions sur le marché dans le cadre d'une procédure d'enchères accélérée. Les fonds serviront à financer partiellement l'acquisition de son homologue espagnol Caser. Les nouvelles actions représentent 6,8% du capital-actions. Le placement a été réalisé uniquement auprès d'investisseurs professionnels en Suisse et auprès d'investisseurs qualifiés hors de Suisse. Le prix de l'offre sera déterminé à l'issue de la procédure d'enchères. Les nouvelles actions seront cotées à la Bourse suisse dès ou autour du 22 juin. Elles donneront aux mêmes droits que les autres actions de l'assureur. — (awp)

HELVETIA: «rupture» avec le groupe Raiffeisen

L'assureur Helvetia et le groupe bancaire Raiffeisen ont décidé, d'un commun accord, de mettre un terme à leur collaboration de distribution exclusive. Lancée en 1999, celle-ci prendra fin au 31 décembre de cette année. Cette mesure doit permettre aux futurs ex-partenaires de poursuivre leurs propres objectifs indépendamment, précise Helvetia. Elle n'aura aucun effet sur les relations clientèle existantes des deux entreprises. Grâce aux canaux de distribution de Raiffeisen, l'assureur saint-gallois a généré en 2019 un volume d'affaires de «plusieurs dizaines de millions de francs», principalement dans l'assurance-vie individuelle. Cela représente un peu moins de 10% des nouvelles affaires dans ce segment. La contribution aux bénéfices d'Helvetia, de quelques millions, est «négligeable». — (awp)

TRAJECTOIRES**HOMEGATE: nouvelle directrice commerciale**

Le portail immobilier Homegate s'est trouvé une nouvelle directrice commerciale en la personne de Janina Hopfer. A ce titre, l'Allemande fait également son entrée à la direction de la filiale du groupe TX Group (ex-Tamedia), indique cette dernière. Dotée d'une «vaste expertise dans la gestion du marketing et de la vente B2C et B2B», Mme Hopfer a été responsable des innovations de produits numériques et du développement stratégique pour le marché autrichien auprès de la plateforme Immoscout24 du concurrent Ringier. — (awp)

LOANBOOK: changement à la direction

La plateforme d'entremise de crédit Loanbook change de patron. Le fondateur Stefan Mühlemann se concentrera sur son mandat de président du conseil d'administration et remet les rênes de l'entreprise au Français Philippe Cayrol, anciennement responsable du développement de Blablacar. L'équipe exécutive se dote par ailleurs d'un poste de responsable revenus, confié à Alex Lawrence. — (awp)

ROMANDE ENERGIE: départ à la direction

Membre de la direction du groupe Romande Energie, Christian Frère quittera l'entreprise à la fin avril 2021. Il dirige actuellement l'unité Solutions Energies. — (awp)

Doris Leuthard: «SwissCovid a besoin d'un fort soutien populaire»

SWISS DIGITAL INITIATIVE. La présidente de la fondation souligne le rôle des labels de confiance dans les applications numériques. Grand entretien.

PHILIPPE D. MONNIER

Lancé officiellement en janvier 2020 en marge de la réunion annuelle du WEF à Davos, la Swiss Digital Initiative (SDI) vise à introduire des principes et des valeurs éthiques, par le biais de projets concrets, dans le domaine des technologies numériques. La SDI rassemble des représentants des secteurs privé et public ainsi que des universitaires, des organisations de la société civile et des institutions internationales. La Swiss Digital Initiative est chapeautée par une fondation éponyme dont le conseil est présidé par l'ancienne conseillère fédérale Doris Leuthard. Deux Romands siègent dans le conseil de cette fondation sise à Genève, en l'occurrence Yves Flückiger, recteur de l'Université de Genève, et Martin Vetterli, président de l'EPFL.

C'est à l'hôtel Schweizerhof dans la ville fédérale que Doris Leuthard a donné rendez-vous à l'Agefi pour une grande interview. Cette Argovienne a étudié le droit à l'Université de Zurich avant d'exercer la profession d'avocate. Conseillère nationale (PDC, Argovie) de 1999 à 2006, puis présidente du PDC Suisse de 2004 à 2006, Doris Leuthard a été élue au Conseil fédéral en 2006. Elle a dirigé, successivement, le Département fédéral de l'économie (de 2006 à 2010) et le Département fédéral de l'environnement, des transports, de l'énergie et de la communication (de 2010 à 2018). Doris Leuthard a aussi été présidente de la Confédération en 2010 et 2017.

Le premier projet de la Swiss Digital Initiative (SDI) est le développement d'un label de confiance numérique (Swiss Digital Trust Label). Comment avance ce projet?

Nous sommes dans la première phase du projet qui consiste, entre autres, à définir les meilleurs indicateurs pour notre label. Nous avons commencé par considérer une centaine d'indicateurs mais nous n'en retiendrons qu'une sélection spécifique à plusieurs domaines comme la finance, l'industrie pharmaceutique ou la politique. Pour tester concrètement ces indicateurs, nous travaillons avec sept partenaires, en l'occurrence Booking.com, Credit Suisse, IBM Switzerland, les Chemins de fer fédéraux (CFF), Swiss Re, Kudelski et le canton de Vaud. Ces tests sont très importants car l'approche pratique est une des forces de notre initiative; autrement dit, nous ne nous limitons pas à la rédaction de rapports bien ficelés car il en existe déjà beaucoup.

Vos partenaires de test sont des grandes sociétés très réputées qui n'ont pas vraiment besoin d'un label de confiance. Pourquoi ne pas tester votre label avec par exemple des PME indiennes?

A ce stade du projet, nous avons besoin de nous associer à des



DORIS LEUTHARD. «Notre label doit obligatoirement être global étant donné la nature d'internet.»

grands noms pour conférer une certaine aura à notre projet. Et il y a aussi l'aspect financier: ces tests ne sont pas bon marché et les coûts sont largement couverts par ces grandes sociétés. Néanmoins, dans une phase ultérieure, nous allons bien sûr tester notre label avec des PME qui ne sont pas au bénéfice d'un nom

très connu. Et nous inviterons aussi des ONG et la société civile pour discuter de nos indicateurs. Nous voulons être transparents et coopératifs.

SDI collabore avec les Nations Unies, des ONG, le WEF, le Geneva Sciences and Diplomacy Anticipator,

le Cyber Peace Institute, etc. Trop d'acteurs dans le cockpit pour avancer rapidement?

Je ne le pense pas car l'essence même de notre démarche est basée sur la collaboration et la mise en commun de diverses forces. Notre rôle est avant tout celui d'un catalyseur et d'une plaque tournante. Dans ce sens, la distri-

«Si nous remettons notre bébé trop tôt à une autre organisation, le drapeau suisse risque de ne plus être visible»

Visez-vous un impact mondial avec votre nouveau label?

Au sein du comité de fondation, nous nous sommes bien sûr penchés sur cette question. Nous sommes rapidement arrivés à la conclusion que notre label doit obligatoirement être global étant donné la nature d'internet.

Définir techniquement un label est une chose. Le rendre connu et accepté au niveau mondial en est une autre. Comment pensez-vous vous y prendre?

De diverses manières. En septembre de l'année passée, nous avons choisi d'organiser notre premier sommet en pleine Genève internationale. A l'invitation d'Ueli Maurer (alors président de la Confédération), nous avons réuni une trentaine de pointures mondiales, par exemple les présidents et CEO de grandes sociétés basées à l'étranger (Microsoft, Boo-

king.com, Huawei, etc.) ou en Suisse (Credit Suisse, Adecco, Migros, etc). Ensuite, nous avons officiellement célébré le lancement officiel de notre initiative, en début d'année à Davos en marge de la réunion annuelle du Forum économique mondial (WEF). Ce lancement a aussi réuni de nombreux participants prestigieux. Finalement, j'ai été membre d'un groupe onusien de haut niveau sur la coopération numérique (High-level Panel on Digital Cooperation), à l'invitation d'António Guterres, secrétaire général des Nations Unies. Je ne manquerai pas d'avoir recours au réseau acquis dans le cadre de ce groupe.

Est-ce que votre initiative a déjà obtenu un début de résonance internationale?

Absolument. Le SDI vient d'être identifié par le Programme des Nations Unies pour

l'environnement (PNUE) comme l'un des vingt principaux processus multipartites pour faire avancer un écosystème numérique pour la planète («multistakeholder processes to advance a digital ecosystem for the planet»).

La définition et la dissémination des standards mondiaux est une spécialité d'Unece, une agence onusienne basée à Genève. Avez-vous considéré de vous greffer sur cette entité?

Si nous remettons notre bébé trop tôt à une autre organisation — que ce soit la Commission économique pour l'Europe des Nations Unies (Unece), le Forum économique mondial ou une grande entreprise privée — le drapeau suisse risque de ne plus être visible... Et un des buts de notre initiative est justement de faire rayonner la Suisse. ■

«La société genevoise SGS pourrait jouer un rôle important dans la dissémination de notre label»

Quelle est la structure opérationnelle de votre fondation?

Notre structure actuelle est adaptée à notre budget initial. Cette structure est donc très légère. D'une part, nous avons une directrice, en l'occurrence Niniane Paeffgen, et des bureaux dans le Campus Biotech à Genève. D'autre part, nous travaillons de concert avec des professeurs, et leurs équipes, de diverses universités (EPFL, EPFZ, Université de Zurich, etc.). Nous sommes très reconnaissants de l'implication de ces universités car nous n'aurions pas les moyens d'assumer les coûts d'une grande équipe. Finalement, nous avons depuis peu un «partenaire audit», en l'occurrence la société ge-

nevoise SGS, leader mondial dans les services d'inspection. Cette société pourrait d'ailleurs jouer un rôle important dans la dissémination de notre label.

Dans sa phase initiale, SDI est financée par digitalswitzerland. Quid du financement futur?

Notre conseil de fondation — de concert avec nos «stakeholders» (parties prenantes) — se penchera prochainement sur le mode de financement futur. Il est probable que nous frappons à la porte de la Confédération, entre autres.

Comment voyez-vous votre fondation

buton mondiale de notre label sera certainement réalisée avec le concours d'organisations partenaires.

Votre conseil de fondation est composé de six personnalités suisses. Etant donné le caractère mondial de votre initiative, pourquoi ne pas inviter des étrangers à faire partie de ce conseil?

Pour bien mettre en exergue le caractère suisse de notre initiative, c'est à dessein que tous les membres de notre conseil ont un passeport rouge à croix blanche. Néanmoins, durant la phase de mise en place, nous pourrions adapter notre politique.

Est-ce que le Covid-19 affecte l'avancement de votre initiative?

D'une part, nous sentons bien que la priorité immédiate des entreprises est de surmonter cette crise et cela ralentit en effet un peu les progrès de notre initiative.

D'autre part, cette pandémie souligne l'importance de pouvoir compter sur la confiance des citoyens en ce qui concerne les applications numériques. Je pense par exemple à l'application SwissCovid; pour renouer avec le succès et atteindre une masse critique, ce projet a nécessairement besoin d'un fort soutien populaire. ■