

## # Comment investir intelligemment dans le Digital ?



« Quand on parle de transformation numérique, les gens ont tendance à penser à la technologie alors qu'il s'agit en fait d'un changement de business model », ainsi parle R Ray Wang de Constellation Research. La confusion entre digital (digital et numérique signifient la même chose) et technologie trouve probablement son origine du fait que les premières sociétés numériques, comme Apple ou Google, ont été initialement rangées comme « technologiques » dans la classification sectorielle GICS, très utilisée dans les marchés financiers.

## # Au fait, qu'est-ce qu'une société digitale ?



La réponse est simple mais structurante. Une entreprise numérique ne vend pas de technologie. Elle utilise plutôt le numérique comme un outil, comme un levier pour attaquer une industrie spécifique afin de la réinventer, la désintermédiaire, la réintermédiaire voire la disrupter. Si Airbnb s'était définie comme société technologique, elle aurait essayé de vendre son logiciel aux chaînes d'hôtellerie, telles que Marriott ou Accor, pour terminer, dans le meilleur des cas, comme une « small cap ». Au lieu de cela, Airbnb a attaqué en frontal le marché de l'hôtellerie en changeant les règles du jeu avec le succès que l'on sait. Changement d'échelle en termes de taille de marché potentiel, rapidité pour atteindre une taille critique et caractère disruptif se révèlent comme les marqueurs forts des sociétés du numérique.

## # Changer les règles du jeu



Les entreprises numériques sont obsédées par l'expérience client : tout doit être facile, intuitif, agréable. Tout est centré sur les données : avoir les bonnes informations, savoir les analyser en permanence pour prendre les bonnes décisions, au bon moment. Toute nouvelle idée passe d'abord par construire rapidement un « produit minimum viable ». Si celui-ci fonctionne, alors seulement, un business plan est construit. Si cela ne marche pas, c'est le business model qu'on n'hésite pas à changer, ce qu'on appelle « pivoter » dans le jargon start-up. L'objectif prioritaire est de construire un écosystème, une plate-forme : le plan de marche est « viable, global, profitable », et non ce qu'on apprend en école de commerce « viable, profitable, global ». On peut affirmer que l'ADN du numérique est radicalement différent de celui des entreprises traditionnelles. C'est une disruption économique, un choc de culture d'entreprise. Pour les entreprises traditionnelles, il ne s'agit pas d'acheter une nouvelle technologie, une tâche relativement facile, mais plutôt de se réinventer complètement, de réaliser sa « transformation numérique », telle une mutation d'ADN forcée, accélérée, extrêmement difficile et auto-infligée.

## # Comment investir dans le digital



Une disruption économique forte, structurelle et durable, qui n'est pas corrélée à la macroéconomie, est une très belle opportunité d'investissement. Pour autant, le Digital couvre plusieurs métiers, fintech, insuretech, regtech, agtech, healthtech et d'autres, ainsi que plusieurs dimensions technologiques : Big Data, sécurité, robotique, Internet des Objets, intelligence artificielle, etc.

Comment investir ? Collectionner les trackers ou fonds dédiés représente un défi en termes d'allocation d'actifs et un risque dû à des instruments souvent très étroits. Pour prendre le dernier thème à la mode, la robotique, il y a moins d'une dizaine de sociétés robotiques cotées dans le monde.

## # Le facteur GAFA



Le GAFA désigne le club Google, Apple, Facebook et Amazon. Ces sociétés combinées, pèsent 1 964 milliards de dollars, près de deux fois le CAC 40, un poids qui devient dangereux : 5 % du MSCI World, 10 % du S&P 500, 23 % du Nasdaq Composite, 33 % du Nasdaq 100 et 87 % du Nasdaq Internet. Autrement dit, trois valeurs seulement (Apple n'en fait pas partie) font le très populaire Nasdaq Internet. Toute personne versée dans le principe de la diversification devrait s'interroger.

## # Comment diversifier ?



Au bout du compte, comment faire pour éviter les écueils d'instruments financiers trop étroits et celui du GAFA ? Est-il possible d'être exposé au numérique en respectant tout autant le principe de diversification.

Finaltis a choisi pour sa part une approche à la base non indicielle : ne pas se sentir contraint d'avoir 10 % dans Google et être libre de ne pas investir dans Apple si l'on ne le souhaite pas. Il faut ensuite construire un univers d'investissement de vraies sociétés numériques, suffisamment large pour permettre une diversification, suffisamment concentré pour éviter le syndrome des fonds thématique « fourre-tout ». Les résultats sont au rendez-vous : une performance annualisée de plus de 18 % depuis que l'équipe de gestion actuelle est en place, fin 2008. Significativement mieux que le MSCI World, 15 % et que le STOXX Europe 600, +11 %. Et une volatilité annuelle de 14,3 % contre 15,8 % pour ce dernier indice.



**Benoît Flamant**  
[bflamant@finaltis.com](mailto:bflamant@finaltis.com)

**Leslie Griffe de Malval**  
[lgriffedemalval@finaltis.com](mailto:lgriffedemalval@finaltis.com)



Co-gérants du fonds Finaltis Funds Digital Leaders