

Appâts du gain

Comment attirer de nouveaux investisseurs dans l'univers très masculin des cryptomonnaies ? Charles Randell, directeur du gendarme boursier britannique, s'est élevé contre les « écuries d'Augias » de la publicité financière en ligne.

Dernière en date, Kim Kardashian, qui appelle à spéculer sur l'« ethereum max » (photo) – une valeur obscure créée il y a peine un mois et qui n'a rien à voir avec l'ethereum. **Avec 250 millions d'abonnés, « il s'agit peut-être de l'opération de**

promotion financière ayant la plus grande portée dans l'histoire

directement logique, genre de lorsqu'il y a réseaux de travail de



MAX
AU JUSTE ?

Vêtement et code

La crise révolutionne les modes de vie, pas seulement les voyages ou la restauration. Voilà que les habitudes vestimentaires semblent elles aussi transformées de façon durable. Marks & Spencer vient d'annoncer qu'il ne vendrait plus de costumes aux messieurs que dans la moitié de ses plus grandes boutiques. Il est vrai que le leader anglais de la distribution est coutumier de mouvements commerciaux rapides et à revirements, un peu comme HSBC dans le secteur bancaire. Mais *The Economist* cite, tout

droit issus du pays de la couturière japonais A Bathing Ape Inc, qui misent aussi la façon de s'habiller : ils proposent des costumes pyjamas, des costumes pour conférences professionnelles à la maison. Mais gageons que l'aller ne guette pas le retour au mort par excès de travail. Le gouvernement a recommandé aux entreprises d'autoriser deux jours par semaine seulement. Cinq mais rares sont encore les employés qui choisissent cette solution.

feu...
marché à
partier TP
e à
venir au
après des
és par un
ne en
életravail
à
ent de
mployés.

Une nouvelle piste pour limiter la volatilité des marchés financiers ?



JEREMY CRODIEU

Comme des princes

C'est sans doute trop cher, trop grand et mal équipé. Des idées reçues que Loc'Hall veut mettre à mal. Le site de valorisation de lieux patrimoniaux ouverts aux événements d'entreprise (entendez un cocktail ou une soirée comme des princes à l'Hôtel de la Marine ou au musée Jacquemart-André – photo) est partenaire du ministère de la Culture à l'occasion des Journées du Patrimoine ces 18 et 19 septembre sous le thème du « Patrimoine pour tous ». **De fait, les événements de privatisation font florès car ils constituent un coup de pouce économique qu'aucune institution ne peut dédaigner.** Il serait ainsi possible d'organiser un dîner dans la salle à manger de l'impératrice Joséphine au Château de Malmaison dès 3.550 euros. Une bagatelle pour charmer salariés et partenaires commerciaux ou financiers... le temps d'un instant.

L'AGEFI

L'Agence économique et financière fondée en 1911 ■ Immeuble Le Malesherbes | 102-116 rue Victor Hugo
CS 20106 - 92686 Levallois-Perret Cedex ■ TÉL. : 01 41 27 47 00 ■ SITE INTERNET : www.agefi.fr

Président directeur général et directeur de la publication :

NICOLAS BEYOUT

Directeur général délégué : **FRANÇOIS ROBIN** (01 41 27 47 68)

Directeur de la rédaction de L'Agefi :

ALEXANDRE GARABEDIAN (01 41 27 47 33)

Directeur commercial et développement : **LAURENT LUISET** (01 41 27 47 48)

L'Agefi est édité par : AGEFI SA au capital de 5.716.920 euros
Siège social : Immeuble Le Malesherbes
102-116 rue Victor Hugo ■ CS 20106 - 92686 Levallois-Perret Cedex
RCS : Nanterre B 334 768 652 ■ SIRET : 334 768 652 00060,
N° TVA intracommunautaire : FR 75 334 768 652

Actionnaire : **BEY MÉDIAS PRESSE ET INTERNET**

Impression : Imprimerie de Compiègne
2, avenue Berthelot, ZAC des mercieries - BP 60524
60205 Compiègne Cedex
N° CPPAP : 0220 T 87083 ■ N° ISSN : 1777-165X

ABONNEMENTS / INFORMATIONS / CODES D'ACCÈS

TÉL. : 01 41 27 47 66

EMAIL : relationclients@agefi.fr

Accès édition digitale : <https://www.agefihebdo.fr/>

Tarifs abonnements annuels :

- L'AGEFI Hebdo : 289 € HT (TVA 2,10 %)
- L'AGEFI Hebdo + L'AGEFI Quotidien : 649 € HT (TVA 2,10 %)