

opinions



LES ARTICLES LES PLUS LUS SUR LESECHOS.FR

1. Apple va lancer le plus grand iPhone jamais produit
2. Etats-Unis - Corée du Nord : aux JO, la peur a changé de camp
3. Mickey mise 2 milliards de plus sur Disneyland Paris
4. Les banques françaises profitent de la reprise
5. Le TGV fait rebondir le chiffre d'affaires de la SNCF

LE MEILLEUR DU CERCLE DES ÉCHOS

SNCF : oui à l'ouverture du capital, non à la privatisation

Pour l'économiste Jean-Yves Archer, plutôt que de privatiser l'entreprise ferroviaire publique française, il faudrait ouvrir un tiers de son capital. Extraits.

DISCOURS DE PHILIPPE « A ce stade et avant les cortèges dans la rue, le grand public ne retient que trois mots-clés dans le haut-parleur médiatique à la suite de la prise de parole du Premier ministre, Edouard Philippe, sur la SNCF : ordonnances, extinction progressive du statut cheminot et habile renvoi aux 22 mètres pour la question de la cessation d'activité des lignes faiblement fréquentées. »

SOCIÉTÉ ANONYME « La question qui doit être posée est celle d'une dose de respiration du capital de la SNCF alors devenue société anonyme de plein exercice. [...] Nul ne regrette les déficits de la régie Renault efficacement réduits par Raymond Lévy, que nul ne pleure les comptes dans le rouge de l'ancienne Direction générale des télécoms devenue France Télécom, puis Orange. De même, aucun usager ou contribuable n'a à regretter la privatisation de Gaz de France devenu une entité internationalisée victorieuse et prometteuse. »

TOUR DE TABLE « Si la respiration du capital est requise et probablement salutaire, il ne faut pas privatiser la SNCF [...]. L'Etat peut envisager de bâtir un tour de table au sein duquel il s'engagerait à demeurer majoritaire pendant une période trentenaire (majorité qualifiée des deux tiers pendant dix ans puis majorité simple pendant les deux décennies ultérieures) et ouvrir dès que possible un tiers du capital à des opérateurs ou des financiers non prédateurs. »



A lire en intégralité sur Le Cercle lesechos.fr/idees-debats/cercle

DANS LA PRESSE ÉTRANGÈRE

La réduction des impôts de Donald Trump profite aux actionnaires

The New York Times

● Donald Trump, en signant la loi sur une réduction massive des impôts des sociétés, avait affirmé qu'elle permettrait d'augmenter les salaires, même si la dette publique allait atteindre 1.500 milliards de dollars. « Pure fantaisie », affirme le « New York Times ». La plupart des annonces récentes des sociétés confirment une autre tendance : les entreprises préfèrent récompenser leurs actionnaires. L'équation est simple : « Les sociétés rachètent leurs actions, ce qui crée une forte demande, augmente les cours et les actionnaires en profitent. » En outre, une partie du cash va directement dans le versement de dividendes, poursuit le journal. Enfin, si les salariés touchent quelque chose, cela sera sous forme de bonus, et non pas d'augmentation salariale. D'après Morgan Stanley, 43 % des économies d'impôt sont ainsi destinées au programme de rachat d'actions et aux dividendes, 19 % à des OPA, 17 % à des investissements et 13 % seulement à des primes et à des hausses de salaire. Trump, souligne le journal, peut toujours prétendre que cela n'a pas beaucoup d'importance car de nombreux Américains détiennent des actions. Mais, ajoute le « New York Times », près de la moitié des ménages n'en disposent pas et la plupart en détiennent pour moins de 5.000 dollars. Et si l'opinion publique, poursuit le journal, souvent pris à partie par Donald Trump, est en train d'être plus favorable à ces réductions fiscales, cela changera lorsque les contribuables recevront leur prochaine feuille d'impôt. Donald Trump et les républicains « ont dû mentir pour faire avaler la pilule. Maintenant, la vérité reprend le dessus », conclut le journal. — J.H.-R.



Entre autres exemples, La Poste a récemment racheté KissKissBankBank.

Les grands groupes se ruent sur les start-up pour penser autrement

Les mariages entre petites et grandes entreprises se multiplient. Il ne s'agit pas tant d'acquérir de nouvelles technologies que de stimuler le changement en apprenant à anticiper les nouveaux usages imposés par leurs clients.

LA CHRONIQUE de Sabine Delanglade



L'idée de Jean-Michel Blanquer d'offrir « Les Fables » de La Fontaine à 150.000 élèves de CM2 est excellente. Mais les patrons du CAC 40 et des principales ETI du pays n'en auront pas besoin. En effet, la plupart d'entre eux ont déjà fait leur morale du « Lion et du Rat » : « On a souvent besoin d'un plus petit que soi. » Ainsi va depuis trois à cinq ans la ruée des grands groupes vers les start-up à peine écloses ou les jeunes pousses déjà plus mûres de l'économie digitale. A chaque jour son acquisition : Carrefour prend une participation dans Showroom-prive, la BNP rachète Compte-Nickel, Monoprix reprend Sarenza, Chanel se paie la plate-forme de vente en ligne Farfetch, CMA-CGM va « couvrir » dans Ze Box une quinzaine de start-up venues du monde entier, La Poste a racheté KissKissBankBank et Sodexo, FoodChéri, Total compte faire de Greenflex une tête chercheuse en efficacité énergétique, partout on ne parle plus que codéveloppement, incubation, stimulation.

Il y a cinq ans, la priorité de Pierre-André de Chalendar était la surveillance de ses coûts, aujourd'hui c'est la transition numérique. Pour cela, il s'est notamment entouré d'une escouade de cheu-légers, légers donc plus « manœuvrants », comme on le dit des voiliers. A priori, il « préfère créer les start-up », comme ce fut le cas de Homly You, une plate-forme mettant en relation artisans et particuliers. Mais, pour récupérer des jeunes talents ou accélérer les choses, il n'hésite pas à faire son marché. En reprenant Tolteck, créateur d'un logiciel permettant aux artisans de faire des devis en cinq minutes, il a gagné un an et demi sur le sujet. Outiz, un vendeur d'outillage purement Internet, va, de son côté, élargir la gamme de Point P. Pour Chalendar, même si son business model ne lui paraît pas menacé, comme ont pu l'être ceux de l'hôtellerie ou de la presse, il faut être

parano, ne rien laisser passer, « multiplier les occasions de contact » en écumant les incubateurs, les concours, les challenges, qui font naître des projets. Et il reflète ainsi l'attitude de la plupart de ses pairs. Patrick Pouyanné, PDG de Total, évoque une sorte de R&D externalisée.

David et Goliath, ça a mal fini. Bain France sous la houlette de son président, Olivier Marchal, et le fonds Raise ont donc préféré baptiser « David avec Goliath » leur opération en faveur de l'alliance entre grandes et jeunes entreprises. Constatant à la fois une effervescence des créations d'entreprises, renforcée depuis 2015, et leur forte « mortalité infantile », ils sont convaincus qu'un partenariat avec un grand groupe peut éviter aux jeunes pousses ce « tunnel de la mort ». Aux associations les plus fructueuses, des prix sont décernés, comme à Phénix, très innovant dans la récupération des invendus pour sa collaboration avec Carrefour.

Air Liquide ne soutient pas une société de taxis à hydrogène pour devenir une compagnie de taxis, mais pour aider à l'émergence de nouveaux usages.

Ces Prix sont accompagnés de recommandations de « bonnes pratiques », telle la nécessité de ne pas ralentir la marche des jeunes « David » en leur imposant les procédures de décision lourdes inhérentes aux grands groupes. Si ceux-ci fournissent visibilité et capacité d'investissement aux jeunes pousses, il ne faudrait pas qu'ils leur apportent aussi leur lourdeur, ce qui évidemment serait le contraire du but d'agilité recherché.

Pour François Darchis, le patron de l'innovation d'Air Liquide, l'essentiel n'est pas que ces vedettes rapides autour du porte-avions soient petites, c'est qu'elles pensent différemment. Son groupe a compris lors de la crise de 2009 que la conquête géographique ne suffisait plus à assurer sa croissance. Il fallait donc imaginer de nouveaux usages à ses produits. Air Liquide n'avait

besoin de personne pour fabriquer les meilleurs gaz du monde mais, oui, pour changer d'état d'esprit. Pour cela, il fallait étudier les besoins du client, aller à la chasse aux idées, profiter des cerveaux en surchauffe de ces start-up, dont la raison d'être est cette invention de nouveaux besoins qu'il s'agisse de livraison de sushis ou de garde partagée d'animaux domestiques. La centenaire s'est donc ouverte à toute allure, associée sous différentes formes (incubation, participations, etc.) à une centaine de start-up, bâtissant autour d'elle un écosystème dont elle veut faire « une force irrésistible ». Air Liquide ne soutient pas une société de taxis à hydrogène pour devenir une compagnie de taxis, mais pour aider à l'émergence de nouveaux usages. De même, il surveille comme le lait sur le feu toutes les réflexions lancées par des dizaines de start-up bouillonnant sur l'idée d'un pancréas artificiel régulant automatiquement le niveau de glycémie des diabétiques. Avec la conjonction logistique unique que lui donne son accès à 1,5 million de patients, il pourrait y étendre considérablement le domaine de son activité « santé à domicile ». François Darchis se félicite en prime de la contagion innovatrice du nouvel état d'esprit injecté par capillarité dans son groupe.

La patronne de Thuasne, Elizabeth Ducottet, héraut des ETI françaises et reine de la ceinture lombarde, ne dit pas autre chose quand elle souligne qu'il n'est pas seulement question d'aller chercher des technologies, mais d'opérer une « perfusion managériale », un « greffon » qui « stimule » le changement. Comme pour Air Liquide (80 fois son chiffre d'affaires), la conviction à faire ingurgiter à toute l'entreprise est que : « C'est le client qui décide. » Les plates-formes de dialogue avec les patients fleurissent, on s'interroge sur la façon dont ils vivent leurs maladies afin de prévenir leurs besoins. Cela change tout dans la conception des produits, dans les procédures maison. Après le B to C (« business to consumer »), qui succéda au B to B (« business to business »), voilà donc le C to B (« consumer to business »). Quoi de plus naturel que de se tourner vers des plus jeunes pour réviser son alphabet. C'est aussi utile que « Les Fables » de La Fontaine. ■

LE LIVRE DU JOUR

Le rêve et la réalité

LE PROPOS Avec son « Eloge de l'optimisme », il avait produit un best-seller. Alors, il décline le concept, avec bonheur, ce qui est bien le moins pour un professionnel de la question. Après « L'Eloge de l'optimisme », « L'Eloge de la chance » puis « L'Eloge de l'audace » tous publiés par les Editions Saint-Simon, le sémillant Philippe Gabilliet nous livre donc « L'Art de changer de vie en 5 leçons », rien de moins ! Des leçons concises, bien trouvées, donnant presque envie de les suivre... Vous qui avez envie de larguer les amarres, il faut d'abord comprendre ce que cela signifie, on ne change pas de vie comme on change de linge. Il ne suffit pas de dire comme Woody Allen : « Mon seul rêve serait d'être quelqu'un d'autre. » Autre leçon : ne pas oublier que tout changement va avec un peu de douleur. Le passage de la vallée de larmes à la vallée de roses n'est pas si doux. Gabilliet cite Anatole France : « Tous les changements même les plus souhaités ont leur mélancolie », avant de rappeler que « la vie ne se laisse pas changer si facilement ». Le lecteur est alors mûr pour les deux dernières leçons et « trouver son mode d'emploi »



L'Art de changer de vie en 5 leçons.

Philippe Gabilliet, Ed. Saint-Simon, 120 pages, 11 euros.

sans céder à « la délectation morose de l'aterrissement ».

L'INTÉRÊT Partant du fait que 7 Français sur 10 aimeraient changer de vie, que cela n'est sans doute pas étranger au succès des ouvrages traitant de développement personnel, Philippe Gabilliet, lui-même professeur de psychologie et de développement personnel à l'ESCP, est bien placé pour faire la part du rêve et du possible. — S. D.