

Un mois vu par Michel Hébert

PRÉSIDENT
No-Logic Consulting à Francheville depuis 2010

PARCOURS
Né en 1946 à Rabat, au Maroc
Diplômé de l'École de la publicité et du marketing, et de l'Efap Paris
Création au Maroc de la première société d'études de marché. Directeur marketing du Loto. 1984 : création de Jump France à Lyon.
2010 : vice-président de TBWA



Michel Hébert a vendu Jump France (350 salariés à Lyon, Paris et Lille) en 2010 à TBWA.

La communication du développement durable. « Seuls 10 % de la population doivent être capables de donner une définition exacte des termes employés dans l'écologie. Aujourd'hui, la communication sur le développement durable, notamment des entreprises, est faite pour se donner bonne conscience au moment du rapport annuel. Et elle émane souvent des services communication nationaux, ce qui ne peut pas fonctionner. L'économie verte n'est pas bien comprise du grand public, or elle ouvre des pistes et des espoirs pour tous. On n'a pas encore trouvé les clés sur ce sujet car on ne sait pas impliquer les gens. »

Les bassins de vie. « Si on lie le sujet au

développement durable, on constate que les préoccupations du grand public sont relatives à ce qui les touche directement. La collectivité locale est donc la bonne échelle pour initier des actions écologiques. Plus largement, les entreprises évoluent sur un marché mondial, global, mais elles doivent s'adapter aux spécificités locales. Je parle ainsi dans un de mes livres de "glocalisation". À titre d'exemple, McDonald France a fait toucher du doigt cette réalité au géant américain. Désormais, McDonald s'adapte à chaque pays, chaque bassin de vie. Et l'initiative est venue de France. Je constate que les bassins de vie sont très mal connus et mal appréhendés par les entreprises nationales. Or, il est prouvé que les meilleurs résultats au global sont obtenus par des bons

résultats locaux. »

L'imprévisible. « On a inventé les experts en prévision, les études de marché, les théories... Tous ceci a fonctionné pendant des années. Aujourd'hui, avec internet, une population mondiale qui ne cesse de croître, des marchés rapidement concurrentiels, les questions environnementales, les crises économiques, l'imprévisible... on a du mal à changer nos théories. On nous a appris à prendre le temps de réfléchir or il faut réagir dans l'instant. L'imprévisible remet en cause les fameux plans à cinq ans des entreprises. Il faut penser à un an et avoir le courage de se dire qu'il y aura des blocages et des problèmes. Il faut surtout être prudent, pragmatique et se prévoir des portes de sortie. »

LE BILLET

Je vote pour moins de politique !



Des débats, des discours, des sondages, des votes... Cela fait des mois - et ce n'est pas encore fini! - que l'actualité française est excessivement dominée par la politique. Certes, le choix du nouveau président et de nos députés n'est pas anodin et influencera la politique économique qui sera menée. Mais l'impact des élections sur l'économie n'est pas neutre et, en période de crise de la dette, risque d'empirer la situation. Nous sommes tellement habitués à vivre au croquet des décisions étatiques que des pans entiers de l'économie sont comme endormis. Immobilier, automobile, fiscalité... dans l'attente de nouvelles mesures, on attend justement. Et les jours passent. Régulièrement, les chefs d'entreprise nous servent le même discours : « Tout va bien dans mon activité, mais nous n'avons pas de visibilité, la conjoncture est attentiste. » Pas étonnant dans ces conditions que les perspectives de croissance de la France soient régulièrement revues à la baisse! Mais rien n'est joué. La 13^e édition du baromètre de KPMG et de la CGPME montre que l'inquiétude des dirigeants d'entreprise pour l'économie française recule. Enfin! Alors je vote pour qu'un vent d'optimisme prenne enfin le relais des promesses électorales!

Claire Pourprix
c.pourprix@lejournaldesentreprises.com

ON EN PARLE

Hub de la finance Une plateforme en ligne

Les acteurs publics et privés de la finance régionaux, regroupés suite aux préconisations du Ceser au sein du hub de la finance, devraient lancer leur plateforme d'accès en ligne à l'occasion du Salon des entrepreneurs, en juin.

Biennales de Lyon Au Palais Saint-Jean

L'association des Biennales de Lyon va s'installer dans le Palais Saint-Jean. Elle y disposera de bureaux, d'un lieu d'exposition, d'une librairie, d'un café-restaurant et de salons aménagés pour faire se rencontrer artistes et entreprises. Ces dernières sont des partenaires clés : les financements privés ont apporté 2,129 M€ à la Biennale d'art contemporain 2011 et devraient générer 1,788 M€ pour la Biennale de la danse 2012.

A45. Appel à candidature

Enfin! L'appel à candidature pour la réalisation et l'exploitation de l'A45 vient d'être officiellement publié dans les journaux d'annonces légales.

LA PHRASE

« Le résultat du Pres de Lyon aux projets Idex est calamiteux alors que l'on aurait pu donner une image plus positive de la collaboration entre le monde de l'entreprise et celui de l'université. »

Philippe Grillot, président de la CCI de Lyon, lors de la présentation du prochain directeur d'EM Lyon, Philippe Courtier.

CHIFFRES CLÉS

31
Entreprises sur les 109 visitées en 2011 ont trouvé quelque 173 M€ de financement pour leurs fonds propres. Elles sont passées par la plateforme d'orientation financière pilotée par Oséo, CDC, la Banque de France, l'État (via la Direccte), la Région Rhône-Alpes, des capitaux risqués et des business angel.

+ 0,7 et + 1,8
Ce sont les progressions des indicateurs du climat des affaires en Rhône-Alpes dans l'industrie et les services marchands pour mars, selon la Banque de France. Ils s'établissent respectivement à 95,2 et 96,8, ce qui est encore inférieur aux périodes d'avant-crise. Les chefs d'entreprise prédisent une activité en progression pour le prochain trimestre.

85.000
Visiteurs sont annoncés par Unibail-Rodamco, gestionnaire du centre Lyon Confluence, pour le premier samedi d'ouverture, le 7 avril. En moyenne, 35.000 à 40.000 visiteurs sont attendus chaque jour pour les premières semaines.

