

Quatre secteurs qui s'en sortent malgré la crise

Alors que la France frôle la récession, certaines entreprises savent, mieux que d'autres, aller chercher la croissance là où elle se trouve. Voici quelques pistes à suivre dans les domaines de la santé, du tourisme, des nouvelles technologies informatiques et des énergies renouvelables.

PERPES

- ▶ **Croissance mondiale** : + 4,5 % en 2007, + 3,2 % prévus en 2009.
- ▶ **Croissance française** : + 1 % en 2007, + 0,7 % prévu en 2009.
- ▶ **Numérique** : + 6 à + 8 % de croissance. Part de l'investissement en Recherche & Développement en France : 0,3 à 0,4 % du PIB (0,8 % aux Etats-Unis).
- ▶ **Santé** : 11 % du PIB français et 2 millions d'emplois (9 % de la population active).
- ▶ **Energies renouvelables (éoliennes, solaire, biomasse, hydroélectricité)** : 9 % de la consommation énergétique française.
- ▶ **Tourisme** : + 4,3 % de croissance en France (6,3 % du PIB et 894 000 emplois salariés). 110 millions de touristes étrangers attendus en 2020.

ENQUÊTE RÉALISÉE PAR FRÉDÉRIQUE JOURDA

SALE TEMPS pour la rentrée 2008. La croissance recule, la consommation se tasse, l'immobilier s'effondre, l'inflation s'envole, les impôts décollent, les entreprises freinent leurs investissements quand elles ne peaufinent pas de gigantesques plans de licenciements... Sous ce ciel chargé, on cherche en vain les bonnes nouvelles qui permettraient de voir l'avenir en un peu plus rose.

Lueurs d'espoir : l'euro et le pétrole semblent avoir atteint leurs pics en juillet dernier, à 1,55 dollar pour 1 euro et à 143 dollars le baril (contre 1,4 dollar et 100 dollars en septembre).

Allier technologie et stratégie

Les entreprises européennes, et françaises, pourraient ainsi regagner de la compétitivité sur les marchés extérieurs, notamment celles, et elles sont nombreuses, des secteurs porteurs susceptibles de tirer la croissance, comme l'agro-industrie, l'énergie et l'environnement, le tourisme, la finance et les services à la personne, le numérique, et la santé. Encore faut-il les accompagner.



La biotech Paris Santé Cochin (XIV) est l'un des fleurons de la biotechnologie française. LP/Alain AUBOIROUX.

Le domaine des biotechnologies, autrement appelées sciences de la vie, apparaît ainsi comme une priorité européenne. L'Union leur consacre, dans son budget 2007-2013, 8 milliards d'euros d'investissements. En 2007, les marchés boursiers français ont investi dans les entreprises des sciences de la vie, 625 millions d'euros.

« Nous devons tout mettre en œuvre pour faire croître ces projets, scande Philippe Pouletty, président de France Biotech, qui présentait la semaine dernière Eurobio 2008*, le grand salon des biotechnologies, qui se tient du 7 au 9 octobre 2008 au palais des Congrès de Paris. Aux Etats-Unis, 25 % des grands grou-

pes n'existaient pas il y a vingt ans. » Le numérique et ses nombreuses applications – cinéma d'animation, technologies de la publicité, jeux vidéo, patrimoine numérique, métadonnées – constitue un autre enjeu stratégique où l'argent afflue et où la France est au top niveau technologique.

Des atouts naturels indéniables

Côté tourisme, la France a su très tôt tirer profit d'atouts naturels indéniables. La variété des paysages, des côtes, le nombre et la diversité des monuments expliquent l'engouement des visiteurs. Le niveau capitalistique du secteur et ses besoins importants en main-d'œuvre font aujourd'hui du tourisme un pôle économique essentiel, tant en termes d'activités que d'hébergement et d'organisation de voyages ou de pratiques.

Développer les énergies nouvelles pour préserver le pétrole et le réserver à la fabrication de produits « nobles » ; adapter notre manière de vivre, d'habiter, de se déplacer et de travailler à ces nouvelles formes d'énergie : voilà sans doute le plus grand défi des prochaines décennies dans lequel la France doit aussi prendre sa place. ■

* www.eurobio2008.com

L'AVIS DE ...

▶ **Stéphane BOUJNAH**, Managing Director, Deutsche Bank

« Shanghai, Bombay, Dubaï ou bye-bye »

La France est-elle en récession aujourd'hui ?

Récession est un mot que je n'aime pas utiliser. Parlons plutôt de croissance extrêmement faible. En France, nous ferons environ 1 % en 2008 et probablement 0,7 % en 2009. On n'a pas connu un ralentissement équivalent depuis 1993.

Comment cela se traduit-il dans la vie quotidienne ?

La croissance n'est pas une notion abstraite, c'est le nombre d'années nécessaires pour doubler son niveau de vie. Dans les années 1950-1970, nous avions un rythme de croissance annuelle par habitant de 4 %, ce qui permettait en moyenne de doubler son niveau de vie en une génération. Aujourd'hui, avec un rythme ramené à 1 %, il faut en moyenne trois générations pour atteindre le même résultat.

Alors, comment faire pour sortir de la crise ?

Il faut aller capter la croissance où elle est. En 2009, on anticipe une croissance mondiale de 3,2 %, contre 4,5 % en 2007. Mais la grande originalité, c'est que la croissance sera réalisée à 80 % dans les pays émergents. Il existe aujourd'hui de nouveaux lieux de consommation,

d'investissements et de décision résumés sous la formule suivante : « Shanghai, Bombay, Dubaï ou bye-bye » ; autrement dit, si vous ne tenez pas compte de cette réalité, vous êtes hors jeu. Dans ces pays, la croissance s'accompagne d'investissements ambitieux pour satisfaire d'énormes besoins en énergie, mais aussi du développement rapide de nouvelles classes moyennes qui expriment des besoins de divertissement, tourisme, formation et santé.

Les entreprises françaises sont-elles capables de se positionner sur ces secteurs ?

Bien sûr, dès lors qu'elles détiennent une part de marché mondiale significative et qu'elles sont protégées de la concurrence locale grâce à une technologie, des brevets, une marque. Des champions mondiaux comme Areva, EDF, Alstom ou GDF-Suez répondent à la croissance des besoins énergétiques dans ces pays. Des groupes français comme Pernod Ricard, Essilor ou Vivendi, leaders dans leur secteur, satisfont les désirs de ces nouvelles classes moyennes. Sans parler de nos leaders du luxe, LVMH et PPR.

Dans le domaine du tourisme, un groupe mondial comme Accor a tous les atouts pour capter l'explosion des nouveaux flux de touristes qui nous visitent – la tour Eiffel et le Mont-

« Il faut aller chercher la croissance là où elle est »

Saint-Michel ne seront jamais délocalisables – ou qui recherchent la french touch à travers le monde. On estime que 600 000 emplois pourraient être créés dans ce secteur en France. Enfin, des groupes français comme Alcatel-Lucent, Cargemini, France Télécom ou Safran sont des lieux d'innovation technologique majeurs, sans parler bien sûr du tissu très dense des PME dynamiques.

Ces PME savent-elles être présentes à l'international ?

C'est là un véritable enjeu pour notre croissance. La France est toujours menacée par le risque du bonsaï, c'est-à-dire la multiplication de petites entreprises innovantes, développées par de très brillants esprits avec des soutiens publics significatifs, mais qui ne parviennent pas à devenir des champions mondiaux. Transformer ces bonsaïs en séquoias tient essentiellement à la capacité à pénétrer des marchés mondiaux, et particulièrement le marché nord-américain.



LP/Philippe LENGUIN

Qu'est-ce qui leur manque aujourd'hui ?

La part de la recherche et développement des entreprises dans le PIB est chez nous deux fois plus faible qu'en Suède et nous avons moins de capital-risque orienté vers l'innovation que la moyenne européenne. Résultat : moins de brevets, moins de compétitivité. Mais surtout, les PME innovantes suédoises, finlandaises ou israéliennes, qui elles n'ont pas de marché intérieur important, envisagent dès leurs premiers mois d'existence la pénétration du marché américain. La faiblesse mondiale des jeunes entreprises françaises, c'est de penser qu'elles peuvent s'appuyer durablement sur une expansion locale. Enfin, si on veut que la France et les Français puissent saisir toutes les opportunités de la croissance mondiale, il ne faut plus tourner le dos à l'anglais.



DR.

1 Jouer la carte du TOURISME

▷ Jean-Pierre SERRA, président de la FNCDT

« On ne nous prendra jamais la Bourgogne, le Bordelais, la Bretagne, la Provence », lance Jean-Pierre Serra, le président de la Fédération nationale des comités départementaux du tourisme (FNCDT), qui tenait son assemblée générale la semaine dernière. Pour créer de la valeur, il faut proposer aux visiteurs un package qui les incite à venir et leur faire acheter, sur place, des prestations de qualité, depuis les balades guidées jusqu'aux souvenirs de vacances. C'est notamment la mission d'organisation qu'accomplissent sur le terrain les 70 comités départementaux du tourisme. » Un exemple, celui de la ville du Puy-en-Velay (Haute-Loire), située au cœur de l'Auvergne, sur le chemin de Compostelle. Pour capter les pèlerins qui empruntent ces itinéraires spirituels, de nombreuses petites structures assurent la logistique, transportent les bagages des voyageurs, organisent leur accueil sur place. »

Attirer les foules

Partout sur le territoire, à l'échelon local, la France est en quête d'une politique industrielle du tourisme. Enjeu, réussir à attirer les foules de voyageurs qui parcourent la planète. Les chiffres sont éloquentes. Le tourisme est l'un des secteurs les plus dynamiques (entre 4 et 5 % de croissance mondiale par an) et la France est la première destination mondiale, avec 87 millions de visiteurs, dont 79 millions d'étrangers. En 2020, nous en accueillerons plus de 110 millions, Européens, mais aussi Brésiliens, Russes, Chinois, Indiens, Mexicains. L'élite, soit 1 % d'entre eux, alimente le haut de gamme, comme l'hôtellerie de luxe, qui génère un chiffre d'affaires important.

« Quant à la clientèle française, conclut Jean-Pierre Serra, réduction du pouvoir d'achat ou pas, elle prendra toujours des vacances, même si elle calcule davantage son budget et ses coûts de transport. Ainsi le tourisme de proximité va être renforcé, pour les familles comme pour les entreprises, qui, si la crise continue, organiseront toujours des séminaires, mais plus près de leur lieu de travail. Toutes les régions vont en profiter, à commencer par les gros bassins émetteurs urbains que sont la région parisienne, Lyon, le Nord, l'Est. »

2 Miser sur l'ENERGIE VERTE

▷ NASKEO ENVIRONNEMENT

AVEC sa mèche rebelle, Aurélien Lugardon, le PDG de Naskeo Environnement, incarne bien le modèle du patron du XXI^e siècle. En 2004, à 23 ans, à peine diplômé de l'École centrale Paris, il a créé son entreprise. « On commençait à parler des éoliennes, un peu du photovoltaïque, je finissais un stage dans une grosse entreprise pétrolière, ça ne m'avait pas fait fantasmer. Avec un ami qui sortait d'Agro, on a décidé de se spécialiser dans le biogaz, qui démarrait au Brésil. » Le biogaz, c'est quoi ? Un gaz naturel produit grâce à la méthanisation, c'est-à-dire par la fermentation de matières organiques – déchets agricoles, animaliers ou issus de stations d'épuration. Le but de Naskeo, comme de ses homologues danois ou allemands, est d'industrialiser cette technologie naturelle, afin de permettre aux professionnels – communes, industries agroalimentaires – d'y avoir recours facilement.

Une ressource inépuisable

« Les brevets que nous avons développés avec l'Inra permettent d'utiliser l'ensemble des déchets, en récupérant le biogaz, mais aussi les

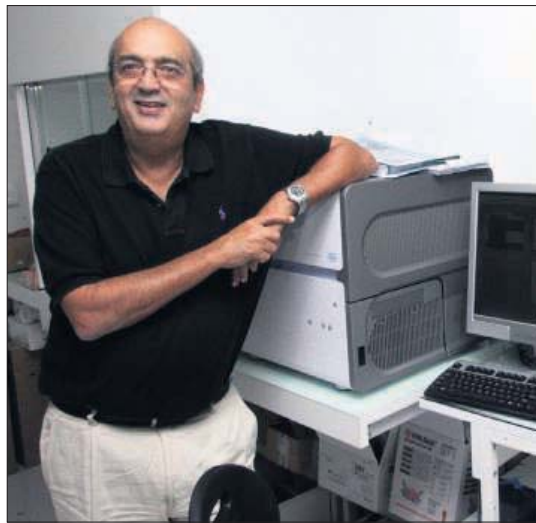


L'ÉCLAIRAGE LEJEUNE.

fertilisants – phosphate, potasse, azote – contenus dans les matières minérales. » Ainsi, une installation – coût moyen, 1,5 million d'euros – qui traite 10 000 tonnes de déchets par an produit environ 250 kW électriques et permet d'alimenter jusqu'à 1 000 foyers en électricité et 500 en chauffage.

Trois ans après sa création, Naskeo Environnement a ouvert deux centres de recherche et développement, à Narbonne (Aude) et au Val-André (Côtes-d'Armor), a convaincu deux fonds d'investissements qui le soutiennent et gagné 40 clients. « Naskeo n'est pas encore bénéficiaire, avertit Aurélien Lugardon,

mais, grâce au réseau d'entreprises Durapole, on prospecte, notamment en Espagne, au Royaume-Uni, car on sait que demain la planète aura plus que jamais besoin de remplacer les énergies fossiles qui s'épuisent par les énergies renouvelables. Alors, ceux qui posséderont les déchets posséderont de la ressource. »



L'ÉCLAIRAGE LEJEUNE.

4 Exploiter le NUMERIQUE à fond

▷ DAESIGN

UTILISER les principes du jeu vidéo pour créer des programmes de formation professionnelle plus ludiques : c'est l'excellente idée de Daesign. Basée à Annecy (Haute-Savoie), cette société née en 2002 s'est spécialisée dans ce qu'on appelle les *serious games* (jeux sérieux). Son best-seller : un logiciel d'entraînement aux entretiens individuels annuels à destination des managers. « Les infrastructures existaient, mais le contenu n'était pas au niveau, explique Sébastien Beck, 41 ans, directeur de Daesign. En 2004, BNP Paribas a fait

appel à notre jeu vidéo qui met le salarié dans la peau d'un manager recevant un collaborateur pour un entretien annuel. Les réactions de chacun sont enregistrées et analysées. »

Une formation ludique

Après la BNP, Orange, le Crédit agricole, l'Organisation internationale des migrations, Axa, Air France ont sollicité les services de Daesign, pour des programmes standards – à partir de 200 euros la licence – ou sur mesure – environ 100 000 euros –, qui vont des entretiens commerciaux aux cours

3 Croire aux BIOTECHNOLOGIES

▷ PHARNEXT

A 57 ANS, le professeur Daniel Cohen est un jeune entrepreneur. Sa réputation n'est pourtant plus à faire sur la planète médicale. C'est lui qui a établi en 1996 – avec l'équipe du Généthron à Evry, dans l'Essonne – la carte du génome humain, constituée de 5 264 marqueurs permettant de localiser les gènes responsables des maladies héréditaires. Riche de ce savoir, il a créé l'an passé Pharnext, une société biopharmaceutique spécialisée dans le développement de traitements innovants pour les affections neurologiques graves. « Depuis quinze ans, il y a de moins en moins de nouveaux médicaments. L'industrie pharmaceutique se retrouve face à un mur. On ne peut pas dire que, pour traiter une maladie, il suf-

fit de taper sur la protéine défaillante. C'est une aberration totale, voire toxique. C'est beaucoup plus complexe : ce que nous avons démontré avec le génome. » Pharnext se fonde sur le *drug repositionning*, c'est-à-dire l'utilisation d'un cocktail de médicaments génériques existants à des doses infinitésimales. « L'avantage est double, poursuit le professeur Cohen : les molécules hors brevets sont moins chères et surtout elles ne sont pas nocives, puisque leur efficacité a déjà été prouvée par le passé. » A ce jour, Pharnext, a identifié plus de 50 génériques, utilisés pour d'autres maladies, susceptibles d'améliorer la condition des patients atteints de neuropathies périphériques ou centrales. Les premiers brevets ont été déposés en novembre 2007.



DR.