

Les lauréats 2017 du Prix des 100 jours

PARTENAIRE DU SOMMET



Olivier Mesnard,
Directeur général d'Humanis.

Jouer la partie autrement, c'est possible

Il y a en ce moment un sentiment nouveau que les cartes sont rebattues, que l'on peut aborder les sujets de façon plus pragmatique et moins idéologique, bref que l'on peut jouer la partie autrement. Je le vois par exemple avec les syndicats qui représentent nos 6 600 salariés : ils prennent davantage en compte la nouvelle concurrence dans notre secteur de la prévoyance, ce qui permet une meilleure qualité d'échanges. C'est d'autant plus important qu'il y a une montée de l'exigence de nos 10 millions de clients, qui ont globalement une attitude plus consumériste. Cela ne nous pose pas de gros problèmes car notre positionnement est un peu spécial : nos administrateurs sont nos clients ! Du coup, nous multiplions les initiatives pour leur faciliter la vie, par exemple le parcours de ceux qui doivent être hospitalisés, tant pour choisir le meilleur établissement que pour préparer leur retour à domicile ; pour résoudre la problématique des déserts médicaux, nous avons travaillé avec Axa afin de mettre au point un service de téléconsultation ; pour faire baisser le « reste à charge », nous avons mis en place des réseaux de soins afin de peser face aux opticiens, aux prothésistes ou aux chirurgiens-dentistes ; et, pour accompagner les retraités, nous industrialisons la gestion des établissements pour les accueillir.

François Moura/SP



Christophe Alaux
Président du directoire de Vacalians.



Bertrand Dumazy
PDG d'Edenred.

En prenant leur job, chacun des lauréats du Prix 2017 des 100 jours EIM-KPMG se lançait dans une forme de « quitte ou double ». En arrivant à la tête de Catimini en juillet 2016, Florence Lenne a trouvé une entreprise en proie au doute, sur un marché en déclin. En octobre suivant, en remplaçant le co-fondateur de Vacalians, leader de la

hôtellerie de plein air (campings et mobile-homes), Christophe Alaux cherchait une aventure entrepreneuriale qu'il n'avait pas trouvée au cours de sa carrière chez Carrefour et Accor. Au même moment, Hervé Montjotin, ancien président du directoire de Norbert Dentressangle, réveillait Socotec, une pépite endormie qui fait du contrôle-construction, de l'assistance, de l'inspection et de la certification. Quant à



Florence Lenne
Directrice générale de Catimini.

Bertrand Dumazy, il est arrivé à Edenred comme un pompier : l'ex-filiale d'Accor qui avait prospéré dans le titre-restaurant avait perdu en quelques semaines la moitié de sa valeur et son patron historique. Pour eux, il s'agissait de convaincre en 100 jours salariés, clients, fournisseurs, actionnaires qu'ils étaient bien les dirigeants que la société attendait pour se re-



Hervé Montjotin
Président exécutif de Socotec.

dresser et se développer. Chacun a ses outils préférés : la transparence et la consistance pour Florence Lenne ; le choix en urgence des personnes clés pour Christophe Alaux ; un plan d'économie symbolique pour Hervé Montjotin ; la rencontre avec les 300 collaborateurs clé en trois semaines pour Bertrand Dumazy... Et en 100 jours, chacun a transformé l'entreprise où il a débarqué.

V. B.



Sébastien Missoffe,
Directeur général de Google France.

Un déclin contre le déficit commercial

Nous avons fait un état des lieux de l'écosystème numérique français avec le cabinet Roland Berger, dont il ressort le triple constat suivant : « la balance commerciale du clic », calculée en comparant la part des consommateurs qui importent via l'e-commerce à la part des entreprises qui exportent via l'e-commerce, montre que la France affiche un déficit de 700 millions d'euros quand la Grande-Bretagne dispose d'un excédent de 900 millions ; c'est là, deuxième constat, le reflet d'une situation où seulement 16% des PME vendent en ligne ; enfin, troisième et dernier point, il existe 50 000 emplois à pourvoir dans le numérique. Pour aider à combler ce retard, Google multiplie les formations grâce à des opérations que nous faisons dans les métropoles, en ciblant les étudiants grâce à des programmes de 30 heures pour aider les diplômés à trouver des jobs, et les entreprises avec qui nous travaillons. En tout, nos actions ont permis de former 150 000 personnes depuis 2012, et nous avons pris la décision de faire passer ce chiffre à 70 000 par an, et de le faire dans 100 villes, en partenariat avec les chambres de commerce et les universités. Globalement, en multipliant nos outils et en participant à ce changement culturel, nous allons faire passer nos effectifs en France de 700 à 1 000 personnes dès l'année prochaine.

Romain Gaillard/Reda

Laurent Castaing, directeur général de STX France.

Les Chantiers de Saint-Nazaire en plein renouveau

Pas facile de continuer à remplir les carnets de commandes quand son actionnaire principal bat de l'aile. Pourtant, à 57 ans, c'est bien ce qu'a réussi à faire Laurent Castaing, l'artisan du renouveau des ex-Chantiers de l'Atlantique à Saint-Nazaire dont il a pris les commandes en 2012.

Toujours resté discret dans le processus de vente à l'italien Fincantieri après la faillite de son actionnaire sud-coréen STX, ce polytechnicien, spécialiste de la gestion des ports, a su surfer sur le boom des bateaux de croisière et permettre à Saint-Nazaire de conserver sa place de plus gros chantier naval d'Europe.

C'est lui notamment qui raffa en 2014 l'énorme commande d'1,5 milliard du croisiériste italo-suisse MSC, alors que ses concurrents cassent les prix. Grâce à un deal avec les partenaires sociaux – travailler plus pour gagner autant – les commandes futures ont été sauvegardées, mais les salariés ont accepté de réduire le coût du travail de 5%. De quoi leur permettre aujourd'hui d'avoir de l'ouvrage jusqu'en 2026, avec 14 paquebots géants dans les soutes. Des investissements massifs grâce au crédit d'impôt recherche ont parallèlement permis de moderniser les infrastructures et d'investir dans la 3D. Vu comme le garant de la paix sociale, Laurent Castaing devrait être renouvelé à son poste et travailler avec ses nouveaux actionnaires italiens. P. Da.



Romuald Maigneux/Sipa

Vincent Merling, président du Stade Rochelais.

Contre-pied gagnant dans le rugby français

La nouvelle doxa de l'ovale affirme que le rugby ne peut survivre que dans les très grandes villes. Ou avec le soutien de généreux mécènes. Vincent Merling est en train de prouver brillamment le contraire. Président du Stade Rochelais depuis 1991, ce patron de PME – les cafés Merling – a patiemment construit un gros bras du Top-14 qui se révèle chaque année plus impressionnant. La saison dernière, La Rochelle, leader du championnat, n'avait cédé qu'en demi-finale face à Toulon. Le club semble encore plus fort cette année. La patte Merling tient en deux mots : stabilité et sérieux. Codétenu par six entreprises locales à 10% chacune (dont Cafés Merling et Léa Nature) et une association sportive (30%), le Stade Rochelais n'a connu qu'un président et trois entraîneurs en vingt-cinq ans. Le club est géré comme une



Nicolas Tucat/AP

entreprise, avec des plans stratégiques pluriannuels. Le dernier d'entre eux vise un budget à 25 millions d'euros en 2020, après 18,2 millions en 2016-2017, et prévoit un investissement de 7 millions d'euros dans un « centre de performance » flambant neuf, l'Apivia Parc,

en cours de construction. La réussite sportive n'a pas tardé à se transformer en succès populaire : dans un stade Marcel-Deflandre passé de 6 500 places en 2002 à 16 000 aujourd'hui, les Jaunes et Noirs jouent systématiquement à guichets fermés. V. L.