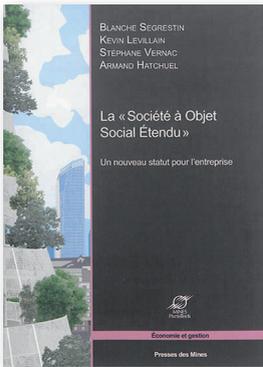


Sommaire des notes de lecture

- 1. La « société à objet social étendu » : un nouveau statut pour l'entreprise**
de Marie-Claude Blais, Blanche Segrestin, Kevin Levillain, Stéphane Vernac, Armand Hatchuel
- 2. Marketing du luxe : stratégies d'entreprises dans l'univers du luxe**
de Jean-Louis Martinez
- 3. Le décrochage industriel : sauvons nos usines**
d'Élie Cohen et Pierre-André Buigues

> Ouvrages



La « société à objet social étendu » : un nouveau statut pour l'entreprise

Blanche Segrestin, Kevin Levillain, Stéphane Vernac, Armand Hatchuel

Presses des Mines, 2015,
122 pages, 20 €
ISBN : 978-2-35671-200-4

Note de lecture de Frédéric Larchevêque

Dans leur précédent livre, *Refonder l'entreprise* (Seuil, 2012), Blanche Segrestin et Armand Hatchuel insistent sur le fait que la crise de 2008 n'est pas seulement une crise financière, mais plus fondamentalement une crise de l'entreprise. Le présent livre revient sur les thèses développées pour aller au-delà, en proposant une esquisse d'alternative possible au modèle dominant de la *corporate governance*. Pour les auteurs, la focalisation sur la rentabilité à court terme, le diktat de la valorisation actionnariale de l'entreprise ne sont pas seulement une menace pour la société, mais également un danger pour l'entreprise elle-même. Réduite à une simple marchandise, l'entreprise aurait perdu son âme, le sens du collectif et la capacité de se projeter dans des projets de long terme, que réclame, par exemple, l'innovation. Comment en est-on arrivé là ? À cause d'un double impensé : un impensé économique, d'abord, puisque l'entreprise y est réduite à une fonction d'offre et un objectif de maximisation du profit, et un impensé juridique, ensuite, puisque le droit ne définit pas l'entreprise et l'oblige, pour exister, à endosser le costume de la forme sociétaire. Le résultat fut de créer une véritable ambiguïté sur le pouvoir des actionnaires dans laquelle la théorie de l'agence s'est engouffrée pour faire triompher au final, dès la fin des années 1970, les doctrines de la *corporate governance*. « En un mot, le droit ne protège pas l'entreprise ». Comment changer cela et réconcilier l'entreprise avec la société ? Les auteurs proposent de « rediscuter le droit des sociétés et d'imaginer de nouveaux contrats collectifs pour l'entreprise ». Ils font la proposition d'introduire dans le droit des sociétés un nouveau statut juridique d'entreprise, la « Société à objet social étendu » (SOSE). L'idée est au fond simple : au lieu de se contenter d'indiquer l'activité économique de la société, il s'agirait d'étendre son objet à des activités comme « l'engagement dans la recherche scientifique, la revitalisation d'une région, le renoncement à des techniques polluantes ». Dans cette hypothèse, la réussite des dirigeants ne serait plus évaluée

en fonction de la réalisation des profits les plus élevés, mais selon leur capacité à faire avancer le projet décidé par les associés. Le livre explore donc les différentes questions que pose un tel projet de réforme du Code des sociétés. Dans l'article introductif, Blanche Segrestin présente les raisons et les enjeux de ce nouveau statut, Kevin Levillain décrit l'expérience américaine de sociétés de ce type, les Flexible Purpose Corporation. Parmi les autres contributions, toutes intéressantes et complémentaires, on relèvera notamment celle de Stéphane Vernac qui analyse le point aveugle que représente, pour le droit, l'entreprise ou celle du fondateur de Nutriset, Michel Lescanne, qui a perçu tout l'intérêt du statut de SOSE pour son entreprise humanitaire. Ce livre n'est probablement que le début d'une réflexion ; en tous les cas, il importe de ne pas rester à l'écart, car de profondes évolutions pourraient finir par en résulter.

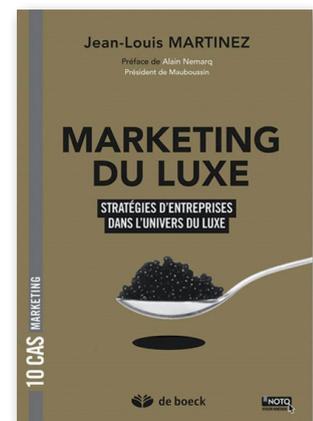
Marketing du luxe : stratégies d'entreprises dans l'univers du luxe

Jean-Louis Martinez

De Boeck, 2014, 282 p., 30 €
ISBN : 978-2-8041-8335-6

Note de lecture
de Frédéric Larchevêque

Jean-Louis Martinez enseigne le marketing à l'ESG Management School de Paris et contribue régulièrement à la Centrale de cas et de médias pédagogiques de Paris. Le livre qu'il propose réunit dix cas de marketing de luxe. La méthode des cas est née à Harvard en 1940 et s'est très vite imposée dans les Business School comme la méthode d'enseignement privilégiée pour la formation des managers. La démarche se veut pragmatique, ouverte et active. L'objectif n'est pas de tendre vers une solution préexistante, mais de conduire à imaginer, si possible dans le dialogue argumenté, des solutions créatives. Active par principe, la démarche pédagogique requise accompagne logiquement nos enseignements du management et des sciences de gestion, à tous les niveaux et plus particulièrement en classe préparatoire ECT. Chacun des cas proposés est présenté de la façon suivante : le descriptif de l'entreprise, son marché, son environnement concurrentiel et se conclut par l'expression du problème à résoudre, décliné en plusieurs questions. Par exemple, dans le cas « Prada », il s'agit d'élaborer une stratégie marketing pour renforcer la marque dans l'univers du sport ; dans le cas « Baccarat », l'étudiant se glisse dans la peau du chef



du département Bijoux et accessoires chargé d'identifier de nouvelles cibles de consommation sur le marché français et de réfléchir à une nouvelle stratégie de communication et de distribution. Ce livre est également disponible en version numérique pour permettre aux professeurs d'en faire un usage interactif en classe. Par ailleurs, tout acquéreur du livre bénéficie d'un code individuel d'accès au dossier pédagogique qui comprend notamment l'ensemble des recommandations stratégiques adaptées à chaque cas.

Le décrochage industriel : sauvons nos usines !



**Élie Cohen
et Pierre-André Buigues**

Fayard, 2014, 439 p., 24 €
ISBN : 978-2-213-68188-7

Note de lecture
de Frédéric Larchevêque

Le livre que proposent Élie Cohen, directeur de recherche au CNRS, et Pierre-André Buigues, professeur à l'université de Toulouse, est un véri-

table réquisitoire contre la politique industrielle menée en France depuis quarante ans, mais également un livre de propositions concrètes pour échapper à ce « décrochage industriel » nullement fatal. Dans un premier temps, les auteurs s'insurgent contre le déni habituel appliqué à la désindustrialisation. Non, la baisse du poids de l'industrie n'est pas seulement un artefact statistique dû à l'externalisation, aux gains de productivité plus importants dans ce secteur que dans les services, à la déformation de la structure de la consommation des ménages en faveur des services ou encore à la division internationale du processus de production qui fait que les chaînes de valeur se répartissent davantage selon les avantages comparatifs des territoires, avec au Nord, les tâches de conception et au Sud, la fabrication et l'assemblage. Pour résumer, la désindustrialisation serait le produit normal du développement économique et le signe de son bon positionnement au sein des chaînes de valeur mondiales. Et, de fait, le monde se désindustrialise effectivement, y compris un pays comme la Chine. Tout ceci, pour être exact, ne convainc pas nos auteurs, car ils font observer avec raison que, sur ces quinze dernières années, l'industrie française a la performance relative la plus médiocre dans le cadre européen. Le déficit commercial se creuse dangereusement, l'industrie française perd des parts de marché vis-à-vis de ses principaux concurrents en Europe, certains secteurs comme l'automobile ou l'agroalimentaire, jadis conquérants, connaissent des difficultés croissantes. Donc,

premier acte du raisonnement : ne pas continuer à se voiler la face, il y a bien un décrochage industriel en France.

Pour les auteurs, la grande erreur de l'économie française a été de ne pas tirer les conséquences de son choix historique de l'ouverture commerciale et de l'intégration européenne. L'industrie française « a été la victime d'une classe politique prisonnière d'un keynésianisme primaire qui consiste à réagir à tout déséquilibre par un surcroît de stimulation de la demande ». Elle a ensuite décliné, car les conséquences de ce choix en termes de spécialisation, de compétitivité, de gestion des finances publiques, d'adaptation à la concurrence fiscale n'ont pas été tirées. Au total, au lieu de changer de modèle économique pour « négocier sa transition vers une économie de l'innovation et de la création », la France et ses élites sont restées bloquées sur le modèle du rattrapage pourtant en panne depuis le milieu des années 1980. Alors que faire ? Outre le diagnostic sans concessions qu'offre le livre, les auteurs sont également force de propositions à travers lesquelles on perçoit l'évolution qui semble se dessiner actuellement. Parmi les scénarios examinés, nous retiendrons seulement celui qui a la préférence des auteurs, « le scénario de l'économie créative » comme ils l'appellent. Ce scénario fait le deuil des grands champions nationaux et d'une politique industrielle dirigiste dont certains prônent le retour pour lui préférer une économie de l'innovation, du risque et de la mobilité. Il s'agit de partir de l'idée que, sans être un grand pays industriel, la France a l'avantage d'avoir un portefeuille d'activités diversifiées : produits de luxe, aéronautique, agroalimentaire, énergie, transports, tourisme, environnement, gestion de l'eau, des déchets, etc. Mais cette orientation suppose de prendre un certain nombre de mesures. Le marché du travail doit être mieux organisé afin de favoriser la mobilité des travailleurs, accélérer les réallocations d'emploi, ce qui suppose à la fois plus de flexibilité du marché et un niveau de capital humain plus élevé. Il convient aussi d'abattre les cloisons entre les mondes de la recherche, des grandes écoles, de l'université qui brident la circulation des idées. Une réforme globale du financement de l'économie est également souhaitable pour accompagner les entreprises de façon cohérente, de leur création, jusqu'à leur développement et leur éventuelle entrée sur les marchés de capitaux. Et surtout, une réforme fiscale est urgente. Les auteurs s'insurgent ainsi contre l'idée selon laquelle les revenus du capital et du travail devraient être taxés de la même façon. En s'appuyant sur l'exemple de la réforme fiscale suédoise qui a contribué à relever l'industrie de ce pays, ils prônent donc un traitement différencié de la taxation du capital et du travail, ce qui implique un basculement de la fiscalité sur la consommation et l'environnement. Si certaines orientations sont prises actuellement, il reste encore à convaincre de l'utilité et des moyens à mettre en œuvre. En tous les cas, il faudra plus de cohérence à l'avenir.