

Le débat sur le pouvoir d'achat dérive

Par Mathilde Lemoine



VOS FINANCES

Crédit immobilier : les conditions d'obtention des prêts se durcissent

P. 41



Duel sans pitié à Marseille



La Tribune

www.latribune.fr

Vendredi 22 et samedi 23 février 2008 - N° 3.856 - 1,30 € - France métropolitaine

Nouvelle flambée des cours des matières premières



Or, platine, pétrole et céréales ont franchi de nouveaux sommets hier.

Ces matières premières servent de refuge contre la dérive inflationniste.

L'inflation française en janvier atteint un record depuis 1992 et met Sarkozy en difficulté sur le pouvoir d'achat.

P. 18, 19 et 29

360°

L'ESSENTIEL DE L'ACTUALITÉ EN PAGES 2 ET 3

La marque AGF va disparaître

■ ENTREPRISES

NESTLÉ. Le groupe résiste à la hausse des matières premières. P. 8

■ ÉCONOMIE

AGRICULTURE. La France cherche son avenir dans la nouvelle PAC. P. 30



À l'occasion de la présentation des résultats d>Allianz, son patron, Michael Diekmann a révélé que la marque de la filiale française AGF allait progressivement disparaître après l'été. Michael Diekmann est en effet porteur de l'initiative de la marque de son groupe à l'échelle de la mondialisation.

Pour la deuxième année consécutive, Allianz peut se vanter d'être l'entreprise allemande la plus rentable, avec un bénéfice net de près de 8 milliards d'euros. Sa filiale bancaire Dresdner a toutefois souffert de la crise avec une perte nette proche de 600 millions d'euros au quatrième trimestre. Allianz ne remet pas en cause son investissement dans la banque car Dresdner lui offre un réseau de distribution satisfaisant pour les produits d'assurance. P. 17

LE NOMBRE DE PROJETS D'INVESTISSEMENT EST EN LÉGER RECUL

La France séduit toujours les entreprises étrangères

Alors que la France occupait le troisième rang mondial comme pays d'accueil des investissements directs étrangers en 2007, le nombre d'emplois créés ou maintenus par ce biais a reculé de 13,7 % pour s'élever à 34.517. Également en recul, le nombre de projets d'investissement, essentiellement concentrés dans le secteur

manufacturier, est passé de 665 à 624 entre 2006 et 2007. Des projets dont la taille s'est également réduite sur la période. Selon l'Agence française pour les investissements internationaux (AFII), cette baisse, qui intervient après une année 2006 record, s'explique en partie par la diminution des projets en provenance des États-Unis. Selon Philippe Faure, le directeur général de l'AFII, « les entreprises américaines ayant anticipé le risque de ralentissement économique actuellement en cours outre-Atlantique ont révisé leurs projets de développement ».

En 2008, l'attractivité restera une priorité de la stratégie économique du gouvernement. Plusieurs mesures destinées à séduire un nombre croissant d'investisseurs étrangers devraient s'intégrer dans la prochaine loi de modernisation de l'économie prévue pour le printemps prochain. Depuis 2002, les gouvernements successifs ont déjà pris la baguette de 130 mesures pour renforcer l'attractivité de la France. Parmi celles-ci, quinze n'ont jamais vu le jour, les décrets d'application n'ayant pas été publiés.

P. 29 et Editorial P. 34

La rentabilité de la Société Générale au tapis

Les résultats annuels de la banque présidée par Daniel Boutein portent la marque de la crise financière et de la « fraude » imputée à son ex-trader Jérôme Kerviel. Après la perte nette record de 3,55 milliards d'euros du quatrième trimestre, le

résultat de 2007 ressort à 947 millions d'euros. 2008 ne s'ouvre pas sous les meilleurs auspices. Alors qu'elle doit repositionner le pôle de banques de financement et d'investissement sur le chemin de la croissance, l'activité du réseau France devrait ralentir. P. 24

M 00160 - 202 - F. 1,20 €



Qui remportera cette année le Prix de l'Ambition ?

Découvrez les 3 lauréats de la région Ile-de-France Centre qui vont concourir pour le prix national.

AMBASSADEURS : **AMBASSADEUR ILE-DE-FRANCE CENTRE**

AMBASSADEURS : **AMBASSADEUR ILE-DE-FRANCE CENTRE**

AMBASSADEURS : **AMBASSADEUR ILE-DE-FRANCE CENTRE**

AMATEUR - CONCOURS INTERNATIONAL - PRIX DES 500

www.prixambition.fr

LUNDI • MARKETING

MARDI • GESTION / CONSEIL

MERCREDI • TECHNOLOGIES

JEUDI • DROIT

VENDREDI • RESSOURCES HUMAINES

Le coin du professionnel

INTÉRIM

Évolutions chez Manpower

Manpower se rive en « créateur de solution pour l'emploi ». Le chef de file de l'interim pur et dur effectue un virage stratégique et se tourne vers d'autres marchés. Ainsi, Manpower, lors de sa présentation des résultats 2007 a présenté trois nouvelles marques : Manpower Professional, qui propose des conseils de gestion de carrière aux cadres supérieurs ; Manpower nouvelles compétences, pour faciliter les transitions professionnelles, et Manpower égale des chances, destiné aux personnes éloignées du marché du travail.

À LIRE

Le coaching d'équipe décrypté



Voilà un ouvrage clair et simple sur le coaching d'équipe, cette pierre philosophale du management. L'auteur définit dès l'entrée en

outil qui permet de développer la performance collective d'une entreprise en mettant en adéquation objectifs et professionnels. L'auteur, psychosociologue, intervient dans les entreprises et a inventé une méthodologie innovante de coaching d'équipe présentée longuement dans le livre. Au final, le lecteur maîtrise mieux ce que le coaching d'équipe permet et ce qu'il ne permet pas. « Manuel de coaching d'équipe », par Bernard Heyes. Danoel, 25 euros.

FONCTION RH

Évaluation des CSP

Les centres de services partagés (CSP) semblent rencontrer la faveur des DRH : 84 % de 97 multinationales sondées par le cabinet Hewitt Associates qui y ont déjà recours comptent y faire appel encore plus fortement. Ces CSP qui gèrent les salaires, l'informatique RH, etc., répondent d'abord, selon les DRH interrogés, aux préoccupations du client et s'attachent ensuite à réduire les coûts. Toutefois, la performance de ces CSP n'est pas mesurée régulièrement, souligne l'étude, pour permettre une évaluation globale.

Leadit • Marketing

À qui ciblent les marques ?

Les grandes entreprises s'engagent pour l'emploi dans les banlieues

Une quarantaine de grandes entreprises françaises vont proposer 10.700 postes aux jeunes, dans le cadre du « plan banlieues » lancé par le gouvernement. Mais comment vont-elles parvenir à ce résultat ?

Elles permettent plus de 10.000 emplois sur trois ans, pour les jeunes issus des quartiers défavorisés. Elles, ce sont 38 entreprises, dont Accenture, Adecco, Alstom, Asa France, Carrefour, L'Oréal, Schneider Electric. Elles ont signé « l'engagement national pour l'insertion professionnelle des jeunes des quartiers », le 15 février au ministère de l'Ém-ploi, avec la ministre Christine Lagarde et la secrétaire d'État à la Ville, Fadela Amara. À terme, 3.000 entreprises pourraient signer l'engagement, valable trois ans. Au programme, des plans de recrutement qui « correspondent aux besoins des entreprises », selon Bercy. Soit environ 10.000 CDE, 1.300 contrats en alternance et de nombreux stages. De son côté,



Fadela Amara, secrétaire d'État chargée de la politique de la Ville, et Serge Morelli, DRH d'Asa France, lors de la signature du plan « Emploi banlieues », le 15 février.

l'État s'engage à « mettre en œuvre une action spécifique de préparation des jeunes » mais aussi à les informer des opportunités offertes. Un interlocuteur unique par entreprise partenaire devrait être désigné au sein de JANPE. « Nous avons été séduits par la forte implication de LANPE et des missions locales dans le plan banlieues »,

indique Serge Morelli, le DRH d'Asa France, qui compte recruter 150 jeunes en 2008 dans les zones urbaines sensibles.

UN TAUX DE CHÔMAGE EXPLOSIIF

Malgré ces bonnes intentions, ce plan banlieues poursuit une série entamée dès la fin des années 80, et

« NOUS AVONS ÉTÉ SÉDUITS PAR LA FORTE IMPLICATION DE LANPE ET DES MISSIONS LOCALES. »

notamment en 1993, qui n'est remonté qu'une fois. Notamment en raison des difficultés de socialisation des jeunes vivant dans ces zones urbaines sensibles. Les entreprises participant à ce nouveau programme seraient-elles prêtes à prendre le taureau par les cornes ? LANPE va mener un gros travail de sélection, notamment sensibilisant les jeunes aux rôles de l'entreprise avant que nous rencontrions », souligne Serge Morelli. Le patron d'Adecco et le DRH de L'Oréal expliquent eux-mêmes leurs plans pour conduire ces jeunes vers l'emploi. Pour l'heure, le taux de chômage dans les quartiers défavorisés explose toujours 23 %, soit le double de la moyenne nationale, et 62 % pour les jeunes chômeurs, suite d'une série massive antérieure et favorisée banlieues, notamment depuis l'été d'automne 2005, les firmes à l'essai ?

ALAINE BELIN

Interview - Jean-Claude Le Grand (*)

« Des jeunes qui ont faim de réussite »



Combien de zones urbaines sensibles allez-vous recruter ? Nous nous sommes engagés à recruter en 2008 12 % de nos cadres en contrat à durée indéterminée

dans ces zones urbaines sensibles, soit plus de 50 jeunes diplômés d'écoles ou d'université de niveau bac + 4 ou + 5. Le même pourcentage sera appliqué aux stagiaires et aux apprentis. Nous nous sommes aussi engagés à améliorer ce pourcentage. Il devrait tendre vers 15 % en 2010. Nous avons choisi de centrer notre engagement sur les niveaux cadres, plus difficile à atteindre mais aussi plus impliqués pour l'entreprise.

Pourquoi recrutez-vous ces jeunes ? Il est quand même regrettable que l'avenir social soit encore bloqué en France ! Que des jeunes diplômés brillants ne puissent faire profiter les entreprises de leur talent ! Aller dans les quartiers, rencontrer ces jeunes diplômés. Ils vous feront part de leur désespoir d'avoir été rejetés par des recruteurs. Nous avons signé la

charte de la diversité dès 2004. Nous voulons que cet engagement soit traduit dans les faits. C'est une formidable opportunité de responsabilité de l'entreprise. Quant à L'Oréal, nous bénéficierons de l'appartenance de jeunes extrêmement motivés, qui ont fait de réussite et ont envie de prouver leur talent.

Comment allez-vous procéder pour les recruter ? Nous disposons d'outils de sourcing que nous avons conçus notamment avec EMS-Entreprendre pour la cité.

Nous participons ainsi à des forums de recrutement ciblés et aux tris pour l'emploi de la SNCF. Nous avons aussi des partenariats avec des associations qui facilitent l'insertion des diplômés des quartiers, comme l'AFJ ou l'AFJ. Nous avons également des contacts avec JANPE. Plus globalement, nous voulons lancer une spirale positive en proposant aux jeunes des quartiers des stages de découverte de l'entreprise dès la classe de 2^e, en facilitant l'accès de ces jeunes aux grandes écoles et université.

BIROU RECIBELLE
PAR FABIEN JARDINIERE

(*) Directeur de la diversité de L'Oréal.

Interview - François Davy, PDG d'Adecco France

« Nous espérons attribuer 3.000 postes »



Combien de jeunes allez-vous recruter ? En trois ans, nous espérons attribuer 3.000 postes. Il s'agit, en fonction des profils, de CDI ou de missions de plus

de six mois, de contrats en alternance, de formations et de stages... Nous allons ainsi chercher à étendre sur le territoire national le dispositif que nous expérimentons depuis deux ans au pôle emploi d'Adecco. Ce dernier a permis, au Havre par exemple, à 90 % des jeunes suivis l'an dernier de décrocher un poste avec un taux d'emploi durable de 67 %.

Quelles difficultés rencontrez-vous ?

Elles sont différentes suivant le profil des candidats. Les jeunes diplômés, par exemple, ont du mal à trouver un emploi à leur niveau de qualification. Nous leur servons de coach, d'intermédiaire avec le monde de l'entreprise. D'autres n'ont pas de projets professionnels. Nous cherchons à les guider dans la définition de leur projet, avant de leur proposer le contrat d'apprentissage ou le stage

qui pourra déboucher leur situation. Enfin, les jeunes non qualifiés et diplômés quant à leur avenir sont ceux qui nécessitent le dispositif le plus complet. Pour ces derniers, le stage peut être plus long et dépasser parfois un an. Nous observons, parmi les candidats que nous envoie JANPE, seuls 80 % se déplaçant pour nous rencontrer. Le premier défi est de publier l'offre de leur côté dans une démarche active le premier contact.

Quelle est la réponse apportée votre dispositif ?

C'est une réponse de proximité, la plus possible par l'expertise d'Adecco. Le plus important, en effet, est de payer ce type d'actions sur des partenariats locaux forts (ANPE et...) dans les zones urbaines sensibles, en lien avec les associations locales. Il s'agit de ne pas proposer aux jeunes solutions toutes faites mais d'être les acteurs de leur avenir. Nous observons, au final, que les freins se lèvent lorsque ces démarches comprennent que nous sommes prêts à les aider, sans faire le plus leur place.

BIROU RECIBELLE
PAR FABIEN JARDINIERE