

Luca de Meo veut renforcer l'Alliance Renault-Nissan

Le directeur général de Renault espère une coopération opérationnelle plus étroite.

VALÉRIE COLLET @V_Collet

AUTOMOBILE Non, le mariage entre Renault et Nissan n'est pas « fusionnel » ! Interrogé par le quotidien économique *Il Sole 24 Ore*, Luca de Meo, le directeur général de Renault, a balayé une nouvelle fois l'hypothèse d'une fusion entre Renault et Nissan, un schéma auquel les Français avaient un temps pensé. « Depuis 2010, la logique a toujours été de faire converger les organisations pour préparer la fusion. Je ne vois pas ça, je n'imaginais pas une fusion, car je ne suis pas sûr que cela ait un sens opérationnel », a-t-il déclaré. Et d'ajouter : « En 2018, Renault-Nissan était techniquement, en termes de volumes de ventes et d'immatriculations, numéro un au monde, mais si le numéro un au monde ne gagne

pas d'argent, cela veut dire que ce modèle ne fonctionne pas sur le long terme. » À la fusion, le patron du groupe Renault a préféré l'image du mariage raisonnable : « Nous devons utiliser le fait que nous sommes mariés depuis vingt ans : il y a des enfants, il y a des moments de tension, mais nous avons tant à gagner en restant alignés » dans les politiques de développement futur.

La perspective d'une fusion, serpent de mer de l'alliance entre Renault et Nissan étendue ensuite à Mitsubishi, n'avait pas été évoquée depuis longtemps. Au début de l'année dernière, un rumeur de séparation - qui aurait été souhaitée par Nissan - avait même été évoquée par le *Financial Times*. Au fil des mois, alors que la crise du Covid faisait plonger les ventes des trois constructeurs de l'Alliance Renault-Nissan Mitsub-

« Je n'imaginais pas une fusion car je ne suis pas sûr que cela ait un sens opérationnel », a déclaré Luca de Meo (ici, le 13 janvier dernier, au siège de Renault à Boulogne-Billancourt).

J.-C. MARMARA/LE FIGARO

bishi, chacun a dû mettre la priorité sur la baisse des coûts. Au premier semestre 2020, Renault avait affiché une perte nette de 7,3 milliards d'euros, dont 4,8 milliards d'euros venaient des pertes de Nissan dont Renault possède 43,4 % du capital.

Mutualiser davantage les achats de composants

Pendant la crise, l'Alliance n'a avancé qu'à petits pas. En mai 2020 avait pourtant été présentée la stratégie baptisée « Leader follower », destinée à renforcer la compétitivité de chacun. Chacun des trois est ainsi devenu la tête de pont d'une région du monde et d'un type de véhicules pour favoriser les synergies.

Ce pacte s'est concrétisé plusieurs fois ces derniers mois, mais de façon ponctuelle et sans avan-

cée majeure. En février, Nissan a annoncé qu'il allait continuer à confier la production de ses trois types d'utilitaires à l'usine de Renault à Maubeuge. En mars, Mitsubishi déclarait qu'il allait commercialiser sous sa marque deux véhicules jumeaux (la Clio et le Captur) de Renault et les faire fabriquer dans les usines du Losange en Turquie et en Espagne dès 2023.

De plus, la toute nouvelle Mégane E, dont le prochain lancement a été célébré au Salon de Munich, a été conçue sur la plateforme industrielle (CMF-EV) développée par Renault et Nissan pendant quatre ans. Ce projet illustre ce que les dirigeants des trois constructeurs souhaitent approfondir : réduire les coûts de développement et mettre en commun au minimum les composants. Renault et Nissan vont aussi partager leurs

batteries électriques fabriquées par le même fournisseur, le chinois Envision, qui en 2018 avait racheté à Nissan AESC, sa branche dédiée aux batteries. Envision va s'installer à Douai sur les terres de Renault et s'étendre près de l'usine de Nissan à Sunderland, au Royaume-Uni.

Des mesures sans doute trop peu nombreuses. Luca de Meo affirme aujourd'hui qu'il verrait bien évoluer « beaucoup plus de coopération ». Ainsi, alors que les trois alliés mutualisent une partie de leurs achats grâce à l'« Alliance purchase organisation », leur approvisionnement en semi-conducteurs, stratégiques en période de pénurie, reste une chasse gardée de chacun. Les trois entreprises restent en outre concurrentes dans les concessions. ■

Pénurie de jouets en vue au pied du sapin de Noël

L'engorgement des liaisons depuis l'Asie et le manque de composants ralentit le marché et fait flamber les prix.

MARIE BARTNIK @mariebartnik

CONSOMMATION Y aura-t-il des jouets à Noël ? La période phare de l'année s'annonce difficile, après un bon début, avec des ventes à mi-août en croissance de 4 % par rapport à l'an passé et de 4,8 % par rapport à 2019. Mais le secteur entre dans une zone de turbulences qui pourrait priver les enfants de certains cadeaux neufs. La hausse des prix du plastique, du carton, des composants électroniques et du transport fragilise le marché. « Comme pour l'ensemble de la grande consommation, les questions d'approvisionnement et de hausse des prix vont se poser pour le jouet au dernier trimestre », une période cruciale pour le secteur, constate

Frédérique Tutt, experte du jouet chez NPD.

Les distributeurs commencent à cerner le niveau d'inflation qu'ils devront faire accepter à leurs clients. « Nous constatons chez nos fournisseurs une hausse moyenne des prix de 3 % », affirme Philippe Gueydon, le patron de l'enseigne King Jouet. Mais cela cache de grandes disparités. Le prix de certains jouets va grimper de plus de 10 %. La Barbie princesse Flocon par exemple, coûtera cette année 23 % plus cher que l'année dernière. Les grands fabricants de jouets, Mattel et Hasbro en tête, avaient donné le ton dès juillet. En France, NPD estime que l'inflation devrait atteindre en moyenne 5 %. Elle sera particulièrement marquée sur les nouveaux produits

- elle passe davantage inaperçue - ou ceux qui contiennent des composants électroniques.

Les distributeurs devront se poser la question de répercuter ou non l'intégralité de la facture. Joué Club, par exemple, réfléchit à faire des promotions ciblées, ou à absorber une partie de la hausse sur les produits qui deviendraient vraiment trop chers.

Les distributeurs s'adaptent

Mais d'autres acteurs soulignent que, dans un marché très concurrentiel où les marges sont faibles, réduire encore sa marge, c'est se mettre en danger sur le plan financier. Plusieurs enseignes spécialisées ont été reprises à la barre du tribunal ces dernières années.

D'autres, comme PicWicToys, ont fermé des magasins... Pour NPD, ces hausses de prix devraient être acceptées sans trop de mal par les clients. « Sur un jouet à 20 euros, une hausse de 5 % ne sera pas forcément dissuasive », estime Frédérique Tutt. Ce qui conduit le marché du jouet, c'est avant tout ce que demande l'enfant. »

Le risque de pénurie devrait faire plus de tort au secteur. Les bateaux et les conteneurs manquent pour acheminer les jouets de Chine, où ils sont en majorité produits. « Les produits qui devaient arriver fin août risquent d'arriver fin octobre », explique Franck Mathais, le porte-parole de Joué Club. Il y a un risque de ruptures, ce qui devrait s'accroître à l'approche de Noël. Confrontés au décalage

de leurs livraisons, certains fabricants annulent leurs dernières commandes, de peur qu'elles n'arrivent qu'après Noël. « Il est compliqué d'avoir des informations sur ce qui sera livré ou non », déplore Oxybul. Sur le catalogue de Noël de King Jouet, le taux de rupture est déjà de 20 % contre 5 % habituellement. Les distributeurs s'adaptent. Ils acceptent de stocker davantage de produits plus tôt dans la saison, ou commandent des références alternatives à celles qui risquent de manquer. Les professionnels avertissent les parents : mieux vaut faire ses courses de Noël en novembre. « En décembre, les rayons risquent de ressembler à du gruyère », avertit Philippe Gueydon. Anticiper les achats est dans l'intérêt des distributeurs comme des clients. ■

+ 23 %
Hausse attendue du prix de la poupée Barbie princesse Flocon

Socotec poursuit son expansion en Europe

Le spécialiste français de la gestion des risques acquiert le néerlandais Hanselman Group.

EMMANUEL EGLOFF @eeegloff

SERVICES C'était un drapeau qui manquait encore pour Socotec. Présent au Royaume-Uni, en Belgique, au Luxembourg et en Allemagne, le spécialiste français de la gestion des risques ne disposait d'aucune implantation aux Pays-Bas. C'est désormais chose faite avec le rachat de Hanselman Group, présent dans le management des risques dans le bâtiment. « Cette opération s'insère complètement dans notre positionnement stratégique », se félicite Hervé Montjotin, président du groupe Socotec. La société néerlandaise, qui emploie une centaine de personnes, réalise un chiffre d'affaires de 12 millions d'euros. Et Socotec ne compte pas s'arrêter là dans ce nouveau pays. « Nous visons un chiffre d'affaires aux Pays-Bas supérieur à 20 millions d'euros, ce qui passera rapidement par d'autres acquisitions », expli-

que-t-il. Les Pays-Bas lui apparaissent comme un endroit à fort potentiel pour un spécialiste de la gestion des risques dans la construction. Cela en raison des contraintes imposées par sa densité de population, la plus importante en Europe pour un pays de cette taille, du fait que 60 % de sa superficie se situe sous le niveau de la mer et d'un déficit de logements évalué à 850 000.

Septième acquisition de l'année

Intéressante stratégiquement pour Socotec, l'opération l'est également sur le plan financier, avec un retour sur investissement d'à peine cinq ans. L'acquisition de Hanselman Group est la septième opération de croissance externe du groupe français cette année, montrant bien que la crise liée au Covid-19 n'a pas eu d'impact sur son dynamisme. Ces opérations de croissance externe sont essentiellement européennes (deux en

France, une en Allemagne, une en Italie, une au Royaume-Uni) ou nord-américaine (aux États-Unis pour la dernière).

« Notre activité est aujourd'hui équilibrée entre la France et l'international, détaille Hervé Montjotin, quand la France représentait encore 90 % de notre chiffre d'affaires il y a seulement cinq ans. » Le groupe est aujourd'hui très majoritairement présent en Europe et en Amérique, qui représentent ensemble 95 % de son activité.

Au premier semestre, Socotec a montré que la crise était derrière lui, avec une croissance du chiffre d'affaires de 15 % comparé à 2020 et, surtout, de 7 % par rapport à 2019. « Nous devrions dépasser le milliard d'euros de chiffre d'affaires en 2022, alors que nous réalisions seulement 500 millions en 2016 », se réjouit le patron du groupe.

Pour y parvenir, Socotec s'appuie sur trois piliers. D'abord, la bonne orientation des cycles d'exploitation, ce qui traduit la re-

prise de l'activité économique. Sa mission traditionnelle, comme le contrôle technique, les inspections réglementaires mais également la formation, en profite. Ensuite, le groupe bénéficie du dynamisme des infrastructures, où Socotec réalise 30 % de son activité, tiré notamment des multiples plans de relance mis en œuvre en Europe et aux États-Unis.

Troisième point positif : le développement des activités liées à la performance énergétique du bâtiment, aux nouveaux modes constructifs ou à la construction hors site. Sur ce dernier levier, Socotec doit cependant investir dans la formation de ses salariés, car il entre sur des pans d'activité nouveaux.

Ce regain de dynamisme fait plus que compenser le ralentissement dans le logement en France, notamment lié à la difficulté grandissante à obtenir des permis de construire auprès des municipalités. ■

EN BREF

HAUSSE DES CRÉDITS DES ENTREPRISES

Les crédits des entreprises se sont élevés à 124,9 milliards d'euros fin juillet, soit une hausse de 3,1 % par rapport à la même période l'an dernier et de 15,4 % sur deux ans, selon les données de la Banque de France publiées mercredi.

CRISE : L'ALLEMAGNE PROLONGE LES AIDES

Les aides d'urgence aux entreprises seront prolongées jusqu'à fin 2021 pour soutenir les secteurs toujours affectés par la pandémie, a annoncé le gouvernement allemand, mercredi. Mis en place au printemps 2020 pour faire face à la crise du coronavirus comme en France, ces soutiens financiers exceptionnels devaient initialement prendre fin le 30 septembre.

Chauffage, isolation : deux mois de plus pour toucher l'aide « coup de pouce »
www.lefigaro.fr/economie