

Juin
2001
Numéro 19
Prix : 20 F

Liens

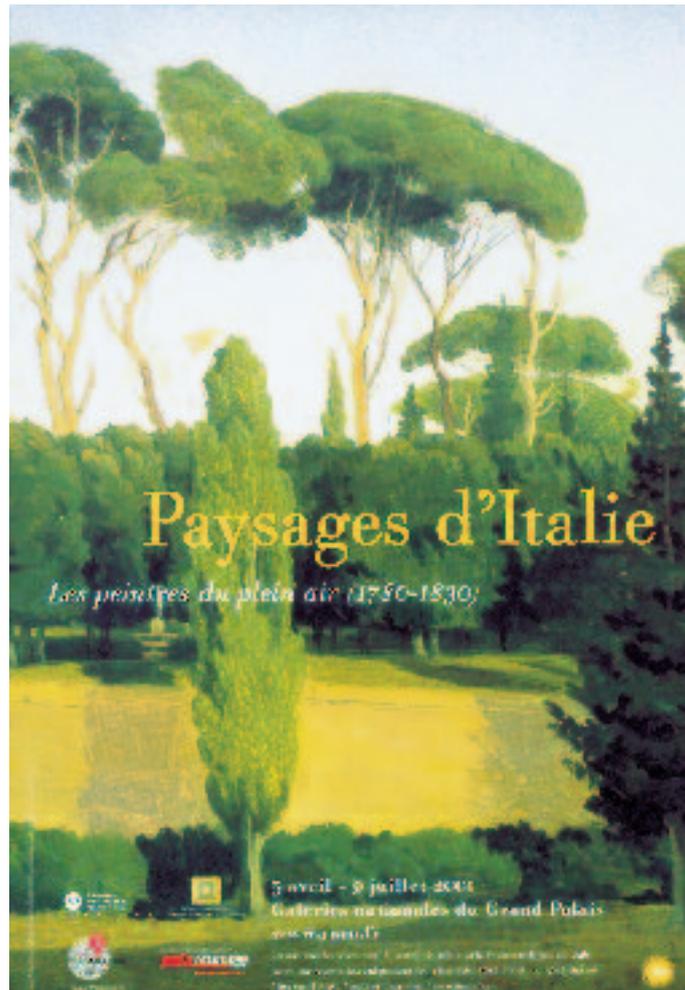


La Suède à l'affiche

Heureuse coïncidence qui ne pouvait pas mieux tomber dans le calendrier : le ravissant tableau (ci-contre) de Gustav Wilhelm Palm tellement évocateur de l'Italie, avec sa lumière, ses couleurs et son atmosphère qui délie l'âme, on l'aura vu partout dans Paris ce printemps. C'est ce tableau suédois qu'avait en effet choisi le Grand Palais, parmi les nombreuses œuvres sélectionnées de peintres italiens, britanniques, français, allemands et scandinaves du 19^{ème} siècle, pour illustrer l'affiche et le catalogue de sa grande exposition "Paysages d'Italie". Même si ce choix n'était que purement esthétique, il n'était pas interdit de lui trouver une certaine symbolique européenne.

Stockholm, Rome, Arcachon...

A la fin du 19^{ème} siècle et jusqu'à la première guerre mondiale, l'Europe était ouverte, facile, gens et argent circulaient alors librement de la Russie à l'Atlantique. L'avènement du chemin de fer avait contribué à gommer les frontières et un André Oscar Wallenberg, fondateur de la dynastie bancaire et industrielle suédoise, fut certainement l'un des premiers touristes d'affaires suédois à sillonner le continent, de Stockholm à Berlin, Rome et Paris. Et jusqu'à Arcachon que les banquiers Péreire de ses amis avaient contribué à transformer en petit paradis de villégiature. Son fils, Knut Agathon, s'en inspirerait d'ailleurs en créant Saltsjöbaden, la station balnéaire chic de la grande bourgeoisie de Stockholm. Pour André Oscar Wallenberg et ses pairs



*"Dans les jardins de la Villa Borghese"
de Gustav Wilhelm Palm,
1846, Musée National de Stockholm.*

**Le mandat
de sa présidence
de l'UE terminé,
la Suède peut faire
un bilan plutôt positif
de ces six derniers mois
qui l'ont mise au centre de
l'actualité communautaire.
Avec cet exercice aussi,
l'intégration devrait avoir
fait un pas supplémentaire.**

de la "haute finance" comme on disait, en français dans le texte dans son milieu, à Stockholm, tout comme pour les artistes de l'exposition du Grand Palais, l'Europe était alors un espace intégré avant même que le terme n'ait acquis un sens politique.

L'ouverture balte

L'intégration vue à l'aune d'aujourd'hui n'est pourtant pas synonyme automatique de sentiment d'appartenance comme il a pu l'être à cette époque. Bien qu'ils soient membres depuis sept ans de l'Union Européenne, les Suédois sont encore et toujours en partie réservés sur ce point. Avoir tenu le haut de l'affiche pendant six mois aura-t-il renforcé leur européanité ?

Gouvernement et organisateurs des manifestations présidentielles auront en tous cas tout fait pour sensibiliser à leur espace nordique le reste de la famille des 15, un espace qui, pour la Suède - et elle tenait à le faire savoir -, s'étend désormais depuis la fin de l'ère soviétique à des Républiques baltes toutes proches et logiquement intégrables. Une démonstration de sa volonté de contribuer activement à l'élargissement de la citadelle Europe d'aujourd'hui et de renforcer le rôle des petits pays dont elle est, pour faire contrepoids aux grands de l'Union. A propos de citadelle, et pour revenir à l'Europe d'avant jadis : les remparts de Tallinn qui fut danoise, allemande, suédoise et russe avant d'être estonienne, auraient été édifiés, dit-on là-bas, sur le modèle de la Cité de Carcassonne...

p.5

interview

Caroline Meimoun

p.6,7,8

bloc-notes

- nominations
- culture
- carnet d'affaires
- tous azimuts
- nouveaux membres

p.10,11

reportage

- Euro : pas concernée, et pourtant...

p.13

- Activités CCSF

p.14,15

entreprises

- Prenax
- Connex Transport AB

p.18

chronique

Benjamin, celui qui envoie les Français en Scandinavie

Chambre de Commerce Suédoise en France (CCSF), 67 bd Haussmann, 75008 Paris, téléphone 01 42 66 05 85, fax 01 42 66 63 04, E-mail : info@ccsf.fr, Site Internet : www.ccsf.fr •

Présidente, Directrice de la publication

Gïta Paterson • **Comité de rédaction** -

Magnus Härviden, Britt Norée, Jan Nyberg,

Gïta Paterson, Claes Rasmusson, Håkan Skoglund

• **Rédaction** Françoise Niéto, Claire Mallet

• **Création originale de la maquette** -

Wildell France • **Photogravure et impression** -

IMPRIMERIE SERVIPLUS, Orly •

Distribution - France-routage •

Administration, Abonnements et

publicité - Tina Nilsson et Katarina Lööf, CCSF,

tél. 01 42 66 05 85, fax 01 42 66 63 04, e-mail : info@ccsf.fr

* * *

LIENS est imprimé sur G-Print 115 grs, papier couché, produit par STORAENSO. Pour en savoir plus,

contactez **Stora Enso France** -

Division Fine Paper,

téléphone 01 53 64 79 00, fax 01 53 64 79 90

* * *

Ce numéro a été distribué à 5500 exemplaires.

* * *

ISSN 1253-3343

Je vous adresse avec ce numéro mes vœux pour un bel été qui sera marqué par une présence croissante de l'Euro dans notre vie quotidienne.

Ceux parmi vous qui n'ont pas encore adapté leur politique de prix à l'Euro auront peut-être un été plus studieux pour réussir à tenir le calendrier établi par la Commission Européenne.

Les plus prévoyants pourront contacter Benjamin (voir page 18) pour organiser de merveilleuses vacances en Suède.

Dès la rentrée la nouvelle monnaie vous attendra dans certaines grandes surfaces des principales villes d'Europe.

En septembre la Chambre recevra le Gouverneur de la Banque de France, Monsieur Trichet, pour un débat-conférence sur l'Euro avec la participation de personnalités éminentes.

La coopération entre les Chambres de Commerce Etrangères en France marquera aussi notre actualité.

Notre ambition d'actualisation des objectifs de la Chambre de Commerce Suédoise en France s'est traduite par une première initiative conduite avec le concours précieux de Son Excellence Monsieur l'Ambassadeur de Suède afin d'associer l'ensemble des Chambres de Commerce Etrangères en France à nos réflexions sur le repositionnement de notre action.

L'enthousiasme suscité nous encourage vivement à poursuivre une coopération approfondie dans le cadre d'une nouvelle diplomatie économique fondée sur la construction de réseaux de confiance et de communication élargis.

Une nouvelle réunion entre présidents des chambres de commerce étrangères et franco-étrangères est organisée dès le mois de juin pour examiner les initiatives susceptibles d'être prises pour attirer de nouveaux membres, rendre les chambres de commerce plus attrayantes pour les jeunes, créer des synergies nouvelles et imaginer un projet concret commun représentatif de ce renouvellement.

Dans cet esprit, la CSCE s'efforce de donner la parole, dans ce nouveau numéro de Liens comme dans le choix de ses conférenciers, aux promoteurs d'une vision plus large des échanges économiques évoluant aux fonctions les plus diverses.

Amicalement,



Gïta Paterson
Présidente



Caroline Meimoun.

La nouvelle diplomatie économique

les promoteurs attachés aux grands projets communautaires financés par des organismes multilatéraux et les promoteurs de l'image globale de la Suède. Nous sommes tous à la fois des communicants et des opérationnels, en ce sens que nous sommes des maillons nouveaux et différents dans les structures officielles de communication externe de la Suède, et que nous allons sur le terrain solliciter les acteurs susceptibles de contribuer au changement.

La globalisation des échanges exige des outils affûtés. Ceux dont s'est dotée la Suède s'appellent les "promoteurs d'échanges commerciaux". En langage informatique, on les appellerait des "agents intelligents". Caroline Meimoun est l'un d'eux. Après une quinzaine d'années passées à Paris au Centre Suédois du Commerce Extérieur, dont quatre comme représentante de l'organisme public Invest in Sweden Agency, son expertise en matière d'investissements et d'exportation lui a valu de prendre la responsabilité de la région Europe occidentale. Elle explique à Liens la nature de sa mission de catalyseur.

– *Promoteur d'échanges commerciaux est une fonction dédiée qui a été créée il y a trois ans au sein du ministère Suédois des Affaires Étrangères, dans le but de dynamiser l'expansion commerciale de la Suède à travers le monde. C'est une politique volontariste initiée par notre ministre du Commerce Extérieur, Leif Pagrotsky. L'enjeu étant, bien sûr, emploi et croissance pour notre pays.*

En quoi consiste cette fonction ?

– *En fait, elle se divise en trois groupes : les promoteurs régionaux dont je fais partie,*

L'Europe occidentale, une mission enviable ?

– *Certainement, je suis extrêmement gâtée, car j'ai à ma disposition sur ce grand marché, en particulier en Allemagne, un nombre considérable d'acteurs de haut niveau qui peuvent m'aider à développer différents projets. Ce sont principalement les ambassades de Suède, les Centres Suédois du Commerce Extérieur, le Tourisme, l'Institut Culturel Suédois, Invest in Sweden Agency - un organisme très dynamique et très professionnel qui contribue activement à l'établissement de sociétés étrangères, françaises notamment, en Suède.*

Utilisez-vous des leviers autres que les organismes officiels suédois ?

– *Justement ! Il y a deux secteurs que je tiens à activer parce que tout à fait intégrés dans le tissu régional. D'une part, les consuls honoraires dans toutes les grandes villes qui doivent être beaucoup plus aidés qu'ils ne le sont à développer une présence perçue de la Suède dans leur périmètre. D'autre part, les filiales des sociétés suédoises : en effet, quand le patron n'est pas suédois, il n'est pas toujours évident qu'il pense automatiquement à faire la promotion de la Suède. Si on compte qu'il y a environ 800 filiales suédoises en Allemagne, 450 en France, 2 100 en Norvège etc., le gisement est énorme.*

Les grands axes de votre travail ?

– *D'abord le travail de promotion au quotidien. Ensuite, les "grands événements" qui ont été lancés le 13 décembre 1999 à Paris,*

avec IT Visions, la première journée consacrée à la diffusion des NTIC. IT Visions s'est vite propagé à travers toute l'Europe, puis dans le monde entier, de l'Amérique du Sud au Japon. Ces manifestations ont attiré une centaine de sociétés suédoises et plus de 3 000 participants. Elles ont également donné lieu à une forte augmentation des voyages de presse en Suède, renforçant ainsi l'intérêt pour notre spécificité dans ce domaine. Mais je tiens à souligner que c'est la coopération entre l'Ambassade, la Chambre de Commerce et le Centre Suédois du Commerce Extérieur à Paris qui a donné le ton et entraîné les ambassades et organismes suédois locaux dans d'autres pays à s'engager dans ce type d'activités, avec budgets très lourds, sponsors, organisation...

Et en dehors de ce sujet très porteur des NTIC ?

– *Nous travaillons beaucoup sur les biotechnologies et l'environnement, organisant des séminaires et essayant d'impliquer le plus possible responsables politiques et économiques. Évidemment, c'est moins spectaculaire et donc, plus difficile de trouver des sponsors de poids, mais ce sont des sujets très importants pour l'avenir. Dans ce domaine, par exemple, les promoteurs du groupe UE peuvent aider les sociétés suédoises à profiter des ressources dégagées par Bruxelles pour monter des projets environnementaux, notamment en Europe orientale, et à se défendre ainsi face aux grands groupes européens. La coordination de nos actions entre promoteurs est un gage d'efficacité.*

Et si vous comparez avec des structures équivalentes ailleurs ?

– *Je pense que nous faisons tous un travail très utile, mais quand je vois le dynamisme de mes collègues étrangers, je me dis que nous avons encore beaucoup à faire. Et dans ce sens, il me semble que nos ambassades ont un nouveau rôle important à jouer qui s'éloigne, certes, de la diplomatie traditionnelle, mais qui peut être un formidable levier pour la promotion des sociétés suédoises. Car la concurrence est énorme...*

Propos recueillis par Françoise Niéto

nominations

Avoir modernisé et rendu sa profitabilité au France Printemps qu'il dirigeait depuis 4 ans, le Suédois **Per Kaufmann** a pris les rênes de Conforama, filiale du groupe Pinault-Printemps-Redoute. Sa mission : internationaliser le fabricant (encore trop) français qui, avec l'acquisition du numéro deux du meuble en Italie, se classe désormais en deuxième position au niveau mondial derrière Ikea... ancien employeur de Per Kaufmann.



Per Kaufmann.

Icon Medialab France nomme un nouveau Directeur Général et "séniorise" son management

Patrice Galmard, Directeur de production d'Icon Medialab a été nommé Directeur Général (Managing Director) d'Icon Medialab France en remplacement de **Mikael Brändemar**, lequel prend quant à lui de nouvelles positions au sein du groupe Icon Medialab. "Nous travaillerons dur pour maintenir et renforcer notre position en France tout en approfondissant notre offre de services" a déclaré Patrice Galmard. Le bureau parisien d'Icon Medialab afficherait par ailleurs clairement sa volonté de "sénioriser" son management, notamment avec l'arrivée de **Gilles de Becdelièvre** en tant que Directeur du développement (plus de 20 ans d'expériences en agences de publicité et dans les médias). Fondée en Suède, Icon Medialab se présente comme le "leader mondial dans la fourniture de services e-business pour les grands comptes internationaux".
www.iconmedialab.fr

culture

La Suède à l'honneur au Grand Palais, à Paris, dans le cadre de l'exceptionnelle exposition "Paysages d'Italie" qui se tiendra jusqu'au 9 juillet avant de se déplacer à Mantoue, en Italie, du 1^{er} septembre au 16 décembre prochains. C'est en effet le tableau du peintre suédois Gustav Wilhelm Palm (1810-1890) "Dans les jardins de la Villa Borghese" qui a été choisi pour l'affiche de l'exposition.

"Peintres du Nord en voyage dans l'Ouest", l'exposition présentée par le **Musée des Beaux-Arts** de Caen rassemble des œuvres d'artistes nordiques (danois, norvégiens, suédois et finlandais) de la période 1860-1900 qui avaient été séduits par les paysages normands. Inaugurée par la Princesse Benedikte de Danemark le 1^{er} juin, l'exposition se tiendra jusqu'au 27 août avant de se déplacer au musée de l'Ateneum d'Helsinki en Finlande qui l'accueillera du 21 septembre au 2 décembre prochains.

Et enfin, après le Musée National de Stockholm, ce sera au tour du **Musée d'Orsay**, à Paris, d'accueillir l'exposition **"Strindberg - le peintre et le photographe"**, du 15 octobre au 20 décembre prochains. Le grand écrivain suédois n'était pas seulement un homme de plume, mais aussi, comme Victor Hugo et d'autres, un véritable artiste.

Quelque 120 pièces - tableaux, photographies, dessins et manuscrits - permettront de découvrir l'expression picturale et (photo)graphique d'August Strindberg.



"The Verdant Island" 1894, par August Strindberg.

carnet d'affaires

Coopération extra-terrestre

Lancement réussi de **Odin**, qui a été mis sur orbite le 20 février dernier pour effectuer dans les deux ans qui viennent, des mesures d'aéronomie liées aux recherches sur la couche d'ozone et des mesures d'astronomie. Mis sur pied à l'initiative de la Direction suédoise de l'espace, le projet Odin a été réalisé en coopération avec la France, le Canada et la Finlande. Le petit satellite au coût extrêmement faible (la facture totale n'atteint pas même 46 millions d'euros) a été lancé depuis la base russe de Svobodny.



Solde favorable pour la France

Dans ses échanges avec la Suède, la France a, pour la première fois, franchi en 2000, la barre des 30 Mds de francs (4,57 Mds d'euros) pour atteindre 32,4 Mds de francs (4,95 Mds d'euros), creusant de nouveau en sa faveur un solde qui était à l'équilibre en 1999. Avec cette progression de 20,5 % des ventes à la Suède, celle-ci est désormais 10^{ème} client de la France dans le monde. La Suède a elle aussi enregistré une progression de ses exportations vers l'Hexagone, due notamment au boom des NTIC, et totalise un montant de 30,4 Mds de francs (4,63 Mds d'euros), en hausse de 13,2 %.

Si les ventes de véhicules Renault et PSA ont augmenté de plus de 19 % sur un marché en léger repli, ce sont les biens intermédiaires et d'équipement (matériels de transport, équipements électriques et électroniques) qui ont fait le bond le plus spectaculaire (+68 %), constituant plus des deux tiers des exportations. Fournisseurs compétitifs comme l'indique cette performance, il semble que grands groupes comme PME ont maintenant pris la route du Nord pour de bon.

PICHARD & ASSOCIES

Société d'Avocats

Cabinet français ayant une grande expérience des sociétés scandinaves en France depuis 1948 dans le cadre de relations personnalisées et permanentes avec leurs clients.

Vos contacts :
M. Claude STRIFFLING
M. Christophe PICHARD

122, avenue Charles-de-Gaulle
92200 NEUILLY-SUR-SEINE

Tél. 33 (0)1.46.37.11.11
Fax 33 (0)1.46.37.50.83

E-mail : avocats.pichard@wanadoo.fr
Site : <http://www.pichard.com>

OPA amicale d'ABB sur Entrelec

Avec **ABB** pour actionnaire, **Entrelec**, entreprise lyonnaise spécialisée dans les équipements électriques basse tension, espère pouvoir poursuivre son expansion et faire face au concurrent Schneider-Legrand. L'offre s'élève à 400 M d'euros. Ce rachat doit permettre au groupe suédois d'élargir sa gamme de produits d'automatisme industriel et de renforcer certaines de ses positions en Europe et aux Etats-Unis.

Airbus A380 : une aubaine pour Linköping

En confiant à **Saab** la fourniture de divers composants du fuselage du futur méga-porteur A380 (notamment segments d'ailes, de la dérive et des pylônes supportant les réacteurs), **Airbus** fait souffler un vent d'optimisme sur la petite ville de Linköping, fief de l'avionneur suédois. Selon les termes du contrat qui sera finalisé à l'automne prochain, la participation de Saab au projet pourrait créer de 300 à 400 nouveaux emplois dans le secteur de la production et donner du travail pendant au moins trois ans à quelque 300 ingénieurs spécialisés.



SEB Paris fête ses dix ans

Le groupe bancaire suédois **SEB** ouvrait les portes de sa succursale parisienne en 1991, afin de "mieux répondre aux besoins croissants des filiales nordiques en France". Il était déjà présent



avant cette date à travers un bureau de représentation, mais s'est rapidement rendu compte que ses clients attendaient une gamme de services plus complète et une présence locale renforcée. Centrée sur les services financiers aux entreprises, SEB Paris a connu depuis une croissance continue. Elle travaille aussi bien avec les PME que les grands groupes. Le Groupe SEB à Paris, c'est également Enskilda Securities, spécialisée dans les titres français et nordiques. Au total, 50 personnes travaillent actuellement sur son site parisien.

Du 22 juin au 3 juillet : Exposition du designer Thomas Bastide à l'espace Saab Rive Gauche, 7 rue Duplex, 75015 Paris. Événement en partenariat entre **Saab** et **Baccarat**, avec le soutien de la **CCSF**.

PROGRAMME CCSF

- 28 juin** : Cocktail d'inauguration (réservé aux membres), à l'occasion de l'exposition du designer Thomas Bastide à l'espace Saab Rive Gauche.
- 25 septembre** : Conférence sur l'Euro au Cercle de l'Union Interalliée avec la participation de **M. Jean-Claude Trichet**, Gouverneur de la Banque de France.
- 18 octobre** : Déjeuner d'affaires (en coopération avec le Cercle Suédois) avec **M. Noël Le Graët**, maire de Guingamp et ancien président de la Ligue nationale de football. Thème : "le football et le fric".

Trois accords cadres en France pour Sigma

La division "**embedded solutions**" du groupe suédois **Sigma** vient de signer, à travers Intelia, sa filiale française, trois accords cadres pour l'année 2001 avec Alcatel, Nortel et Sagem, qui concernent les activités en France de ces sociétés dans les secteurs des télécoms et des transmissions de données.

Sanofi-Synthélabo passe la vitesse supérieure

1,4 % du marché pharmaceutique suédois, ce n'est pas beaucoup, mais **Sanofi-Synthélabo** est bien décidé à renforcer sa présence sur cette nouvelle terre après avoir acquis la totalité de **Astra-Synthélabo**, la société précédemment créée à parité avec le géant AstraZeneca.

A Kiruna, le premier employeur est toujours français. Jusqu'ici, **Sema Group**, la grosse SSII française, se flattait d'être le premier employeur de la ville de Kiruna, dans l'extrême nord de la Suède. Sa reprise par le colosse discret Schlumberger ne changera rien à cet état de choses ni à la couleur du drapeau.

Expansion au menu pour Valeo en Suède

La vague de suppression d'emplois qui a secoué le printemps 2001 touche également les équipementiers automobiles qui se voient contraints de réduire leurs prix. Les deux sites suédois du géant **Valeo** à Mjällby (radiateurs pour camions et voitures particulières) et Linköping (refroidissement des moteurs de marine) qui emploient environ 850 personnes (soit 3 % des effectifs du groupe), ne sont pas encore entièrement fixés sur leur sort. Rationalisation (déjà anticipée à Mjällby) ou pas, le mot d'ordre est : accroissement des volumes et de la performance générale pour compenser une baisse des prix de 6 % et poursuivre l'expansion du groupe en Suède.



LASSUS & ASSOCIÉS

AVOCATS À LA COUR

Björn Palm-Jensen
Paul Lassus
David Gage

Stéphane Caussé
Raphaëlle Pecquereaux

Au service des sociétés suédoises et françaises depuis 1981



8, AVENUE BERTIE ALBRECHT
F-75008 PARIS

TÉL +33 - (0) 1 53 93 61 61
FAX +33 - (0) 1 42 56 24 39

E-MAIL : lassus.associes@wanadoo.fr

La sécurité aux mains des Suédois

CS Communication et Systèmes (systèmes d'information, équipements de télécommunications et sécurité) a cédé sa filiale de sécurité **CS Security** au groupe suédois **Gunnebo** (sécurité physique). CS Security emploie 411 personnes et a réalisé un chiffre d'affaires de 5,06 M EUR en 2000.

- ✂ Je souhaite devenir membre de la Chambre de Commerce Suédoise en France.
- ✂ Je souhaite connaître les modalités d'abonnement à LIENS.
- ✂ Je souhaite plus d'information sur la Chambre de Commerce Suédoise en France.

Société Nom

Fonction/Profession

Adresse

E-mail Téléphone Fax

Chambre de Commerce Suédoise en France, 67 bd Haussmann, 75008 Paris, téléphone 01 42 66 05 85, fax 01 42 66 63 04

SVENSKA SKOLAN I PARIS

grundad 1878

från förskola
till gymnasium



För närmare information
kontakta rektor Carola Almqvist

ECOLE SUEDOISE DE PARIS

9, rue Médéric
75017 PARIS

telefon: 01 46 22 31 05

fax: 01 46 22 31 61

e-mail: svenska.skolan.paris@wanadoo.fr

hemsida: svenskaskolan.paris.com

■ Pour démarrer : BSO France

A travers sa coopération avec BSO Suède (Business Support Office), le Centre Suédois du Commerce Extérieur à Paris a mis en place un nouveau plateau d'assistance aux entreprises suédoises en phase de pré-démarrage d'activités en France, mais aussi, aux françaises désireuses de s'implanter en Suède.

Situés au 8^{ème} étage du 67 boulevard Haussmann, les locaux de **BSO France** peuvent accueillir des entreprises, même celles qui ne disposent pas encore de structures légales, pour s'installer dans le pays et ce, pour une période variable entre 2 et 23 mois.

L'avantage de BSO France par rapport à la concurrence réside d'une part dans la flexibilité du contrat qui peut être revu en fonction de l'occupation des postes avec seulement un mois de préavis et d'autre part dans le prix très compétitif.

Des plateaux analogues existent déjà dans plusieurs pays, dont la Suède et le Japon.

Pour plus d'information :
01 42 66 93 84.

tous azimuts

■ eu2001.se : objectif réussi

Le site de la présidence suédoise de l'UE "eu2001.se" a reçu plus de 600 000 visites avec une moyenne mensuelle allant de 110 000 à 170 000 visites durant les quatre premiers mois de l'exercice. Des chiffres plus élevés que ceux dont avaient bénéficié les autres présidences.

Durant cette même période, la présidence a envoyé environ 1 million de lettres par courrier électronique aux abonnés.

Best-sellers : les pages "Actualités", "Calendrier", "L'Union européenne", "Thèmes politiques" et "La Présidence suédoise". Sans compter les pages spéciales éditées à l'occasion des conseils. A noter également que 2 000 internautes ont suivi la conférence de presse du Président Poutine à Stockholm, fin mars.

Outil à double vocation - d'information pour les médias et de lien direct entre la Présidence et le grand public -, eu.2001.se. peut se flatter d'avoir largement dépassé ses objectifs. S'il a ainsi su intéresser d'autres strates que celles des seuls initiés, c'est la preuve que ce site était à la fois bien fait, attrayant et informatif.

■ Essai concluant de digues démontables suédoises dans la vallée de la Somme

Les pompiers et l'armée ont procédé début mai dans la vallée de la Somme à la pose expérimentale de digues démontables inventées par



Une barrière de palettes.

un ingénieur suédois et l'essai s'est révélé concluant. A Mareuil-Caubert, un des villages les plus touchés par les inondations, une zone de 1 300 m² a été isolée par ce procédé qui associe des éléments en tôle, des palettes de bois et un film plastique. Le terrain et les bâtiments ont ensuite été asséchés par pompage. Les "aqua-barrières" ont semblé pouvoir avantageusement remplacer certaines des digues composées de sacs de sables mises en place par l'armée pour contenir la Somme. L'inventeur du procédé, **Sten-Magnus Kullberg**, est venu de Linköping en Suède où se trouve le siège de sa société, **Geodesign**, avec 150 m de barrières conçues pour être déployées à titre préventif.
www.geodesign.se

■ La Maison des Etudiants Suédois a 70 ans

La Maison des Etudiants Suédois de la Cité Internationale Universitaire de Paris fête cette année ses 70 ans. Quatre jours de festivités ont été prévus entre les 18 et 21 mai, avec une kyrielle de conférences, concerts, discours et animations auxquels participeront d'anciens résidents de la "maison".

Un "globe-tracteur" français reçu par Margareta Winberg...



Christian Hurault, 43 ans, chaudière routier de son état, a été reçu fin avril à Stockholm par la Ministre suédoise de l'Agriculture, Margareta Winberg, après avoir parcouru sur son tracteur près de 4 000 kilomètres depuis son départ de Paris le 22 février, avec en tête l'idée d'un tour du monde sur son engin agricole.

"Le moment fort de ma visite en Suède fut mon entrevue avec Madame la Ministre Margareta Winberg, une personne très charmante qui a trouvé mon voyage très intéressant (...). L'entretien très amical a duré 20 minutes en présence de l'attaché agricole de l'ambassade de France en Suède" a-t-il noté dans son journal de bord. Il poursuit : "de Stockholm, je suis remonté au Nord par la route côtière Umeå puis passage de la frontière finlandaise à Haparanda".

EUROTRANSLATIONS



AGENCE DE TRADUCTION

Technique – Commerciale
Juridique – Financière



Depuis 1994 au service des
entreprises suédoises et françaises



14, rue Roger Poulain
27950 Saint-Marcel
TÉL +33 (0)2 32 51 25 59
FAX +33 (0)2 32 51 86 92
E-MAIL : eurotrans@wanadoo.fr

nouveaux membres

First Assur S.A., François Mechoulan-Guevel
Renault V.I., Daniel Sudour
Per Hällerstam - Nils Malmqvist.

Euro : pas concernée, et pourtant...

La Suède, on le sait, ne fait pas partie de la zone euro. Du moins pas encore...

Lorsque, à partir du 1^{er} janvier, les habitants de douze pays européens paieront leurs achats avec la monnaie unique, les Suédois observeront donc la scène de l'extérieur. Encore que. L'arrivée de cette nouvelle devise va bien avoir certains effets. Pour les entreprises bien sûr. Et sans doute un peu aussi pour les citoyens suédois eux-mêmes...

Les Suédois sont toujours réfractaires à l'euro. Régulièrement, les enquêtes semblent même faire des Suédois les plus eurosceptiques des Européens. Certes, la part des citoyens favorables à une entrée de la Suède dans l'union monétaire progresse un tout petit peu, passée de 28 à 35 %. Reste pourtant 47 % de "non". Et pas mal d'indécis...

Si la Suède va pour le moment conserver pièces et billets en "couronnes", le pays, pourtant, est déjà bel et bien tourné vers la monnaie unique. D'une part, parce que dirigeants politiques et acteurs économiques ont bon espoir de faire évoluer l'opinion et de rejoindre alors la zone euro. Mais aussi parce que dès aujourd'hui, l'euro représente nécessairement

une nouvelle donne pour une économie si dépendante de son commerce extérieur (et dont près des trois-quarts des exportations vont aux pays européens). Nombreux sont ceux qui s'y sont préparés.

"Pour ce qui est des implications stratégiques de l'euro, cela fait cinq ans que les entreprises suédoises et les institutionnels ont anticipé la chose ! Les entreprises ont mené une réflexion sur leur politique d'exportation, ont multiplié les fusions-acquisitions..." constate en effet **Pierre Schoeffler, Directeur Général de Handelsbanken Investment Banking**, filiale française de Svenska Handelsbanken spécialisée dans le service en investissements.

Pierre Schoeffler souligne aussi que "l'arrivée de l'euro, c'est bel et bien la création d'un marché unique, d'un consommateur unique... Un changement gigantesque !

Qui a impliqué de réfléchir au marché européen dans sa totalité, d'adopter une stratégie commerciale intégrée, de parvenir à une harmonisation des produits et des prix...". A ce niveau là, donc, les Suédois seraient prêts. Et depuis longtemps.

constate **Anders Calmfors, Ministre Conseiller à l'Ambassade de Suède, Responsable des questions économiques et de l'Union Européenne**. Et celui-ci de citer l'exemple de l'industrie forestière suédoise, déjà rodée dans la mesure où

"le commerce s'y fait depuis toujours en dollars". Anders Calmfors note également que le fort taux d'équipement des sociétés suédoises en termes de solutions informatiques et de TIC les rend sans doute mieux armées que d'autres pour faire face à ce type de nouveautés. A tel point que les grandes entreprises suédoises seraient même *"mieux préparées que leurs concurrents de la zone euro"*, ayant pour l'heure davantage recours qu'elles à la monnaie unique pour



Une nouvelle devise

Mais selon Pierre Schoeffler, au-delà de cette mutation des politiques commerciales, pour les entreprises suédoises, l'arrivée de l'euro représente simplement la naissance d'une "nouvelle devise", ce qui ne serait "pas très compliqué", et aurait, finalement, pas mal d'avantages : des paiements facilités, une diminution des frais administratifs liés aux taux de change, des mouvements intra-groupes favorisés...

"Les grands exportateurs suédois ont d'ores et déjà fixé leurs prix et adopté la facturation en euros pour leurs ventes à l'étranger" confirme **Peter Ling-Vannerus, Directeur Général d'un autre établissement financier suédois, Skandinaviska Enskilda Banken (SEB) à Paris**. Même son de cloche du côté de l'Ambassade de Suède : "la Suède, traditionnellement très tournée vers l'extérieur, a rapidement pris les devants"

l'export, si l'on en croit un récent diagnostic de la Fédération des Industries Suédoises.

"Dépêchez-vous !"

Pour ce qui est du marché intérieur suédois, de l'avis de tous, l'euro ne devrait en fait pas changer grand chose. Certes, rappelle Peter Ling-Vannerus, les entreprises "ont la possibilité, même en Suède, de tenir leur comptabilité et publier leur bilan en euros". Quelques unes ont choisi de le faire... Mais elles sont pour le moment très peu nombreuses : à la mi-mars, l'Office suédois des brevets et de l'enregistrement a eu la surprise de n'en compter que sept ! Symboliquement en tout cas, cette possibilité n'est pas anodine : "en ce sens, on peut dire que l'euro entre aussi en Suède". Il n'en demeure pas moins que l'écrasante majorité des sociétés suédoises vont continuer à publier leur comptes en cou-

ronnes. Pour toutes celles-là, Pierre Schoeffler parle même volontiers de *"non événement"*. En revanche, du côté des quelques 3 000 filiales d'entreprises suédoises installées dans la zone euro, il va évidemment falloir tout convertir...

Et il y a encore du travail !

En effet, si les grandes entreprises sont prêtes, avec un plan détaillé de passage à l'euro établi par leur centre de trésorerie pour toutes leurs filiales européennes, nombre d'entreprises de taille plus modeste ont pris *"beaucoup de retard dans leur préparation"* regrette Peter Ling-Vannerus. *"Nous avons taché de convaincre nos clients de réaliser la conversion pour le mois de juin. Car beaucoup avaient prévu de le faire plus tard, en octobre ou novembre... Or tous ceux qui attendent trop risquent notamment d'être confrontés à une pénurie de consultants"* souligne le directeur de SEB Paris. *"Dépêchez-vous !"* : tel est donc selon lui le principal message à faire passer aujourd'hui.

Eurobug ?

Il faut dire que *"beaucoup de petites succursales ne bénéficient pas d'une bonne compréhension du problème de la part de leur maison mère suédoise"* explique-t-il. Or lorsque la maison mère n'a pas *"saisi l'urgence du problème"*, il y a peu de chances pour qu'elle accorde à ses filiales ou succursales européennes les moyens suffisants (notamment en matière de ressources humaines) pour assurer la conversion dans de bonnes conditions. Pourquoi cette méconnaissance ? Entre autres, selon Peter Ling-Vannerus, parce que les autorités suédoises *"n'ont pas suffisamment communiqué là-dessus"*.

Le cas de toutes ces petites entités suédoises implantées en France est à peu près le même que celui des PME françaises, dont une partie au moins semble également avoir sous-estimé les choses (on sait que certains entrepreneurs ont tendance à établir un parallèle avec le bug de l'an 2000... Et à se dire que l'"eurobug", lui non plus, n'aura pas lieu !). Mais pour les entreprises made in Sweden, c'est bien à un double jeu couronne-euro qu'il va falloir s'exercer.

En fait, il y aurait *"beaucoup de psychologie"* dans tout ce qui entoure le passage à l'euro, tel que le note Pierre Schoeffler. Une

dimension naturellement essentielle si l'on s'intéresse cette fois au point de vue du citoyen-consommateur...

Même les Finlandais !

Le Suédois va pour le moment échapper au *"traumatisme"* de la perte de sa monnaie nationale. Et devrait donc continuer à consommer normalement (tandis que dans la zone euro, on a du mal à prévoir à quels comportements d'achat on va assister lors de l'introduction de la nouvelle monnaie).

Mais, tous le soulignent, *"le Suédois voyage beaucoup"*, que ce soit à titre professionnel ou privé. Pour ce Suédois-voyageur, l'euro apportera de nouvelles facilités - un seul change à effectuer pour parcourir la quasi-totalité de ses destinations européennes préférées ! De quoi rendre tout à coup très palpables les avantages immédiats de cet euro qu'il avait longtemps dénigré... Et puis, se trouvant directement confronté à *"une nouvelle identité européenne dont il se sentira un peu exclu"*, n'aura-t-il alors pas envie de faire lui aussi partie de cette

faire parler d'une *"euroisation"* de l'économie, *"tout comme on parle de la dollarisation observable au Mexique ou au Canada"*. Pierre Schoeffler, par exemple, ne l'exclut pas.

Question d'image

En tout cas, la plupart des observateurs estiment que le Suédois sera amené à oublier ses craintes actuelles. Première étape : *"lorsqu'il se rendra compte que le passage du 1^{er} janvier s'est déroulé sans problèmes majeurs dans les autres pays, ce qui est probable"*, tel que le prévoit Anders Calmfors. Selon Anders Calmfors, toute une série d'autres facteurs devraient venir plaider d'eux-mêmes en faveur de la monnaie unique, dont le processus d'élargissement européen, l'un des thèmes centraux de la présidence suédoise : *"les pays potentiellement candidats tels que l'Estonie, la Lituanie ou la Pologne, souhaitent que leur adhésion implique aussi une coopération monétaire"* explique-t-il, soulignant que là encore, les Suédois se verraient sans doute mal rester à l'écart de cette Europe version XL.

Ou bien encore, on sait que l'une des raisons de l'euro-scepticisme a été la forte baisse de l'euro, depuis son introduction, vis à vis du dollar. *"Cela a joué, par exemple, chez les Danois, avec lesquels on nous compare souvent"* rappelle Anders Calmfors. Or, poursuit-il, *"on prévoit aujourd'hui plutôt un fléchissement de l'économie et donc de la monnaie américaine"*.

De quoi requinquer l'euro... Et son image auprès des citoyens.

Bref, les défenseurs suédois de la monnaie unique se montrent confiants. Carl Hamilton, ancien homme politique reconverti en professeur d'économie à

Stockholm, prévoit même que *"les Suédois se prononceront en faveur d'une adoption de l'euro par voie de référendum en 2003 et entreront dans la zone euro dix-huit ou vingt-quatre mois après"*. Si le ministre suédois des Finances, Bosse Ringholm, ne se lance pas dans de tels pronostics, il estime en tout cas qu'il ne s'agit pas de savoir *"si"* la Suède intégrera la zone euro, mais plutôt *"quand"* elle le fera.

Claire Mallet



nouvelle *"communauté d'intérêts"* ? Sans oublier que d'autres voyageurs européens vont arriver en Suède avec leurs euros. Y compris leurs voisins finlandais ! Les Finlandais plus *"intégrés"* que les Suédois ? Cela risque fort de chiffonner Monsieur Svensson !

Dans plusieurs régions limitrophes du royaume d'ailleurs, telles que Malmö ou Haparanda, certains s'attendent même à voir affluer une quantité non négligeable de billets en euro... Et finir par pratiquer le double affichage ! Une éventuelle *"introduction en douce"* de la monnaie unique qui pourra

Dans le cadre de ses déjeuners-débats, la CCSF peut se flatter d'avoir présenté ces derniers mois un programme aussi nourri qu'intéressant, avec des intervenants suédois et français au plus haut niveau.

■ **Louis Schweitzer, P-DG de Renault**, invité à venir parler, le 3 mai, de la globalisation du groupe, a ainsi honoré de sa présence les nombreux convives du Cercle Suédois, "ému" de retrouver ce lieu où il était venu une première fois durant l'Alliance Renault-Volvo. L'échec "douloureux" de la fusion, en décembre 1993, a pourtant permis à Louis Schweitzer de retirer de fructueux enseignements. Premier point : l'importance des dimensions culturelles de tout accord industriel, "sous-estimée de façon évidente" à l'époque par Français et Suédois, et dont Renault a fait un "principe essentiel" de son accord avec Nissan. Deuxième point : la rapidité, car "aller lentement n'est pas la meilleure façon d'aller plus loin". Les 2 ans entre les fiançailles et le mariage de Renault et de Volvo ont été une des raisons de l'échec. Une lenteur largement due aux tergiversations de l'Etat français sur la privatisation de Renault qui, dès 1994, forçait le pas pour acquérir son indépendance - chose faite en 1996. Troisième enseignement : la dimension internationale. Un déficit mesuré face à Volvo pourtant beaucoup plus petit. Dès 1995, Renault a ainsi mené une politique



De gauche à droite : Fredrik Skjöldebrand, Consultus ; Gita Paterson, Présidente de la Chambre de Commerce Suédoise en France ; Louis Schweitzer, P-DG de Renault ; Hans Robert Åkerberg, Botnia Pulps et Patrick Bessy, Directeur de l'Information Corporate de Renault.

systématique d'internationalisation. Et enfin : l'importance de l'image de marque. La notoriété de Volvo était de loin supérieure à celle de Renault. Renforçant ses propres atouts - innovation et sécurité (notamment avec Laguna 2) - Renault a fait de la valorisation de son image un point essentiel de sa stratégie. Bref : "Je n'irai pas jusqu'à dire que c'était mieux de divorcer, mais l'échec de la fusion a été extraordinairement porteur d'avenir avec des leçons qui ont permis à Renault de changer de dimension au cours des dernières années", déclarait Louis Schweitzer avant d'exposer le changement que l'on connaît, confiant qu'il

ya de réelles perspectives de croissance rentable "même dans la vieille économie". L'accord dans le poids lourd qui a fait de Renault le plus gros actionnaire de AB Volvo avec 20 % du capital, "un accord très simple dont j'espère qu'il fonctionnera", dit-il, s'inscrit naturellement dans ces perspectives.

■ **Bengt Braun, Président du groupe Bonnier, géant suédois de la presse et de l'édition**, était le 3 avril dernier l'invité d'un déjeuner organisé en collaboration avec SNS. En plat de résistance : les phénomènes de concentration dans le secteur des médias en Suède. Au-delà de cette question, ce fut l'occasion de mieux connaître le groupe, présent dans huit pays, dont 40 % de l'activité repose sur la presse et 40 % sur l'édition, le reste de l'activité se développant dans



Bengt Braun, Président du Groupe Bonnier et Anders Åberg, Président de SNS.

les domaines des loisirs et de l'audiovisuel (TV, vidéo). Bengt Braun a estimé que les journaux ne sont en aucun cas menacés par l'essor de l'Internet... et qu'il est "particulièrement facile de travailler avec les Français !".

■ Très satisfait, pour sa part, du climat de travail avec les Suédois, **Robert Diethrich, Directeur adjoint de la Direction Europe du Groupe EDF**, a exposé, le 24 avril, la progression des activités de son groupe en Suède depuis 1994. Un pays qui se singularise par son ouverture aux investisseurs étrangers dans un domaine "très souvent nationaliste". Après deux refus successifs (surtout dus à l'opposition du concurrent allemand Preussen Elektra) d'obtenir, avec 10 % des parts, un poste d'administrateur au conseil d'administration de la société Sydkraft, EDF "allait voir ailleurs" et entra, en 1996, dans le capital de Granninge dont il détient aujourd'hui 36 %. Epaulé par son grand partenaire, Granninge profite intelligemment de la dérégulation "survenue plus tôt et plus rapide que dans le reste de l'Europe" du marché suédois de l'électricité, et s'est rapidement développé en Suède et en Finlande à travers une série d'acquisitions de petites sociétés. "Nous cherchons toujours tous les développements possibles" soulignait Robert Diethrich, EDF étant prêt à investir - malgré une concurrence allemande très forte et un marché norvégien "excellent exemple de nationalisme" - de manière importante dans cet espace très gourmand

en kWh. Pour ce qui est de la propre libéralisation d'EDF, sa privatisation, l'assistance aura dû se contenter d'un souriant "ça arrivera un jour...".

■ **La présidence Suédoise vue par le patronat** : Olof Allgårdh, Directeur de la Confédération des Employeurs Suédois (SAF) et de la Fédération des Industries Suédoises (Industriförbundet) à Bruxelles - deux organisations qui devraient bientôt fusionner -, est venu à Paris au mois de mars nous faire part de son analyse des enjeux de la présidence suédoise de l'UE. Selon lui, cette présidence est notamment "excellente pour les affaires". Pour un petit pays comme la Suède, "réussir sa présidence" serait une question de prestige... D'où une réelle volonté de "faire le maximum". Parmi les grands vœux du patronat suédois : un marché intérieur européen qui "fonctionne vraiment", une ouverture maximale à la concurrence des marchés énergétiques, une circulation facilitée des capitaux au sein de l'Union... Et une "Europe plus simple" : "l'Europe a créé une telle quantité de règles, qui coûtent cher aux entreprises - ne régulons pas trop, pas plus que nécessaire" a souhaité Olof Allgårdh, qui a d'ailleurs indiqué qu'une réflexion commune sur ce thème avait été mise en place entre les Suédois et le Medef.



Olof Allgårdh et Claire Mallet, Liens.

■ Et enfin, la CCSF a été conviée, malgré l'affluence, au déjeuner organisé en collaboration avec le Cercle Suédois et sa consœur norvégienne, toujours rue de Rivoli, pour accueillir **Eva Joly, Premier juge d'instruction aux affaires financières du Tribunal de Paris**, sa superstar nationale qui s'est fait un nom redoutable dans l'Hexagone pour son acharnement à traquer la corruption dans les hautes sphères de l'Etat. Pas de scoop en l'attente du jugement du procès Dumas / Elf, mais un long exposé des difficultés que rencontre la justice dans son travail et la nécessité de réformer des pratiques héritées des siècles passés. Eva Joly ne perd pas espoir, confiante que l'opinion française "tout aussi exigeante que la norvégienne mais avec des dirigeants qui le sont moins" finira par faire entendre son indignation.

De gauche à droite : Bernard Arveler, Président de la Chambre de Commerce Franco-Norvégienne ; Evabell Lassen-Reine, Présidente du Cercle Norvégien ; Pia Nordström, Directrice du Cercle Suédois ; Eva Joly, Juge d'Instruction ; Einar Alme, Conseiller Scientifique et Technique de l'Ambassade de Norvège ; Gita Paterson, Présidente de la CCSF et Dag Naess, Président du Business Club Norvégien - Ola Kari.



Prenax ou l'abonnement sans peine

Le métier du suédois Prenax : gérer les abonnements presse des entreprises.

Lorsqu'on sait que certaines grosses sociétés sont abonnées à plusieurs milliers de journaux ou revues, on comprend facilement l'intérêt d'externaliser cette tâche fastidieuse. Prenax est maintenant aussi présent en France.



L'équipe Prenax en France.

Les journaux quotidiens, la presse économique, les magazines informatiques, quelques titres spécialisés pour la direction des ressources humaines, un peu de presse étrangère, le Francis Lefèvre pour le service juridique, Vocabulaire pour tel ou tel salarié se mettant à l'anglais... Sans oublier, bien sûr, tout ce que peut amasser un service documentation... A ce régime là, le nombre d'abonnements presse d'une entreprise grimpe souvent très vite. Jusqu'à atteindre parfois plusieurs milliers de titres, pour un budget annuel non négligeable. On connaît des cas où ce budget frise les 20 millions de francs ! Même lorsqu'on n'atteint qu'une trentaine de titres, contacter tous les éditeurs (y compris ceux qui se trouvent à l'étranger) puis gérer les relations avec eux, assurer le suivi des paiements... Cela peut vite devenir compliqué. Et puis le problème, c'est que dans la plupart des entreprises, on ne sait en fait pas très bien qui est abonné à quoi. Les doublons inutiles sont plus que fréquents, sans même parler de ces journaux qui continuent à s'annoncer sur le bureau d'un salarié qui a depuis longtemps quitté l'entreprise...

Consultant

C'est dans ce contexte que la société suédoise Prenax a conçu son service de gestion d'abonnements. Côté suédois, Prenax a été créé par deux frères en 1993. En 1999, alors que la société pouvait se prévaloir d'un petit tiers du marché suédois, elle a fait un premier pas hors

du royaume en ouvrant des bureaux à San Francisco. Au printemps 2000, Prenax s'est établi au Royaume-Uni, en Allemagne - et, donc, en France, où les bureaux de Nanterre rassemblent aujourd'hui une équipe de 18 personnes. Des effectifs structurés autour d'un pôle commercial et d'un service clientèle.

Quel que soit le pays, Prenax a toujours voulu se distinguer des agents traditionnels qui avaient jusque-là investi le secteur. Tout d'abord en s'intéressant à l'ensemble de l'entreprise. *"La plupart des agents s'étaient tournés vers les services documentation et s'étaient arrêtés là"* explique Jérôme Conquet, Directeur de Prenax France. Et celui-ci de raconter comment Prenax, au contraire, commence par *"identifier au sein de chaque entité qui est le donneur d'ordre"* et par rendre visite aux différents services de l'entreprise cliente - du service comptabilité jusqu'au service courrier - afin de faire un état des lieux des abonnements en cours et des éventuels problèmes. Un vrai travail de consultant. C'est sur cette base que sera établie la liste des titres souhaités.

En ligne

Ensuite... Un nouvel abonnement à prendre ? Un journal qui n'est pas arrivé à son destinataire ? Un numéro spécial à commander ? L'entreprise n'aura plus qu'un seul interlocuteur, son conseiller clientèle Prenax qui se chargera de tout, gérant bien sûr aussi toute la partie factures.

Coût pour cette entreprise : 80 francs par an et par abonnement. Un forfait qui, assure Prenax, est largement amorti par le gain de temps et la chasse au gaspi que permet cette externalisation. Les contacts réguliers entre Prenax et le client se font par téléphone, ainsi que par la biais de www.prenax.fr. Autre originalité de la société suédoise, en effet : utiliser au maximum les potentialités de l'Internet. Rechercher et commander de nouveaux titres, avoir une vue d'ensemble des abonnements en cours, demander des chan-

gements, créer des rapports de gestion... Tout cela peut se faire en ligne. Avec pour très bientôt la possibilité pour le client de configurer différents niveaux d'autorisation pour l'accès des salariés à Prenax Online

Curiosité

Dans sa prospection commerciale, Prenax s'intéresse en premier lieu aux entreprises des secteurs banques et finances, IT et média. Des secteurs *"où notre offre marche particulièrement bien en Suède, qui sont de gros consommateurs d'information"* explique le Suédois Jacob Laurin, Président de Prenax France et Directeur de Prenax Suède, qui revient régulièrement à Paris veiller au développement de l'entité française.

Plus de 10 000 titres de presse sont déjà référencés dans la base française (pas moins de 25 000 le sont en Suède). Une base *"qui vit grâce aux clients"* demandant à Prenax de leur dénicher un nouveau titre, y compris telle ou telle lettre professionnelle des plus confidentielles.

Début mai, Prenax France comptait 70 clients. *"Nous sentons un vrai marché, avons un bon feedback. Nous éveillons la curiosité, les entreprises ayant jusqu'ici eu affaire à la même poignée d'acteurs depuis tant d'années"* constate Jérôme Conquet qui, issu du secteur très concurrentiel de la vente de photocopieurs, entend ici aussi mener une politique commerciale *"offensive"*.

Claire Mallet

Connex Transport AB : toute une ligne de conduite

La situation était devenue franchement préoccupante dans le métro de Stockholm. Retards, trains supprimés, wagons tagués, sièges lacérés, propreté défectueuse, insécurité croissante en sous-sol, personnel invisible et absence d'information directe : SL, la compagnie de trafic collectif local (ferroviaire et bus), n'arrivait pas à remonter la pente. Tout cela n'est bientôt plus qu'un mauvais souvenir, depuis que le propriétaire de SL, à savoir la région de Stockholm (plus l'Etat suédois dans un coin), a décidé d'en confier la gestion à des entreprises extérieures. Parmi celles qui avaient été sélectionnées, la CGEA, filiale de la division Environnement du groupe Vivendi, remportait le métro, entrant ainsi en 1999 à hauteur de 60 % dans SL Tunnelbanan pour une mission de 5 ans renouvelable pour 5 ans de plus si résultats satisfaisants. SL conservait la responsabilité des infrastructures.



Des stations lieux de vie, c'est ce que Connex a aussi l'intention de développer à Stockholm.

La logique de Connex Transport AB

La CGEA avait déjà commencé son expansion dans l'espace nordique en 1998, en rachetant Linjebuss, le deuxième transporteur nordique car et bus qui disposait de longue date d'un solide ancrage en Europe continentale. Dans la foulée et ouverture des marchés à la concurrence aidant, la CGEA essaimait en Norvège, au Danemark, en Finlande, en Belgique et investissait en Pologne et en République Tchèque. En 2000, elle donnait un nom de marque générique à ses réseaux de transports en commun en Europe et Asie/Pacifique : Connex.

La filiale suédoise regroupant métro et bus, Connex Transport AB, se voyait en outre confier la responsabilité de l'ensemble des enseignes Connex en Europe du Nord et Centrale, ainsi que du développement en gestation en Europe orientale. Les raisons : importance de son activité en Suède, liens

Un métro propre, pratique, agréable, des rames modernes, ponctuelles, une information généreuse, bref, un service professionnel visant à améliorer toujours plus la mobilité du client : ce n'est pas encore l'exacte réalité mais à Stockholm, on commence à sentir la différence. Elle est signée Connex. Elle est française.

culturels étroits avec et entre ces pays et compétences requises au sein de la filiale.

Le changement

Directeur de la communication et du marketing de Connex Transport AB, Peter Kameus, en rejoignant le groupe, est entré de plain pied dans le monde du service. Le cœur de la mission. *"La notion de service était un élément tout à fait nouveau dans une activité de transports collectifs qui s'était jusqu'ici contentée de faire circuler, sans plus, les trains*

et les bus. Avec la délégation à des acteurs privés, la priorité a été donnée au client, à son confort, à sa mobilité".

L'écoute du client, la flexibilité nécessaire pour s'adapter à sa demande. C'est toute une nouvelle mentalité qui a pris le dessus à Stockholm avec l'arrivée d'une nouvelle forme de management, ni française ni suédoise, *"plutôt internationale"* dit Peter Kameus qui a jusqu'ici fait le plus clair de sa carrière à l'étranger. Structure hiérarchique légère avec un P-DG et un Directeur financier français et un Directeur commercial belge, le reste de l'organisation comptant outre les Suédois, Finlandais, Polonais, Allemands, Néerlandais et Anglais. A l'image de l'étonnante palette de nationalités répertoriées dans le personnel du métro.

La réponse des clients

Deux ans après la reprise en mains, un récent sondage effectué parmi les usagers/clients traduisait la perception d'une nette amélioration : de la ponctualité des trains - le point le plus sensible -, de la propreté et de la qualité. Autre signe positif d'une confiance restaurée : la fréquentation ne cesse d'augmenter.

Perception du côté du personnel : *"Nous sommes mieux encadrés, l'organisation est meilleure, les consignes plus strictes aussi comme le port de l'uniforme, pas de laisser-aller, il faut être souriant, poli, aimable avec le public. Attitude McDo à usage métro, quoi. Mais sourire n'arrange rien quand les trains n'arrivent pas !"* nous dit une contrôleuse d'origine... française.

Or, il n'est pas certain que le public ait saisi le partage des responsabilités entre Connex et SL, lequel déploie pourtant un gros effort pour moderniser le système, remplacer des rames dont certaines ont 50 ans (l'âge du métro de Stockholm), changer les rails, introduire un affichage d'information digital sur les quais, etc. En première ligne, Connex doit essayer les critiques, justifiées ou pas. A ajouter à cela que du côté des trains de banlieue, sous une autre gestion hexagonale, les choses ne se passent pas très bien. L'amalgame est à portée de main : tout est la faute des Français ! Chez Connex Transport AB on ne s'affole pas. Le succès du redressement en cours sera son meilleur avocat.

Françoise Niéto



Benjamin, celui qui envoie les Français en Scandinavie



Benjamin Leblic.

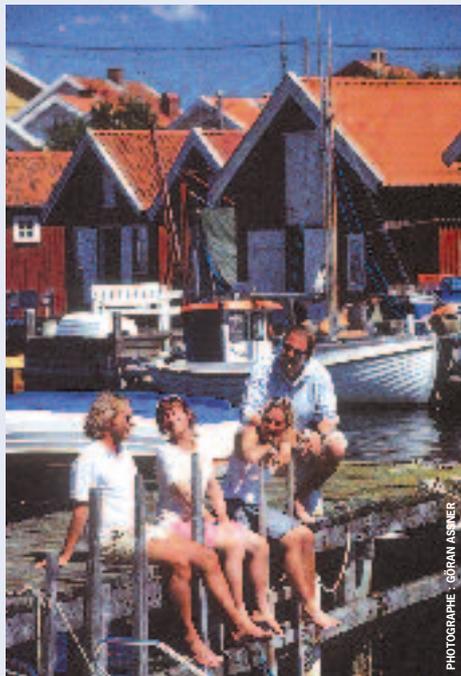
Rencontre avec un jeune agent de voyages français devenu le chouchou de la colonie suédoise de Paris...

Benjamin revient tout juste d'un week-end prolongé à Stockholm, visiblement encore sous le charme,

bien qu'il s'y soit déjà rendu plusieurs fois. "J'avais un peu oublié... Il y a vraiment beaucoup de choses à y faire". Sur son bureau trône d'ailleurs une superbe vue des différentes îles qui composent la capitale suédoise. "Il n'est pas rare que les clients qui ne connaissent pas la Suède me demandent, intrigués, quelle est donc la belle ville représentée sur la photo" remarque-t-il. Benjamin Leblic, 35 ans, est agent de voyages. La plupart de ses clients l'appellent simplement Benjamin. Il faut dire

qu'ils le connaissent bien. Certains depuis près de dix ans, lors de ses débuts dans le tourisme, chez un voyageur d'affaires à dominante scandinave.

"Géographe de formation, je suis arrivé un peu par hasard dans le secteur... Et sur les pays nordiques. Des pays qui sont rapidement devenus une passion pour moi" raconte Benjamin, qui évoque volontiers ce qui l'attire dans ces contrées : "je suis de ceux qui passeraient volontiers toutes leurs vacances là-bas, dans les pays froids. Je suis attiré par les paysages, par une qualité de vie assez différente de ce qu'on trouve en France, par le calme...".



L'archipel en Suède.

Fan club

Il a plusieurs fois exploré la Norvège, notamment l'extrême nord du pays (où il préfère l'hiver et son "impression de bout du monde" à l'été "devenu bien plus touristique"...), ainsi que la région arctique de la Finlande, le sud de la Suède, à peu près toutes les capitales... Et rêve de partir un jour pour l'Islande et les îles Féroé.

S'il est plus que prêt à communiquer son enthousiasme auprès du touriste français, Benjamin a jusqu'à présent surtout travaillé dans le domaine des voyages d'affaires. Après quatre

ans chez Bennett Voyages, ce fut au sein d'une autre agence spécialisée, puis, depuis six mois, chez Xanadu, toujours à Paris, où c'est lui qui a "créé la spécialité scandinave". En fait, certains clients lui sont restés fidèles depuis le début. Un vrai petit fan club !

Les premiers de ces clients, naturellement : les filiales françaises d'entreprises scandinaves - et donc "avant tout suédoises". Que ce soit pour les vols (il connaît apparemment les horaires des vols SAS sur le bout des doigts !), les hôtels, la location de voitures, l'organisation de séminaires... Mais aussi par exemple "les traversées en ferry pour les expatriés suédois qui rentrent chez eux en voiture pour l'été" !

Petites choses précieuses

Benjamin "connaît le nom du moindre village de ces pays, met toujours l'accent sur le conseil, prend le temps qu'il faut pour résoudre chaque petit problème... C'est du cousu main" se félicite son nouveau directeur, Jean-Yves Bouchet. Ce sont parfois des petites choses toutes simples... Mais que ses clients, évidemment, apprécient. Une personnalisation et fidélisation qui, au fil des années,

a souvent pris la tournure de relations amicales... "Même si je ne connais la majorité d'entre eux que par téléphone" regrette Benjamin ("si vous passez ma photo, la plupart de mes clients lecteurs de Liens - verront ma tête pour la première fois !" s'amuse-t-il d'ailleurs).

Destination montante

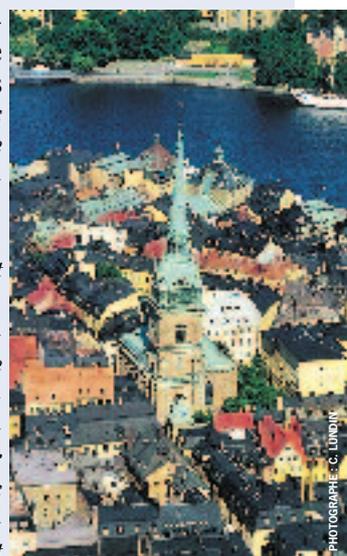
Benjamin compte maintenant développer avec Xanadu une offre auprès des particuliers, avec comme produits phares des week-ends vers les capitales scandinaves. A commencer par Stockholm, "déjà mis en place".

Cela devrait être une destination montante, prévoit Jean-Yves Bouchet, notamment pour tous ceux qui ont déjà "fait" les villes du sud de l'Europe puis surfé sur la vague des pays de l'Est. Et puis il y a les RTT, plus que propices aux escapades européennes de quelques jours. Pas un peu cher, tout de même, Stockholm ? Non, la ville serait devenue "tout à fait abordable", y compris au niveau des prestations hôtelières - surtout comparé à Londres, Rome ou Florence !

Alors d'après Benjamin, qu'est-ce qu'il ne faut pas manquer ? "Les musées : le musée Nordique, le musée Moderne... Sans oublier le musée Wasa : c'est quand même quelque chose, ce bateau ! La vieille ville bien sûr, toujours aussi agréable. Skansen pour la découverte des régions et traditions du pays. Et puis il y a vraiment

pas mal d'animations toute l'année". Benjamin compte d'ailleurs promouvoir la destination en liaison avec un certain nombre d'événements, des marchés de Noël jusqu'au salon du meuble en passant par les matchs de hockey... Bref, personne ne risque de s'ennuyer.

Claire Mallet



Vue sur la vieille ville à Stockholm.