



Actualité | Opinions

## L'avènement de la « démo-économie », par Laurent Habib

Par Laurent Habib, Président d'Euro-RSCG-C&amp;O, professeur associé à l'université Paris I..

Publié le 09 octobre 2006

Actualisé le 09 octobre 2006 : 17h49

Renversements des directions d'Eurotunnel ou d'Havas en assemblée générale, rumeurs d'OPA sur Danone, tentatives d'OPA de Enel sur Suez, OPA de Mittal sur Arcelor, crises chez Vinci ou EADS. Sept batailles économiques, toutes importantes. Sept sagas médiatiques, toutes imposantes. Sept histoires, toutes différentes. Pourquoi, alors, les évoquer ensemble ? Parce qu'elles ont un point commun. Chacune à leur manière, elles illustrent la nouvelle ère dans laquelle nous sommes entrés : la « démo-économie ». La démo-économie, c'est l'économie saisie par la démocratie ; c'est ce basculement qui voit les marchés financiers devenir, aussi, des marchés d'opinion ; c'est ce changement de paradigme marqué par l'apparition du peuple comme acteur majeur et de la morale comme valeur cardinale.

Hier, schématiquement, les investisseurs institutionnels étaient hégémoniques et les actionnaires individuels étaient passifs. Il y avait des mouvements irrationnels, il se constituait des bulles, mais c'étaient les critères économiques et financiers qui prévalaient, même si ces critères pouvaient être changeants : investir dans le net, se retirer du net, se désendetter, se recentrer sur son core business...

Aujourd'hui, un nouvel acteur a fait irruption : le peuple. Il a conquis ses terrains d'expression : les sondages et les assemblées générales, devenues les nouvelles agora dans lesquelles tout est possible. Les actionnaires individuels ont réussi à se fédérer et à se professionnaliser pour peser. Les actionnaires salariés sont parvenus, dans des structures actionnariales souvent éclatées, à compter - devenant, comme les militants des partis politiques, des acteurs engagés et mobilisés. Ainsi, peu à peu, les assemblées générales se sont comportées en peuple constitué. Révoquant chez Eurotunnel ou chez Havas les directions en place. Questionnant un peu partout les choix stratégiques. Rejetant parfois, et bientôt souvent, les plans de stock-options.

Ce premier changement, à lui seul, aurait pu seulement modifier les rapports de force. Mais, il s'est accompagné d'un second changement : l'économie a laissé place à la morale. Il ne s'agit plus de savoir si une décision est opportune ou justifiée mais si elle est légitime ou justifiable. L'amplification des mouvements boursiers, espèce de sondage d'opinion instantané, illustre parfois ce basculement. En 2006, on a vu - est-ce un présage ? - les passions égalitaires se déployer : les rémunérations des dirigeants sont devenues le point d'expression paroxystique de l'actionnariat individuel et le symbole de la revanche du « petit » sur le « gros ». On a vu également les passions nationales se manifester : les OPA ne sont plus jugées sur leur intérêt stratégique ni même sur leur intérêt patrimonial mais sur leurs conséquences politiques. Le « patriotisme économique » est convoqué - songeons à Danone, Mittal-Arcelor ou Enel-Suez. Et l'ordre des termes indique clairement quelle est la hiérarchie : la patrie d'abord, l'économie ensuite.

Mais il y a encore davantage : ces changements ont « fait système » et la « démo-économie » est maintenant soumise aux mêmes mécanismes que la démocratie d'opinion. Un exemple ? Les médias. Les grandes sagas évoquées ne sont pas restées cantonnées aux pages économiques ; elles ont occupé les couvertures ; elles ont mobilisé les éditorialistes. Les médias ont été utilisés comme caisse de résonance de l'opinion. C'est via la presse que le directeur général de Vinci parvient à sauver sa tête et, mieux, à écartier son président en prenant à témoin l'opinion publique. C'est par la presse que le problème industriel rencontré par Airbus devient une affaire morale qui fait vaciller EADS.

Un autre exemple ? Les sondages. Faut-il supprimer les stock-options ? Faut-il défendre le patriotisme économique ? Faut-il fusionner GDF et Suez ? Ces questions, et tant d'autres, ont été posées aux Français et ont pesé à chaque fois dans les débats, dans les assemblées générales, voire dans les conseils d'administration.

Nous vivons ainsi un fascinant paradoxe. Au moment où le politique - sous la figure du ministre ou du député - s'est effacé de l'économie, la politique - sous le visage de l'actionnaire individuel ou du

journaliste - s'est invitée dans l'économie. Moins de démocratie représentative, plus de démocratie participative - c'est, là aussi, la mode du moment. Moins d'économie, plus de morale, c'est la tendance du jour. Il ne s'agit pas de juger ces évolutions. Mais il importe de bien en mesurer les conséquences pour les entreprises et pour les chefs d'entreprise. Ils doivent désormais impérativement ajouter de nouvelles cordes à leurs arcs. Ils doivent pouvoir comprendre l'opinion. Ils doivent savoir parler à l'opinion. Dans la « démo-économie », ils font désormais de la politique !



Actualité. Economie. Sports. Culture Loisirs. Madame. Immobilier. Emploi. Pratique.