



Yannick Roudaut

L'Alter Entreprise

Quand les actionnaires
et les salariés réclament
un nouveau modèle économique

apm
progrès du management

DUNOD

L'Alter **Entreprise**

La collection *Progrès du Management* a pour objectif de permettre aux dirigeants de se situer dans une démarche de progrès pour eux-mêmes et leur entreprise. Aux recettes toutes faites pour gagner, elle préfère les théories simples destinées à éclairer et faciliter la décision. Chaque ouvrage conjugue expertise et expérience afin de susciter la réflexion.

Conçus avec l'*Association Progrès du Management*, les ouvrages de cette collection originale sont rédigés par des experts confirmés ou des animateurs de formation et de groupes de réflexion dans le cadre des clubs de l'association, en collaboration avec des chefs d'entreprise adhérents de l'association.

L'APM, *Association Progrès du Management*, est une association de chefs d'entreprise qui regroupe plus de 4000 adhérents dans plus de 200 clubs en France et en Belgique. Sa vocation est de donner aux entreprises adhérentes une chance de développement supplémentaire par le progrès permanent de leurs dirigeants.

Dans la même collection :

L. Combalbert, *Guide de survie du manager*, Dunod, 2008.

B. Jarosson, B. Jaubert, P. Van den Bulke, *Pourquoi c'est si dur de changer?*, Dunod, 2007.

M. Roux, *Manager avec la théorie des 5 éléments*, Dunod, 2007.

M. Godet, *Manuel de prospective stratégique*, tomes 1 et 2, 3^e édition, Dunod, 2007.

P. Van den Bulke, I. Monème, L. Doublet, *Le Management relationnel*, Dunod, 5^e édition, 2007.

A. Bouayad, *Les Alliances stratégiques*, 2^e édition, Dunod, 2007.

A. Meunier, *PME : les stratégies du succès*, Dunod, 2007.

J. Barrant, *Le Manager agile*, Dunod, 2006.

I. Gavriloff, B. Jarosson, *Une fourmi de 18 mètres ... ça n'existe pas*, 2^e édition, Dunod, 2006.

H. Lacroix-Sablavrolles, *Êtes-vous vraiment orienté clients ?*, 2^e édition, Dunod, Paris, 2006.

B. Jarosson, *100 ans de Management*, 2^e édition, Dunod, 2004.

Yannick Roudaut

L'*Alter* Entreprise

Quand les actionnaires
et les salariés réclament
un nouveau modèle
économique



DUNOD

Consultez nos parutions sur dunod.com



Le pictogramme qui figure ci-contre mérite une explication. Son objet est d'alerter le lecteur sur la menace que représente pour l'avenir de l'écrit, particulièrement dans le domaine de l'édition technique et universitaire, le développement massif du photocopillage.

Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée dans les établissements



d'enseignement supérieur, provoquant une baisse brutale des achats de livres et de revues, au point que la possibilité même pour

les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée. Nous rappelons donc que toute reproduction, partielle ou totale, de la présente publication est interdite sans autorisation de l'auteur, de son éditeur ou du Centre français d'exploitation du

droit de copie (CFC, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris).

© Dunod, Paris, 2008
ISBN 978 2 10 051407 6

Le Code de la propriété intellectuelle n'autorisant, aux termes de l'article L. 122-5, 2° et 3° a), d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite » (art. L. 122-4).

Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles L. 335-2 et suivants du Code de la propriété intellectuelle.

Du même auteur :

Connaître les bons de souscription, Éditions Le Journal des Finances, 1995.

Gagner en Bourse, tout comprendre pour passer à l'action (logiciel), Éditions Multimédia Finance, 1998.

Les Secrets des Traders (logiciel), Éditions Multimédia Finance, 2000.

Misez sur les Warrants (logiciel), Éditions Multimédia Finance, 2001.

Investissez dans les valeurs moyennes, avec Philippe de Portzamparc, Gualino, 2005.

Table des matières

Préambule	XI
Introduction	1
CHAPITRE 1 ■ La mutation financière et l’ultracapitalisme : histoire d’une faillite annoncée	5
Rappel historique : vingt années de modernisation technologique	7
L’avènement de la spéculation à grande échelle et du court-termisme	10
2000, le début de la financiarisation de l’économie : les fonds d’investissement affirment leur puissance	16
Des scandales financiers et des crises boursières plus fréquentes	22
2007, année de tous les records... et de tous les excès	25
CHAPITRE 2 ■ La contre-réaction : les actionnaires minoritaires prennent la parole !	31
La prise de parole, <i>the voice</i> : les particuliers haussent le ton !	31

L'engagement actionnarial se professionnalise	34
Quand l'engagement tourne à l'activisme boursier : l'essor des fonds activistes	40
Une nouvelle forme de contestation émerge : l'activisme sociétal	47
Quand les ONG deviennent actionnaires	51

CHAPITRE 3 ■ **L'investissement socialement responsable, miroir de ces nouvelles attentes actionnariales**

65

Le rajeunissement de l'actionnariat va accroître le nombre d'actionnaires engagés	66
L'ISR et l'épargne solidaire, la réponse à cette volonté d'engagement et à la recherche de sens	71
Quelles sont les barrières qui freinent le développement de ce type d'épargne ?	75
L'ISR est-il moins performant que la gestion classique ?	78
La dynamique mondiale de l'investissement responsable	82

CHAPITRE 4 ■ **Une profonde mutation des rapports actionnaires-entreprise sur fond de révolution socioculturelle**

87

De nouvelles tendances de consommation, révélatrices d'une évolution profonde de l'individu	88
L'apparition d'un consommateur responsable : l'alterconsommateur	94
Quel est leur profil sociologique ? Combien sont-ils ?	99
Des citoyens en attente d'un autre modèle économique et social : les créatifs culturels	101
Les créatifs culturels et l'économie	104
Les créatifs, les Alters et l'entreprise	105
L'alter-investisseur, le nouvel investisseur en quête de sens et d'équité	106

CHAPITRE 5 ■ L'entreprise est, elle aussi, au cœur de cette révolution sociétale	117
La fracture sociétale entre les salariés et leur entreprise	119
La nécessaire démarche de responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE)	124
Exemples d'entreprises qui s'inscrivent dans un développement durable	126
Comment la jeune génération va obliger l'entreprise à évoluer ?	134
 CHAPITRE 6 ■ Comment l'entreprise doit-elle se réinventer pour tendre vers l'alter-entreprise ?	 145
Explorer de nouveaux modes de production : l'ecoconception	147
Faire évoluer sa communication financière : pédagogie et sens	156
Favoriser l'actionnariat salarié pour mieux redistribuer les richesses créées	163
Encourager l'épargne salariale solidaire ou éthique	175
Ouvrir ses instances dirigeantes aux collaborateurs et aux femmes	178
 CHAPITRE 7 ■ Les premières briques de l'alter-entreprise	 185
Québec, quand les syndicats deviennent fonds de pension	186
L'exemple des fondations actionnaires allemandes	188
Tata ou la RSE depuis 140 ans	191
Le retour en force des coopératives	193
La Scop est-elle l'alter-entreprise par excellence ?	200
 Conclusion	 207
 Remerciements	 211

