

Coulisses

Les rencontres d'Aix qui font le plein de ministres

Le thème des rencontres organisées par le Cercle des économistes, « Investir pour inventer demain », a séduit les politiques. Arnaud Montebourg, ministre de l'Économie et du Redressement productif, ouvrira le bal, à compter du 4 juillet, face au patron de Total, Christophe de Margerie, pour réconcilier les Français avec la

création de richesse. Le 6, Christine Lagarde, présidente du FMI, fera une allocution et le ministre des Affaires étrangères Laurent Fabius, épaulé par l'ancien président du conseil italien Mario Monti, débattira de l'ardente nécessité du sursaut de l'investissement. La diplomatie économique, c'est aussi cela. Ne manque à l'appel que Michel Sapin, ministre des Finances, qui réserve encore sa réponse. B.B.

Le chiffre

50 %

C'est l'augmentation en moyenne des ventes des 27 marques françaises présentes sur le site de shopping Tmall.com du géant du commerce en ligne chinois Alibaba, après la signature d'un accord passé avec Ubifrance le 16 mai dernier pour l'organisation d'une

semaine de promotion de « l'Élégance française ». Les séries limitées d'Évian ont vu leurs ventes bondir de 350 % et Clarins était en rupture de stock au bout de deux jours. 1,5 million de consommateurs chinois sont allés sur le site. Au lendemain de l'introduction en Bourse d'Alibaba, Ubifrance organisera une rencontre le 23 juin à Paris pour inciter les entreprises tricolores à s'exposer sur Tmall. F.C.

À l'affiche

Chris Viehbacher mise sur le diabète

Le directeur général de Sanofi vient de signer une alliance avec l'américain Medtronic, leader des technologies qui soulagent la douleur. Les partenaires lutteront contre le diabète, qui tue une personne toutes les six secondes dans le monde. Ils développeront médicaments



et dispositifs pour faciliter la vie des patients (pompes à insuline, mécanismes de surveillance de la glycémie...). Chris Viehbacher, récemment critiqué pour son déménagement à Boston (États-Unis), confirme avec cette alliance sa volonté de chercher l'innovation médicale sur le continent américain. En 2011, il avait racheté la biotech Genzyme, positionnée sur les maladies rares. M.N.

ELODIE GREGOIRE POUR LE JDD

Les banques se frottent aux « class actions » à la française

CRÉDIT L'UFC-Que choisir et Actioncivile.com veulent faire payer aux établissements les intérêts qu'ils perçoivent sur les assurances emprunteurs. Quatre millions de particuliers sont concernés

BRUNA BASINI

À qui doivent revenir les bénéfices engrangés par les banques grâce aux assurances emprunteurs ? C'est une bagarre à 16 milliards d'euros qui met en jeu les règles définies par une loi de 1965. Elle intéresse près de 4 millions de particuliers qui ont souscrit des prêts immobiliers ou des crédits à la consommation entre 1996 et 2007. Et deux fers de lance de l'action collective : l'association de consommateurs UFC-Que choisir et le site Internet Actioncivile.com, créé par l'avocat Jérémie Assous et l'entrepreneur Jérémie Oinino. Pour eux pas de doute, les banques doivent restituer ces sommes aux emprunteurs. « Les opérateurs empochent les intérêts liés à ces contrats alors qu'ils devraient les reverser tous les ans comme le prévoit une loi de 1965. C'est un scandale ! »,



réagit Cédric Musso, directeur de l'action politique de Que choisir. L'association mène l'offensive depuis plusieurs années. En 2007, elle a assigné des dizaines de banques et caisses d'épargne devant le tribunal de grande instance de Paris et saisi le Conseil d'État. En juillet 2012, les juges administratifs ont considéré qu'un arrêté de 1993 qui supprimait l'obligation

de reversement aux assurés était contraire à la loi. Le TGI devrait, lui, se prononcer sur le fond cet automne.

Déjà 31.700 plaintes

Jusqu'ici, les banques et les compagnies d'assurance sont restées sourdes à toute demande. « Le droit des assurances n'instaure pas de droit individuel à la participation aux bénéfices, c'est un droit collectif », objecte Colette Cova, porte-parole de la Fédération bancaire française. Même sérénité à la Fédération française des sociétés d'assurances. « Ce n'est pas leur affaire, seules les banques sont attaquées », souligne un expert.

Pour Jérémie Assous et Jérémie Oinino, les banques doivent rendre l'argent. Grâce à leur site Actioncivile.com, ils ont déjà fédéré plus de 31.700 dossiers et se donnent jusqu'au

23 juillet 2014 pour assigner les banques, faute d'une solution amiable. Après cette date, il y aura prescription. « Les banques commencent à être fébriles », croit savoir Jérémie Oinino. « De grands noms du barreau vont nous épauler. Mais nous tenterons d'abord de transiger », poursuit Jérémie Assous. Selon leurs estimations, les remboursements s'élèveraient à 2.750 € en moyenne par dossier.

Les Caisses d'épargne, BNP Paribas et la Société générale figurent dans le trio de tête des quelque 25 banques visées par leur action. Les duettistes comptent approcher les établissements de crédit au plus tard début juillet. Reste aussi pour les particuliers la possibilité d'agir par eux-mêmes en envoyant une lettre recommandée à leur agence pour faire valoir leurs droits et interrompre ainsi le délai de prescription du 23 juillet. ●



ELIGIBLE AU
PEA-PME

INTRODUCTION SUR Euronext
SOUSCRIPTION JUSQU'AU 25 JUIN

UNE TECHNOLOGIE FRANÇAISE AU CŒUR DES ENJEUX MONDIAUX DU "SANS-CONTACT" SÉCURISÉ

- ▶ Les passeports électroniques de 13 pays dont États-Unis, Royaume-Uni, France,...
- ▶ Les cartes de transport de 103 villes dont Atlanta, Dubaï, Londres, Mexico, Paris, Singapour,...

EMBARQUEZ LA TECHNOLOGIE ASK DANS VOTRE PORTEFEUILLE

Des exemplaires du Prospectus, visé le 11 juin sous le numéro 14-287 par l'Autorité des marchés financiers, sont disponibles sans frais auprès d'ASK et sur les sites ASK-Bourse.com et amfrance.org. Les investisseurs sont invités, avant de prendre leur décision d'investissement, à prendre connaissance des risques décrits au chapitre IV « Facteurs de risques » et Deuxième Partie / chapitre 2 « Facteurs de risques liés à l'offre » du Prospectus.

www.ASK-Bourse.com / 01 72 74 81 87

Picard va régaler le Japon

ALIMENTAIRE Le roi du surgelé fête ses 40 ans avec de nouvelles implantations en Suisse, au Luxembourg et au pays du Soleil-Levant

MARIE NICOT

Mini-pizza, bouchées de poulet tikka, et crème glacée... Le menu Picard foot destiné aux fans de ballon rond va droit au but. Sportif, Philippe Pauze (photo), patron de l'enseigne de surgelés, attend une hausse de 5 % des ventes de cette gamme pendant la Coupe du monde. La force de Picard ? Proposer la bonne recette au bon moment dans ces 920 magasins. La marque attire les gourmands des villes qui cuisinent en mode accéléré.

Des tests ADN sur le poisson

Détenu par le fonds Lion Capital, le roi du surgelé célèbre ses 40 ans avec un chiffre d'affaires de 1,4 milliard d'euros et des ambitions mondiales. Déjà présente en Italie, Suède et Belgique, l'enseigne au flocon met le cap cette année vers de nouveaux marchés. « Nous allons ouvrir les premiers magasins en Suisse et au Luxembourg, annonce Philippe Pauze. Au Japon, une vingtaine de corners seront testés pendant un an dans les centres commerciaux de notre partenaire nippon AEON. » Partir à l'assaut de l'Archipel n'est pas sans risque. Philippe Pauze,



manager expérimenté passé par l'école Carrefour, reste persuadé que « les Japonais sont friands de gastronomie française ». Les corners Picard proposeront une sélection d'une soixantaine de produits marqués du drapeau tricolore. D'ici 2018, l'activité hors des frontières devrait peser 10 % du chiffre d'affaires.

C'est dire si la France en reste le centre de gravité. L'enseigne tourne la page de la crise de la viande de cheval, qui a provoqué la chute de 40 % de ses ventes pendant trois mois en 2013. Philippe Pauze dit en avoir tiré les leçons : « En plus de 60.000 tests de sécurité alimentaire, le groupe mène environ 2.500 tests ADN par an sur la viande. Nous testons aussi les poissons pour détecter d'éventuels mélanges d'espèces. Une brandade de morue ne doit contenir que de la morue. On n'est jamais assez méfiant. »

Au-delà de ses efforts sur la qualité, la chaîne étend son emprise dans les campagnes avec l'ouverture d'une vingtaine de petits magasins dans les villes de 30.000 habitants environ, comme Nevers, Privas ou Montluçon. Enfin, Philippe Pauze met Picard à l'heure du big data, pour récolter et exploiter les données en ligne des clients. Histoire de savoir si les footballeurs sont plutôt pizza ou tikka. ●

PHOTO JEROME MARS POUR LE JDD