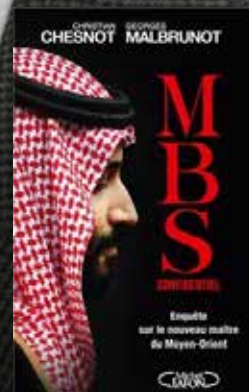


DÉBAT

**IA : MENACE
OU PROGRÈS ?**

**QUI EST MBS,
LE NOUVEAU MAÎTRE
DU MOYEN-ORIENT ?**

*L'enquête de Georges Malbrunot
du Figaro et de Christian Chesnot
de France Inter*



“ JE N’AIME PLUS

L’ÉCOLE,

JE VEUX RESTER

À LA MAISON”
[Iris 9 ans]

Derrière les mots
de nos enfants,
il y a souvent
un appel au secours.

Soyons attentifs.

ENFANCE
majuscule
Bienveillance et défense des droits de l'enfant

EN CAS DE DOUTE **CONTACTEZ LE 119**

5 ÉDITO

Bernard de La Villardière,
M6, Président du Press Club



6&7 DÉBATS

EUROPE 2024 :
LES CORRESPONDANTS
ÉTRANGERS À PARIS
ANALYSENT LES ENJEUX
DES PROCHAINES
ELECTIONS



8&9 LE CFC PROTÈGE LE DROIT D'AUTEUR

COPYRIGHT



10&11 LA TRIBUNE LA GEN IA, EXPERTE D'UNE INTELLIGENCE QUI PENSE À SA PLACE ?



12 PME : LES PILIERS DISCRETS DE L'ÉCONOMIE FRANÇAISE ENTRETIEN AVEC BERNARD COHEN-HADAD, PRÉSIDENT DE LA CPME PARIS ÎLE-DE-FRANCE



13 LE PRESS CLUB PARTENAIRE DE L'INTERNATIONAL MEDIA MARKETPLACE 2024

14 ÇA S'EST PASSÉ AU CLUB UN CAFÉ AVEC BERNARD THOMASSON – FRANCE INFO



14 LE DINER DES JOURNALISTES DU CLUB



Avec le soutien du CFC



PRESS CLUB
Mag'

Tour Sequana, 82 rue Henri Farman 92130 Issy-les-Moulineaux
Tél. : +33 (0) 1 41 33 73 09
Site internet : www.pressclub.fr
Directeur de la publication : Bernard de La Villardière
Rédactrice en chef : Isabelle Bourdet
Crédit photo : Guillaume Larbi

RÉGIE PUBLICITAIRE : SEEPP SA - Régis LAURENT 7 rue du Général Clergerie - 75116 PARIS
Tél : 01 47 27 50 05 - Fax : 01 47 27 53 06
Mail : seepp@wanadoo.fr

Imprimé en France. Tous les visuels illustrant la revue
sont fournis par la rédaction sous sa responsabilité

LE 3^e GRAND FORUM DE LA RAISON D'ÊTRE

Portant sur le thème :

RAISON D'ÊTRE

LA DYNAMIQUE D'UNE GOUVERNANCE DU PROGRÈS



L'Événement Majeur 2024 de la
Raison d'Être



Mercredi 29 Mai 2024
De 8h à 13h suivi d'un cocktail
Au MEDEF



20 Hauts Dirigeants Présents
(PDG, DG et cadres dirigeants)



Au programme : Keynote, Conférences,
Regards Croisés, Grand Débat, Remise
du Prix du Grand Patron d'Exception
"exigence citoyenne"



Avec la participation de :

Patrick MARTIN, Président du MEDEF

Jean-Paul AGON, Président L'OREAL

Antoine FREROT, Président VEOLIA

Hugues MINGUET, Moine Bénédictin

Éric DUCOURNAU, DG GROUPE PIERRE FABRE

Guillaume TEXIER, DG REXEL

Caroline PAROT, CEO TECHNICOLOR CREATIVE
STUDIOS

Jean-Luc ALLAVENA, Président ATLANTYS INVESTORS

Nicolas MAES, DG ORANO

Rodolphe DURAND, Universitaire HEC

Valérie JULIEN-GRESIN, Fondatrice Dirigeante du
CABINET ASM CONSEILS

Edgard ADDED, Président Fondateur du Mouvement
THE WHY PROJECT



Inscrivez-vous en
scannant le QR
code



Remise du Prix Spécial du
"GRAND PATRON D'EXCEPTION"
exigence citoyenne

à **BARBARA MARTIN COPPOLA**
Directrice Générale de Décathlon

VALTUS

THE ASPEN INSTITUTE
FRANCE

Nos partenaires :

Alexander Hughes
EXECUTIVE SEARCH CONSULTANTS

RH&M
Recruitment & Management

HEC
PARIS

SO
INSTITUTE

cornerstone

speexx
empowering communication

Press Club de France

LE CERCLE
RH
DE
L'EXCELLENCE

GROUPE
RH&M
DE



L'INFO DANS TOUS SES ETATS

Bernard de La Villardière,
M6, Ligne de Front, Réel Média
et Président du Press Club.

Les journalistes sont souvent leurs pires ennemis. L'actualité récente autour des médias vient de le confirmer à travers des épisodes dont certains frisent la pantalonnade.

En tête de gondole Reporters Sans Frontières qui dans sa guerre contre CNews déclenche une machine infernale : le fichage des journalistes, analystes et chroniqueurs en fonction de leur orientation politique supposée. L'opération anti-Bolloré risque de faire une victime collatérale : le service public. La mésaventure survenue à Jean-François Achilli à France Info en est une triste illustration. On attendait une mobilisation syndicale ou un communiqué de la SDJ. Mais si certaines rédactions chassent en meute, elles choisissent leurs cibles dans un réflexe quasi pavlovien. Je me garderai bien de généraliser mais j'ai constaté, avec le temps et l'expérience, la pertinence de cet aphorisme bâti par la profession : un bon journaliste est un journaliste de gauche.

J'ai été récemment invité à participer à une table ronde sur le journalisme à l'École de Management de Grenoble sur le thème, *"Peut-on encore faire confiance aux médias ?"*

Le débat a été annulé trois jours auparavant car - apprenant que j'y participais -, François Bonnet, co-fondateur de Médiapart avec Edwy Plenel, a refusé de prendre part à l'événement. Quelle belle leçon de pluralisme et de civilité offerte aux étudiants !

Au Press Club de France, avec Isabelle Bourdet nous oeuvrons pour rester un lieu d'échange sans exclusive. Nous avons reçu depuis le début de l'année, Bruno Jeudy de La Tribune du Dimanche, Geoffroy Lejeune du JDD, Christophe Deloire et Christopher Baldelli des États Généraux de l'Information ainsi que Valentine Oberti, co-directrice éditoriale de Médiapart.

Les sujets de réflexion ne manquent pas et dépassent largement le petit cercle de la chamaillerie politique et de la posture.

La campagne pour les élections européennes et les conflits en Ukraine et à Gaza multiplient les risques en matière de désinformation. Lutter contre celle-ci, réhabiliter le reportage, retrouver le goût du récit à hauteur d'hommes et le sens des nuances deviennent un enjeu plus palpitant que les querelles de clocher ●



Jean-Marc SYLVESTRE

MÉDIAS

UN CAFÉ AVEC ... JEAN-MARC SYLVESTRE – BFM BUSINESS ET ATLANTICO

Animé par : *Isabelle Bourdet - Press Club*

Mardi
14
mai
de 8h45
à 10h00

Nous vous proposons de venir échanger avec un ou une journaliste membre du Conseil d'Administration du Club, sur son actualité mais également sur des sujets d'actualité ?

Après avoir été spécialiste de l'économie à TF1 et LCI, puis à I-Télé, et à BSmart où il a animé l'émission "Smart PME" dans laquelle il donnait la parole aux chefs d'entreprise, Jean-Marc Sylvestre est aujourd'hui chroniqueur sur les sujets économiques et sociaux pour BFM Business et le site Atlantico. Il

continue d'alimenter le débat public par ses analyses incisives et son franc-parler. Il a récemment fait polémique en déclarant que les 9000 € de sa retraite "ne suffisaient pas".

Il a choisi d'échanger avec vous sur les thèmes suivants :

Est-ce que la France est désespérément perdue pour le libéralisme ?

Pourquoi ne peut-on pas parler d'argent en France ?

Et si d'autres sujets vous tiennent à cœur, nous les évoquons avec lui.

INNOVATION

Judi
16
mai
de 8h45
à 10h00

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE : MENACE OU PROGRÈS ?

Intervenants : Jean-François CAULIER, vice-président délégué chargé de la Stratégie et des Innovations numériques et maître de conférences en sciences économique à l'Université Paris 1 - Panthéon Sorbonne

Frédéric FAIVRE – Consultant, conférencier et formateur en "IA et Créativité"

Camille SALINESI, vice-président chargé des Relations internationales et professeur en informatique à l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne. Co-responsable de l'Observatoire de l'IA

Animé par : *Nicolas Arpagian - membre du Conseil d'Administration du Press Club*



Jean-François Caulier

Débat organisé dans le cadre du Festival #Viva Issy

L'intelligence artificielle (IA) est en train de révolutionner notre monde, bouleversant les industries, les modes de vie et l'avenir du travail. Mais cette avancée technologique majeure soulève également des questions cruciales. L'IA représente-t-elle une menace pour l'humanité ou un progrès vers un avenir meilleur ?

Les partisans de l'IA soulignent ses nombreux avantages potentiels : amélioration de la qualité de vie, progrès dans

la recherche scientifique, augmentation de la productivité et la création de nouveaux emplois.

Les opposants à l'IA expriment des inquiétudes concernant ses dangers potentiels : l'automatisation des tâches pourrait entraîner un chômage massif et une aggravation des inégalités sociales, l'IA pourrait devenir incontrôlable et menacer l'autonomie, la liberté humaine et créer des problèmes éthiques.

Le débat sur l'IA ne fait que commencer et de nombreuses questions se posent.



Brita Sandberg

EUROPE

Mardi
21
mai

de 8h45
à 10h00

**EUROPE 2024 : LES CORRESPONDANTS
ETRANGERS A PARIS ANALYSENT LES
ENJEUX DES PROCHAINES ELECTIONS**

Invités : Brita SANDBERG – Chef du bureau du Spiegel (Allemagne),
Paolo LEVI – Correspondant de l'Agence de presse Ansa (Italie)
et **Marc BASSETS** – Correspondant de El Pais (Espagne)

Animé par : **Richard Werly - Blick, Suisse**

Après un premier rendez-vous avec les correspondants étrangers sur le thème *Et si la France allait bien mieux que les médias français le disent ?*, nous vous proposons de nous intéresser aux élections européennes de juin.

Dans un contexte géopolitique bouleversé par la guerre en Ukraine, l'Union européenne se prépare à des élections. Enjeux économiques, sociaux, environnementaux et sécuritaires se télescopent, promettant une campagne électorale intense et incertaine.

Elles seront un moment charnière pour l'avenir de l'Union européenne car la montée des populismes et des eurosceptiques, qui surfent sur les mécontentements et les peurs des citoyens, menace ses valeurs fondamentales.

Autre défi démocratique majeur a relevé, le taux d'abstention élevé aux élections européennes.

Le débat sur les enjeux et les défis de l'avenir de l'Europe est d'ores et déjà lancé d'autant que la guerre en Ukraine a rappelé la nécessité d'une défense européenne plus robuste. Nous verrons avec nos invités comment cela est vécu dans leur pays.

INTERNATIONAL

Mardi
28
mai

de 8h45
à 10h00

**QUI EST MBS, LE NOUVEAU
MAÎTRE DU MOYEN-ORIENT ?**

Invité : Georges MALBRUNOT – Grand reporter au Figaro, spécialiste du Moyen-Orient et co-auteur avec **Christian Chesnot** de MBS confidentiel – Ed. Michel Lafon



Georges MALBRUNOT

Animé par : **Isabelle Bourdet - Press Club**

Futur roi de la puissante Arabie saoudite, Mohamed ben Salmane (MBS) tient le destin du Moyen-Orient entre ses mains. Qui est ce prince imprévisible ? D'une obsession sécuritaire malade, capable d'extrême violence contre ses adversaires, ce réformateur a modernisé son pays comme personne auparavant, depuis les droits des femmes jusqu'au projet The Line, la cité futuriste de cent soixante-dix kilomètres de long sur la mer Rouge.

Bousculant les rapports du royaume avec Israël, l'Iran ou les

États-Unis, exigeant d'Emmanuel Macron qu'il l'accueille en visite officielle afin d'échapper aux poursuites liées à l'assassinat du journaliste Khashoggi, MBS impose son leadership. Ceux qui l'ont côtoyé dévoilent l'opulence lunaire de son train de vie, des huîtres Gillardeau livrées à Riyad par avion spécial, à la bonne fortune de son majordome brésilien payé 320 000 euros par mois.

Longtemps restée dans l'ombre du Qatar et de Dubaï, l'Arabie, avec lui, pourrait devenir le royaume de la démesure.



LAURA BOULET
Directrice générale

LE CFC : LE « GENDARME » DU DROIT D'AUTEUR

Afin de lever le voile sur l'action du Centre français d'exploitation du droit de la copie qui a reversé, au titre de la rediffusion des contenus, 54,5 millions d'euros aux auteurs et éditeurs en 2023, la directrice générale Laura Boulet répond au Press Club de France.

Comment et quand est née l'idée de créer le Centre français d'exploitation du droit de la copie, appelé plus communément CFC ?

Le CFC a été créé en 1983 à l'initiative de la Presse médicale pour gérer collectivement les droits de reproduction électroniques de périodiques médicaux. Deux ans plus tard, face à l'explosion de la photocopie qui venait mettre en péril les mondes de la presse et du livre, il a été rejoint par la Fédération nationale de la presse d'information spécialisée (FNPS) et le Syndicat national de l'édition (SNE).

Le CFC est administré de façon paritaire par les éditeurs de livres, les éditeurs de presse et les auteurs/sociétés d'auteurs. Il est agréé par le ministère de la Culture pour gérer les photocopies de pages de livres et d'articles de presse effectuées dans tous les secteurs d'activité, ainsi que leurs rediffusions numériques dans les secteurs professionnels et pédagogiques.

Comment procédez-vous pour collecter les droits d'auteur auprès des entreprises, administrations, établissements d'enseignement, associations, etc. qui rediffusent les œuvres ?

Nous signons avec ces organisations des contrats qui les autorisent à copier et à rediffuser les contenus de la presse

et du livre quel que soit le format numérique ou papier de ces utilisations. En contrepartie de cette autorisation, les organisations nous déclarent les références des contenus qu'ils utilisent ainsi que les volumes rediffusés et elles acquittent une redevance. A ce jour, les contrats du CFC autorisent ces rediffusions dans près de 80 000 organisations françaises.

Comment redistribuez-vous les droits d'auteur ?

Les modalités de répartition des droits entre les créateurs sont définies par les auteurs et les éditeurs au sein des instances du CFC. D'une façon générale, grâce aux déclarations fournies par les organisations qui ont signé un contrat avec le CFC, nous attribuons, à chaque œuvre utilisée, une part des sommes perçues, proportionnellement aux rediffusions qui en ont été effectuées. Nous reversons ensuite plusieurs fois par an aux auteurs et aux éditeurs les droits qui leur reviennent.

Vous considérez-vous comme « le gendarme » du droit d'auteur ?

Notre raison d'être est définie par la loi et le CFC a la mission de la faire appliquer et de contrôler les utili-

COPYRIGHT



sations du livre et de la presse. Néanmoins, notre rôle pédagogique est primordial. Nous expliquons aux organisations ce qu'est le droit d'auteur en essayant de leur faire prendre conscience que si elles ne le respectent pas, les auteurs et les éditeurs n'auront plus les moyens de produire les contenus fiables et de qualité dont elles ont besoin pour exercer leur activité et former les générations de demain. Nous accompagnons ces organisations dans leurs utilisations des contenus, le choix des licences d'autorisation et dans la mise en œuvre de ces dernières au sein de leur société. Comme toute autre loi, celle qui régit la propriété littéraire et artistique prévoit des sanctions en cas de manquement. Concernant le droit d'auteur, toute reproduction de contenus effectuée sans autorisation préalable est considérée comme une contrefaçon, passible de trois ans d'emprisonnement et de 300 000 € d'amende.

Quels sont les montants globaux que le CFC collecte et redistribue ?

En 2023, le CFC a collecté près de 65 M€ et reversé, au titre des rediffusions de contenus effectuées l'année précédente, 54,5 M€. Nous reversons la plus grande partie des sommes l'année suivante de leur perception.

Le CFC consacre une partie des sommes qu'il perçoit au financement d'actions culturelles. Sur quels critères ces « lauréats » sont-ils retenus ?

Le CFC aide des initiatives qui participent au soutien et au rayonnement du livre et de la presse, comme l'éducation aux médias, la promotion de la lecture, la profession-

nalisation et le partage d'expériences des acteurs du livre et de la presse, l'encouragement de la diffusion des œuvres françaises à l'étranger, etc. En 2023, nous avons soutenu 98 projets.

En novembre 2023, le CFC a publié un baromètre des usages de la presse dans les entreprises. Quels sont les principaux enseignements de cette enquête ?

Les principaux résultats de cette étude sont éloquentes : 87 % des cadres en entreprises privées ou publiques partagent des articles de presse en interne ou à des contacts professionnels à l'extérieur de leur entreprise. Quant à la rediffusion en interne, elle explose : 83% des cadres la pratiquent en 2023. Ils n'étaient que 61 % en 2018...

Cette attitude est très régulière puisqu'un cadre sur deux rediffuse des articles tous les jours ou plusieurs fois par semaine. Ces rediffusions sont également multiples et très larges puisque 67 % des cadres diffusent à chaque fois entre 2 et 10 articles qu'ils envoient à un nombre de destinataires qui peut être important : 40 % les envoient à 2 à 5 personnes, 35 % à 6 à 20 personnes et 21 % à plus de 20 personnes

Cette étude a permis de constater une forte évolution du nombre de cadres ayant accès à des abonnements presse dans leur entreprise : 75 % des cadres y ont accès contre 47 % en 2018. Pour la première fois, davantage de cadres ont accès à des abonnements presse numériques plutôt que papier (45 % contre 43 % fin 2022).

L'émergence de la presse numérique a-t-elle bousculé les pratiques, notamment celles liées au papier ?

L'accès à la presse numérique, tout comme l'évolution des outils de diffusion numériques, ont favorisé la croissance des partages des contenus de la presse.

Il est intéressant de noter la hausse du nombre de cadres ayant accès à un abonnement presse papier puisqu'elle concerne 45 % d'entre eux contre 32 % en 2018. A noter aussi l'évolution du nombre de titres papier auxquels ils ont accès : en moyenne 5,8 par cadre contre 3,8 en 2018.

Propos recueillis par Philippe Palat



LA TRIBUNE

de Arnaud Le Bacquer - Fondateur de Glory Paris

LA GEN IA, EXPERTE D'UNE INTELLIGENCE QUI PENSE À SA PLACE ?

La révolution numérique a engendré une nouvelle catégorie de consommateurs, qui mettent en scène leur quotidien et surtout leurs essais de marques et produits. On les appelle les « influenceurs ». Mais de quelle influence s'agit-il ?

Nous sommes aujourd'hui les témoins d'une époque en totale coévolution avec la technologie, et notamment l'IA, qui révolutionne et ne cessera de révolutionner chaque aspect de nos vies.

Là, émerge une génération ultra connectée, la Gen Z, qui embrasse pleinement cette ère numérique et pour qui la langue du digital lui est tout aussi naturelle que sa langue maternelle.

Au regard de tout ce que l'IA a à offrir, les questions d'un syndrome de flemme chronique et d'un abêtissement des jeunes subsistent. Si leurs parents peinaient autrefois à accéder à l'information, la difficulté de la recherche créait néanmoins des occasions de découvertes fortuites. On cherchait une information, on en trouvait une autre, et on nourrissait une culture par principe de sérendipité.

Aujourd'hui, la Gen Z navigue dans un océan d'informations instantanées et quasi-infini. Tout est à la portée d'un clic, et même d'une commande vocale ultra simplifiée.

Vu sous cet angle, nous pourrions saisir la carte facile du passéisme en annonçant la fin de l'esprit curieux et vagabond d'antan, au profit d'une génération fainéante, dépendante et impatiente. Et nous ne serions pas les premiers à le faire !

Déjà en 2011, le monde s'inquiétait du devenir d'une société portée par une jeunesse paresseuse (53 % des Français le pensaient – 65 % des moins de 30 ans),

égoïste (63 % des Français le pensaient – 70 % des moins de 30 ans) et pas engagée (64% des Français le pensaient). Que de rengaines finalement.

Inventeurs d'un terme dont ils sont accablés, ces jeunes sont affublés de stéréotypes en tout genre avec en porte-drapeau, celui de la flemme. Depuis que la Gen Z est arrivée sur le marché de l'emploi, on ne compte plus le nombre d'articles qui fleurissent sur la toile au sujet de cette génération flemmarde qui bouscule les codes du travail. Si cette jeunesse déstabilise tant ses employeurs et collègues des générations précédentes, c'est pour deux raisons majeures.

La première se trouve dans la relation qu'elle entretient avec le travail : on ne vit pas pour travailler, mais on travaille pour vivre. Aujourd'hui, la Gen Z veut choisir l'emploi le plus en accord avec ses valeurs et dans lequel elle s'épanouira vraiment. En cela, elle est en train d'engranger un renversement du rapport de force employeur-employé.

La seconde raison réside dans ses méthodes de recherche et d'apprentissage. Les « nouvelles technologies » n'ont jamais été nouvelles pour la Gen Z ;





elles sont des acquis. C'est pourquoi, il lui a toujours été naturel d'aller chercher l'information sur Internet, et notamment de visionner des tutoriels ou de demander directement à une IA à présent. Choisir d'écouter les paroles d'un ordinateur ou d'un potentiel amateur, plutôt que de chercher sur des sites vérifiés ou dans les vieux grimoires, voilà où pourrait résider ce jugement sévère de flemme porté sur la Gen Z.

Pourtant, Jean d'Ormesson le disait : « *La paresse, c'est merveilleux !* » Il y a du bon dans la flemme ; elle est d'ailleurs ce qui nous pousse à être créatif et innovant pour nous rendre la vie plus facile.

Génération inspirante, la Gen Z a même réussi ce tour de force de nous faire questionner le côté néfaste de la flemme pour en voir derrière, un générateur de réflexion et d'inventivité.

En réalité, ce qui pourrait faire défaut à la Gen Z serait le manque de prise de recul et d'esprit critique vis-à-vis de l'IA.

Dans un premier temps, il faut garder en tête que l'IA est une création de l'homme et en est même son miroir. Parce qu'elle se nourrit de ce que nous voulons bien lui partager, l'IA n'est qu'un agrégat de connaissances humaines. Alors si la parole humaine n'est pas toujours vraie, celle de l'IA l'est encore moins. Pour exemple, la campagne Heetch « *Greeting from la Banlieue* » exploite

l'IA comme le reflet d'un imaginaire commun, mais erroné, de la banlieue.

Elle doit ainsi être discutée et exploitée avec précaution, en étant mise au regard de ce qu'elle connaît déjà.

Dans un second temps, l'IA est conçue pour personnaliser ses réponses selon nos préférences passées. Cela signifie qu'à terme, nous échangerons avec cette technologie des informations et des opinions qui ne feront que confirmer nos croyances existantes, créant ainsi des bulles de filtrage. En n'étant jamais exposé à des idées nouvelles, il est facile de tomber dans le gouffre de la pensée étroite dont on ne peut sortir sans la confrontation des points de vue. En cela, se pose la question du futur des compétences sociales de la Gen Z.

Enfin, les Digital Natives, pour qui l'IA est devenue un outil familier, l'utilisent de diverses manières, la plus étonnante étant l'aide à la prise de décisions (52 %). Se profilerait-il alors une société tentée d'éviter les prises de risque ou les choix basés sur l'intuition ? Dans notre domaine, cela interroge l'avenir des marques et des agences de publicité, et leur capacité à proposer des produits, des services et des messages innovants. Car si l'IA concatène les pensées de tous, il se pourrait que nous ayons tous la même pensée dictée par l'IA.

Finalement, l'IA n'est pas plus dangereuse pour la Gen Z que ne l'est le manque de pédagogie autour de cet outil. Le risque ne réside pas tant dans l'IA, mais dans notre comportement vis-à-vis de son usage. Enfin, si la réponse à la question de l'avenir intellectuel de la Gen Z n'est pas encore là, elle ouvre d'autres champs d'interrogation, notamment sur les inégalités intellectuelles entre ceux qui utiliseront et ceux qui n'utiliseront pas l'IA.

Sources :

Sondage Ipsos/Logica Business Consul <ng pour Le Monde, 2011
Salesforce, Genera8ve AI Snapshot Research: The AI Divide

A propos de Glory Paris

Glory Paris est une agence de communication Advertising & social media fondée par Hugues Pinguet et Arnaud le Bacquer.

BERNARD COHEN-HADAD

L'AVENIR APPARTIENT AUX PME



PME : LES VRAIS PILIERS DE L'ÉCONOMIE FRANÇAISE

Entretien avec Bernard Cohen-Hadad, Président de la CPME Paris Île-de-France et du Think Tank Etienne Marcel. De longue date engagé pour la promotion d'une certaine idée de l'entrepreneuriat et de la représentation des entrepreneurs de TPE-PME, il est l'auteur de « L'avenir appartient aux PME » – Ed. Dunod

Propos recueillis par Isabelle Bourdet

Votre ouvrage a pour ambition de replacer les PME au centre du débat économique. Pourquoi en sont-elles éclipsées ?

Au sein de l'écosystème entrepreneurial, les TPE-PME sont trop souvent éclipsées, dans le débat médiatique comme dans l'action publique, du fait d'une bipolarisation de l'attention entre les start-ups et les grandes entreprises. Paradoxalement, les Français ont pourtant majoritairement une meilleure image des TPE-PME que des autres entreprises. Les raisons de cette "éclipse" sont nombreuses. L'une d'entre elles est probablement l'insuffisante connaissance et valorisation des atouts et des apports des TPE-PME à notre vie économique, et plus largement, à la vie collective de nos territoires.

Vous présentez les multiples défis auxquels vont être confrontées les PME. Quels sont-ils ?

Les défis sont nombreux. Après avoir démontré leurs capacités d'agilité et d'adaptation à travers les crises (Covid, Ukraine, inflation, pénurie énergétique...), les dirigeants de TPE-PME doivent désormais relever plusieurs défis, en plus de la bonne conduite de leurs activités : les préoccupations environnementales, sociale et de gouvernance (ESG) et la décarbonation ; la prise en compte du changement de l'engagement et du rapport au travail ; les pénuries de main-d'œuvre et la "guerre des talents" ; l'évolution du rapport de force entre les employeurs et leurs employés, avec le regain par ces derniers d'un pouvoir de négociation ; le pouvoir d'achat et le partage de la valeur, etc.

Plus largement, l'entreprise ne saurait être durablement prospère dans une société et dans un monde qui ne le seraient pas. Elle doit par conséquent être utile pour le plus grand nombre. L'entreprise "citoyenne" assume pleinement son rôle dans la vie de son territoire, en déployant une démarche de "responsabilité sociétale des entreprises" (RSE) qui intègre volontairement à ses activités commerciales et à ses relations avec les parties prenantes les enjeux ESG, de sorte de rester économiquement viable tout en ayant un impact positif sur la

société et dans le monde.

Au moment où les entreprises sont de plus en plus citoyennes, les citoyens, de leur côté, notamment les jeunes, font de plus en plus confiance aux entreprises pour être les forces motrices des transitions et des progrès sociaux, sociétaux, environnementaux et numériques dans leurs territoires. Et ils sont de plus en plus eux-mêmes entrepreneurs, pour retrouver du sens au travail. L'un des plus grands défis pour les TPE-PME, est de répondre aux attentes que les citoyens peuvent attendre d'elles. C'est une marque de confiance. Il faut être à la hauteur.

En quoi les PME sont-elles plus aptes que les grands groupes ou les start-up à accompagner les changements économiques et sociétaux ?

Pour une raison simple : parce que c'est leur intérêt. Adam Smith l'avait résumé dans une célèbre formule : "ce n'est pas de la bienveillance du boucher, du brasseur ou du boulanger que nous attendons notre dîner, mais plutôt du soin qu'ils apportent à la recherche de leur propre intérêt".

Les TPE-PME ont un intérêt évident à être au cœur de l'innovation et à agir en faveur du progrès. Entreprises de proximité, à taille humaine, résolument agiles, elles sont en prise directe avec le territoire où elles sont ancrées. Les entrepreneurs de TPE-PME sont des porteurs authentiques des valeurs de proximité, d'humain, de sens. Ils ont une connaissance fine des besoins, des attentes et des espoirs de la communauté. Dans leur territoire, les TPE-PME sont les forces motrices des transitions et des progrès sociaux, sociétaux, environnementaux, numériques, car leurs intérêts économiques y convergent au plus près de l'ambition collective, souhaitable et possible, d'une économie plus verte, plus humaine, plus responsable.

Après la "start-up nation", place à la "PME Nation" ?

C'est le vœu le plus cher que je forme pour la France et les Français. Car si entreprendre en TPE-PME, c'est assumer plus de responsabilités, c'est aussi jouir de plus de liberté. Or, il n'y a pas de bonheur sans liberté. Ni, donc, sans entrepreneuriat.

LE PRESS CLUB PARTENAIRE DE L'INTERNATIONAL MEDIA MARKETPLACE 2024 (IMM)

Événement de networking international, il met en relation les professionnels et communicants du secteur du voyage avec les journalistes de presse écrite, en ligne et audiovisuelle, les photographes et les influenceurs.



L'équipe organisatrice et Alban Delaunay - Nouvelle Aquitaine (au centre)

La 6^e édition de l'IMM France a réuni 180 journalistes représentant 242 médias et 140 professionnels des relations publiques représentant 114 marques françaises et internationales du voyage à l'hôtel InterContinental Paris le Grand le 13 mars dernier.

Le nombre d'exposants et de participants a atteint un niveau record cette année. Plus de 4 100 rendez-vous individuels fixés à l'avance ont été organisés au cours de la journée.

« L'événement de cette année a battu des records et nous tenons à remercier tous les exposants, les journalistes, les photographes et les influenceurs pour leur présence. Et nous remercions tout particulièrement le Comité Régional du Tourisme de Nouvelle Aquitaine pour sa forte présence, avec 26 partenaires, et son partenariat avec l'IMM », observe Karine Foraud, Directrice Régionale France, Monaco, Benelux de TravMedia (membre du Club).

Christelle Chassagne, présidente du Comité Régional

du Tourisme de Nouvelle-Aquitaine, avait également fait le déplacement et est intervenue pendant le déjeuner pour représenter fièrement sa région et ses partenaires exposant à IMM France 2024.

L'IMM France est soutenue par des associations de journalistes : le Press Club de France, le Press Club Brussels Europe, l'AJT et l'Association des Journalistes du Patrimoine (membre du Club).



ÇA S'EST PASSÉ AU PRESS CLUB



© D. de Haut de Sigy

Sophie Pedder, Jon Henley, Eva Morletto,
Richard Werly, Adeline Percept et Bernard de La Villardière

Janvier 2024

DÉBAT : ET SI LA FRANCE ALLAIT BIEN MIEUX QUE LES MÉDIAS FRANÇAIS LE DISENT ?

Nous avons posé la question à des correspondants étrangers en poste à Paris, **Jon HENLEY** – Guardian, Royaume Uni, **Eva MORLETTO** – Grazia, Italie, **Adeline PERCEPT** – RTBF, Belgique, **Sophie PEDDER** – The Economist, Royaume Uni. Un débat initié et animé par **Richard WERLY** – Blick, Suisse. L'occasion de voir comment les médias étrangers racontent la France et ses crises et de constater que celles qui affectent la France sont un bon baromètre pour évaluer l'état du reste de l'Europe. Et de constater que comme le dit si bien Sylvain Tesson : « La France est un paradis peuplé de gens qui se croient en enfer »



Bruno Jedy et Bernard de La Villardière

Janvier 2024

BRUNO JEUDY INVITÉ DES DÉBATS DU CLUB

Le Directeur délégué de la rédaction de La Tribune Dimanche était l'invité de **Bernard de La VILLARDIERE**, président du **Press Club**, pour présenter ce nouveau journal généraliste « sans couleur politique ». Lancé en octobre dernier en versions papier et numérique, il est consacré pour moitié aux gros enjeux d'actualité (politique, climat, international...) et pour moitié à la culture et aux tendances. Il est une déclinaison généraliste du quotidien économique en ligne.



Geoffroy Lejeune et Bernard de La Villardière

Mars 2024

GEOFFROY LEJEUNE INVITÉ DES DÉBATS DU CLUB

Une nouvelle ère s'est ouverte au JDD en août dernier après une grève historique de quarante jours et un nombre de départs conséquents suite à l'annonce de l'arrivée de Geoffroy Lejeune (ex-Valeurs Actuelles) à la direction de la rédaction. Sept mois après, nous avons fait le point avec notre invité, sur cet épisode médiatique inédit. Il a été interviewé par **Bernard de La VILLARDIERE**, président du **Press Club**. A revoir sur www.pressclub.fr



© D. de Haut de Sigy

Bernard
Thomasson

Mars 2024

UN CAFÉ AVEC... BERNARD THOMASSON

Rédacteur en chef adjoint des chroniques du week-end sur France Info, il nous a expliqué comment les "chroniques", ces rendez-vous qui ne sont pas de l'actu en direct s'inscrivent dans la fabrique de l'info : choix des sujets, durée, imbrication avec l'actu, réalisation des pages web, etc. Auteur du *Dictionnaire amoureux de la Maison de la Radio et de la Musique* (Ed. Plon), il a raconté les nombreuses anecdotes qui ont marqué l'histoire de la maison ronde.



Christophe Deloire, Christopher Baldelli
et Hubert Coudurier

Mars 2024

DÉBAT : QUE PEUT-ON ATTENDRE DES ÉTATS GÉNÉRAUX DE L'INFORMATION ?

Nous avons posé la question à **Christopher BALDELLI** – Président de **Public Sénat** et **Christophe DELOIRE** – Délégué général du Comité de pilotage des **Etats Généraux de l'Information**, Secrétaire général de **RSF**. Le débat animé par **Hubert COUDURIER** – **Le Télégramme** nous a permis d'aborder les sujets suivants : le pluralisme dans les médias, la gouvernance des rédactions, les manipulations de l'information, l'indépendance éditoriale, la viabilité économique des médias, les enjeux liés aux innovations technologiques. A revoir sur www.pressclub.fr

LE DÎNER DES JOURNALISTES DU PRESS CLUB !

Bernard de La Villardière – M6 et Isabelle Bourdet, respectivement président et directrice du Press Club, ainsi que les journalistes du Conseil d'Administration ont convié à leur table managers et communicants pour le traditionnel dîner du Club.

Les journalistes invités permanents ont endossé pour l'occasion le statut de puissance invitante !

Bernard de La Villardière - M6
et **Bernard Cohen-Hadad** - CPME Paris Ile-de-France



Jean-Marie Tricaud - M6
et **Claire Richard** -
Député des Hauts-de-Seine



Didier Testot - La bourse et la vie tv, **Florence Lepany Duval**
- Equans, **Sébastien Chabas** - Groupe Le Moniteur



Charlotte Thouvard - Accor, **Nicolas Arpagian** -
Prospective Stratégique et **Rosine Depoix** - Semae



*Sont conviés à ces diners les entreprises
et institutions qui ont choisi l'option Espace
VIP dans leur cotisation.
Si vous souhaitez compléter votre adhésion
par cette option, contactez :
Guillaume Larbi — glarbi@pressclub.fr*



Yves Thréard - Le Figaro,
Eva Morletto - Grazia
et **Francis Letellier** - France 3



Patrice Romedenne - France Info TV
et **Isabelle Bourdet** - Directrice du Press Club



Dominique Artus - Réel Média,
Karine Foraud - Travmédia, **Fadile Bhayat** - France 24



Yves Censi - Mascaret
et **Brigitte Boucher** - LCP
Assemblée Nationale



David Alphan - Conseiller de Paris
et **Muriel Hoyaux** - Département
des Hauts-de-Seine



Christian Vannier - Forum Météo Média,
Adeline Percept - RTBF
et **Michaël Scherpe** - Messe Frankfurt



Patrice Romedenne - France Info TV, **David Alphan** -
Conseiller de Paris et **Bernard Thomasson** - France Info

Crédit photos : Guillaume Larbi

21^e forum international de la **Météo** et du **Climat**

ateliers
animations
expositions
débats

**31 mai
au 1^{er} juin 2024**
Académie du Climat
2 place Baudoyer, Paris 4^e
entrée libre
inscription gratuite
forumeteoclimat.com

co-organisateurs



#FIMC2024

@studio1ebleu



La Macif, c'est vous.



THE CONVERSATION

KERING

