

ENTREPRISES

Business & Stratégies, Valeurs, PME



VALEURS.

LA CONCENTRATION
DES MINIERES
SE COMPLIQUE

P. 12

PME.

SOBEM
S'EST BRANCHÉ
SUR L'INTERNATIONAL

P. 14

BUSINESS MANAGERS.

LA PUBLICITÉ
SUR MOBILE PEINE
À DÉCOLLER

P. 16



Ils bougent

SYNTEC

Marc Balensi

Il a été nommé délégué général. 53 ans, DEA en droit des affaires du Celsa, il a exercé ses fonctions dans les RH chez BP de 1980 à 1997 puis chez Accenture, dont il fut directeur des relations institutionnelles.

CLUB MÉDITERRANÉE

Arthur Courtinat

Il devient directeur financier et développement Asie Pacifique, membre du comité exécutif de la BU Asie. 35 ans, X, MBA London Business School, il était directeur du contrôle de gestion et prix pour la zone Europe Afrique et succède à Olivier Jolivet, promu directeur du développement et de la construction monde.

SIEMENS FRANCE

Kathleen Wantz-O'Rourke

Jusqu'ici directeur général administrateur et CFO de Siemens SA en Belgique et au Luxembourg, elle a été nommée directeur général et CFO pour la France. 42 ans, maîtrise de sciences de gestion (Dauphine), diplômée de gestion industrielle de la CCI de Nuremberg et AMP de Duke University, elle a travaillé chez Siemens France de 1987 à 2003, puis fut vice-directeur corporate stratégie Asie/Australie de Siemens AG en Allemagne de 2003 à 2004.

AIRWELL FRANCE SAS

Michel Kipp

Nommé directeur général, il sera en charge du développement en France des marques Airwell et Wesper, ainsi que des activités export (marques Airwell, Electra, Wesper). Ingénieur, diplômé en gestion, il a exercé pendant plus de vingt-six ans des responsabilités dans la vente, le marketing et la gestion d'entreprise dans les secteurs de l'énergie, de l'environnement et du chauffage (Total, Veolia Environnement, Vaillant Group...).

fdegan@latribune.fr

Hubert Joly, la « french touch » de l'américain Carlson

TOURISME

Ce Français prend aujourd'hui la direction du groupe familial américain Carlson. Il ne s'interdit pas de modifier le périmètre du groupe, présent dans l'hôtellerie, le voyage d'affaires et la restauration.

Le chemin parcouru est impressionnant. Carlson Wagonlit Travel a détrôné en 2007 le leader du voyage d'affaires, American Express, alors qu'il était deux fois plus petit en 2003. Ceci grâce à une croissance spectaculaire de son activité, passée en quatre ans de 8,9 à 25,5 milliards de dollars. Ce succès n'est pas passé inaperçu de sa maison mère. Il propulse aujourd'hui Hubert Joly de la direction de cette division voyages d'affaires à celle de l'ensemble du groupe américain Carlson. Il a désormais sous son autorité, outre le pôle voyages d'affaires, l'activité historique de programmes de fidélisation (Carlson marketing), la division hôtellerie (marques Rezidor, Regent, Radisson, Park Plaza, Country Inns et Park Inn, soit 950 hôtels dans 71 pays) et les restaurants (1.019 TGI Friday's dans 58 pays).

RUPTURE

Sa nomination marque une rupture. C'est la première fois que le groupe au capital familial est dirigé par une personne qui n'est pas un descendant du fondateur. Et qui plus est par un Français. Hubert Joly en devient le troisième président, après le fondateur, Curt Carlson, et sa fille Marilyn Carlson.

Bien sûr, Hubert Joly continue de caresser de fortes ambitions pour la division voyages d'affaires. Le potentiel de développement reste large puisque le nouveau numéro un se contente de 7 % de part de marché mondial. De plus, « dans ce secteur, on est loin d'avoir épuisé les services attendus par les clients », estime-t-il. C'est son successeur qui



CARLSON N'EST QUE LE HUITIÈME GROUPE D'HÔTELLERIE DANS LE MONDE. C'EST DÉJÀ BIEN, MAIS CE N'EST PAS ASSEZ.

devra continuer de développer cette filiale (codétenue avec ING) et peut-être gérer une cotation en Bourse, « certainement à Paris ».

Hubert Joly, lui, va surtout se consacrer aux autres activités. « Chaque métier de Carlson doit exploiter l'essentiel de ses atouts », prévient-il. Et en la matière, il n'y a pas de tabou même si ajouter une nouvelle corde à son arc n'est pas une priorité. « Le groupe doit conserver les moyens financiers de développer tous ses métiers », insiste Hubert Joly. En effet, Carlson n'hésite pas à recourir à la croissance externe. Près de la moitié du développement de la division voyages d'affaires provient ainsi de rachats,

avec tout particulièrement l'acquisition en 2006 du numéro trois du secteur, l'américain Navigant. Par le passé, la reprise des restaurants TGI Friday's ou encore celle des hôtels Radisson (rachetés à un Français, Pierre Radisson, parti chercher fortune aux États-Unis) ont fourni la base pour développer les différents métiers de Carlson.

Le groupe n'hésite pas non plus à procéder à des arbitrages. Il vient notamment de renoncer à la croisière, en revendant sa marque Regent, et de se désengager du tourisme de loisirs, tous deux cédés en 2007. D'autres activités sont-elles à vendre ? « Nous déciderons si le groupe Carlson est le meilleur endroit pour développer chaque métier », se contente de répondre Hubert Joly. Il se donne trois à six mois pour présenter sa stratégie pour les trois prochaines années.

ASIE, EUROPE... UNE STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT VÉRITABLE

En attendant, il va commencer par découvrir la division hôtelière. Carlson n'est que le huitième groupe mondial du secteur. C'est déjà bien,

À l'affiche

HUBERT JOLY

Président-directeur général de Carlson

Né en 1961, Hubert Joly est diplômé de HEC et de Sciences po. Après avoir effectué la première partie de sa carrière chez McKinsey, il dirige à partir de 2002 la branche jeux vidéo de Vivendi Universal. Il prend en 2004 la direction de Carlson Wagonlit Travel, la division voyages d'affaires du groupe Carlson, alors codétenue avec le groupe Accor. En 2008, à 47 ans, il est nommé à la tête du groupe américain.

mais ce n'est pas assez aux yeux du nouveau président. Il se rendra dans les prochains jours en Asie pour étudier le potentiel des marques du groupe dans cette partie du monde, avant de se pencher sur leurs perspectives en Europe du Nord, et notamment en Russie. Objectif, établir un véritable programme de développement hôtelier qui s'appuiera sur des marques mieux définies en termes de positionnement commercial. Une stratégie qui rappelle celle mise en place par Gilles Pélissou depuis deux ans chez Accor. Pas étonnant. Hubert Joly connaît bien le major français de l'hôtellerie. Il y a quatre ans, c'est son ami Jean-Marc Espalioux, alors président d'Accor, qui lui avait demandé de prendre les rênes de Carlson Wagonlit, alors filiale commune entre Accor et Carlson.

Autre chantier à mener : celui de la division restauration, avec sa marque TGI Friday's. Elle est insuffisamment présente hors des États-Unis.

Pour mener à bien ses projets, Hubert Joly devra cependant compter avec une conjoncture économique incertaine des deux côtés de l'Atlantique. « Pour le moment, les menaces de récession n'affectent pas les déplacements d'affaires », souligne Hubert Joly. Reste à savoir combien de temps le secteur résistera à la morosité ambiante. ■

HÉLÉNA DUPUY