



## LE VILLAGE DES ACTIONNAIRES

21 septembre 2012, 09h30-19h30  
Stade Roland Garros, Paris XVI<sup>ème</sup>

### 10h00 – ALLOCUTION D'OUVERTURE



**Gérard Rameix**, Président de l'Autorité des Marchés Financiers

« Aujourd'hui, les actionnaires font face aux conséquences de trois crises majeures : crise de la bulle Internet des années 2000, crise immobilière et des *subprimes* aux Etats-Unis en 2007 et crise des dettes souveraines ces dernières années.

Leur effet en France ne s'est pas fait attendre. Les actions représentaient un peu plus de 10 % du patrimoine financier des ménages en 2000, aujourd'hui elles ne représentent plus que 5 %. Ces chiffres témoignent d'une perte de confiance qui constitue certainement l'un des défis majeur du régulateur financier.

Or, **la confiance ne se décrète pas, elle naît d'un ensemble d'actions.**

Nous sommes donc, en premier lieu, très vigilants sur la communication des sociétés cotées en ces temps d'incertitude économique même si, depuis les années 90, l'information financière s'est nettement améliorée.

De plus, nous nous intéressons particulièrement au droit des actionnaires.

Ainsi, l'AMF a lancé un groupe de travail sur « **Les droits des actionnaires et les Assemblées générales** » qui a débouché sur plusieurs recommandations, notamment quant au vote des conventions réglementées et la bonne organisation des Assemblées générales.

Enfin, **nous encourageons une plus grande implication des actionnaires.** Nous estimons que le Code AFEP-MEDEF devrait associer davantage les représentants des actionnaires ; d'une part individuels, d'autre part institutionnels.

Nous nous engageons également sur d'autres thématiques plus récentes. Ainsi, **je peux affirmer devant vous, non seulement à titre personnel mais également au nom de l'AMF, notre engagement en faveur de l'instauration du Say on Pay.** En effet, il serait bon qu'il y ait, systématiquement en Assemblée générale, un vote consultatif des actionnaires sur la rémunération des dirigeants. De surcroît, la Direction Générale du Trésor a engagé une consultation sur cet élément de la rémunération et il y a également des discussions au niveau européen.

Pour clôturer mon allocution, je souhaiterais vous faire part de deux thématiques qui me sont chères. La première concerne les relais de financement des entreprises, dans la mesure où je suis extrêmement préoccupé par le risque de déséquilibre du financement de nos entreprises avec des PME qui ont un recours très important au crédit des banques. La seconde est celle du fonctionnement des marchés, il est nécessaire qu'il soit plus clair, plus sûr, plus transparent et plus cohérent. »

“ Redonner confiance dans les marchés financiers est notre priorité. ”

- Gérard Rameix

5 grands groupes français ont co-construit la 1<sup>ère</sup> Edition du Village des Actionnaires



## 11h00 – CONFÉRENCE PLÉNIÈRE

### Les nouveaux équilibres sociaux, économiques et financiers entre l'Occident et les pays émergents. Marchés matures et pays émergents : vers un nouvel équilibre mondial ?



**Gérard Mestrallet**, Président-Directeur Général de GDF SUEZ  
**Stéphane Richard**, Président-Directeur Général de France Télécom-Orange  
**Michel de Rosen**, Directeur Général d'Eutelsat Communications  
**Dominique Moïsi**, Conseil spécial de l'IFRI

Caroline de La Marnierre présente les intervenants de la table ronde et invite Dominique Moïsi à dresser un portrait synthétique d'un monde et d'une époque en mutations.

*“ Puissiez-vous vivre en des temps intéressants. ”*

-Dominique Moïsi

Dominique Moïsi expose trois grands phénomènes caractéristiques de notre époque :

- **La fin de la domination occidentale sur le monde** : une rencontre entre des pays émergents « qui font beaucoup mieux » et un monde occidental « qui fait beaucoup moins bien » ;
- **Le processus révolutionnaire dans le monde arabo-musulman** : une dynamique qui révèle des fragilités culturelles et une faiblesse identitaire unique, qui n'entraîne ni progrès économique, ni progrès dans la clarté politique ;
- **Crise économique** : une crise née aux Etats-Unis, qui s'est diffusée en Europe et qui gagne les pays émergents.

Face à la complexité et à la vulnérabilité d'un monde interdépendant, il faut retenir trois choses essentielles :

- **Accepter les changements du monde ;**
- **Ne pas mettre tous ses œufs dans le même panier ;**
- **Ne pas enterrer prématurément notre continent, l'Europe.**

Caroline de La Marnierre invite les trois dirigeants à exposer leurs stratégies d'implantation dans les pays émergents et la manière dont ils gèrent les évolutions évoquées par Dominique Moïsi.

Gérard Mestrallet présente **le rachat d'International Power comme une étape de plus dans une stratégie initiée il y a quinze ans** et intimement liée à l'histoire du Groupe. L'équilibre a toujours été un objectif essentiel pour GDF SUEZ avec un souci de développement parallèle dans les marchés émergents et dans les racines domestiques du Groupe. Dans le secteur de l'énergie, **la croissance est dans les pays émergents.**

*“ Le développement international ne s'est pas fait au détriment des marchés domestiques, mais s'est appuyé sur eux. ”*

- Gérard Mestrallet

GDF SUEZ est présent dans 70 pays dans le monde, notamment en Amérique Latine, dans l'ensemble des pays du Golfe, en Asie, à travers des implantations sélectives.

Aujourd'hui, et avec l'intégration d'International Power, GDF SUEZ possède un parc de 130 000 MW et est le **2<sup>ème</sup> producteur d'électricité dans le monde**. Le Groupe poursuit son **développement dans de nouveaux pays**, tels que la Mongolie, l'Afrique du Sud et la Corée du Sud en 2012. Pour autant, Gérard Mestrallet insiste sur le fait qu'il **ne faut pas négliger l'Europe.**

Pour Stéphane Richard, les entreprises multinationales ont l'opportunité de **tirer parti des évolutions d'un monde multipolaire**. Orange est un groupe européen, aujourd'hui plus de 10% des opérations sont réalisées dans les pays émergents, en particulier en Afrique et au Moyen Orient.

“ Nous sommes un Groupe européen et africain. ”

- Stéphane Richard

L'Afrique est une terre de contrastes et une terre d'inégalité, mais globalement, la dynamique de développement du continent est extrêmement forte. C'est pourquoi, **l'Afrique est une des priorités du développement pour Orange** avec un objectif de doubler la part des activités en Afrique et au Moyen-Orient d'ici 2015. Il s'agit pour le Groupe d'un véritable « élixir de croissance » : démographie porteuse, taux de pénétration dans la téléphonie mobile encore relativement faible et inégalement réparti. Par la nature de ses opérations, Orange joue **un vrai rôle social et sociétal dans la région offrant une « fenêtre sur le monde »** avec ses réseaux 3G et haut-débit.

Les révolutions dans le monde arabo-musulman n'ont pas vraiment impacté les activités de l'opérateur, tellement **les besoins de communication sont grands et vitaux**. Les salariés du Groupe n'ont pas été touchés et les infrastructures endommagées ont été rapidement remises en service grâce aux équipes d'Orange. Stéphane Richard rappelle que dans ces pays, **les filiales du Groupe sont des entreprises locales**, avec un management local et une véritable implication citoyenne, sociale et sociétale.

A son tour, Michel de Rosen présente la stratégie d'Eutelsat Communications, opérateur de satellites. **Eutelsat Communications est née en Europe de l'Ouest pendant la guerre froide**, mais aujourd'hui, plus de la moitié du chiffre d'affaires total est réalisé hors Europe de l'Ouest. L'entreprise a des objectifs ambitieux pour les années à venir : une croissance organique du chiffre d'affaires annuel de 5 à 6% par an et une marge d'EBITDA de 77%.

Michel de Rosen attire l'attention des participants sur **les nuances dans l'analyse des marchés et des régions**. Un pays mature peut offrir des marchés en croissance et des pays en croissance peuvent être des marchés matures.

“ Il faut nuancer l'analyse quand on parle de pays matures et de pays émergents. ”

- Michel de Rosen

Eutelsat Communications s'engage sur des contrats de long terme, entraînant un moindre impact des crises pour le Groupe. On observe une même logique pour les instabilités politiques, **les remous ne sont pas du tout défavorables, car ils ne peuvent rien contre les tendances de long terme**. L'instabilité politique peut même nourrir les besoins des gouvernements.

Caroline de La Marnierre invite maintenant les dirigeants à commenter leurs *business models* dans les marchés émergents.

Gérard Mestrallet rappelle qu'il y a une dizaine d'années, **GDF SUEZ intégrait un risque pays élevé à ses investissements dans les marchés en croissance**, supposés alors plus instables. Finalement, les risques anticipés ne se sont pas concrétisés.

“ Maintenant, le risque a changé de continent, le risque est en Europe. ”

- Gérard Mestrallet

**Il faut adapter le business model aux pays**. En Chine par exemple, le Groupe a investi massivement dans l'eau mais pas dans l'électricité. GDF SUEZ constate aujourd'hui l'émergence d'acteurs chinois concurrents dans les grands projets hors Chine, mais la concurrence occidentale n'existe plus dans cette région depuis la fusion avec International Power.

Selon Stéphane Richard, deux grands constats peuvent être faits sur les modèles économiques des pays émergents : premièrement, **les niveaux de rentabilité sont bons**, voire supérieurs à la moyenne ;

deuxièmement, le réseau de distribution est adapté à ces pays : par exemple, les boutiques existant en Europe sont remplacées par des « vendeurs parapluies » dans les rues de Madagascar.

“ *L’Afrique et le Moyen-Orient sont des terres d’innovation pour Orange.* ”

- Stéphane Richard

Les pays émergents bénéficient du développement de **nouveaux services adaptés aux besoins des consommateurs locaux**. Stéphane Richard cite ainsi l’exemple du paiement par téléphone mobile : Orange Money.

Pour Eutelsat Communications, **un investissement satellitaire n’est pas différent selon que l’on vise un marché développé ou émergent**. Le coût du satellite ne varie pas en fonction de sa zone d’envoi du satellite.

Selon Michel de Rosen, **les marchés émergents sont attractifs parce qu’ils viennent compléter ce qu’Eutelsat fait dans les pays développés** : apporter des perspectives de croissance et de rentabilité.

“ *Les marchés émergents viennent compléter ce qu’Eutelsat Communications fait dans les pays développés.* ”

- Michel de Rosen

Il s’appuie sur deux images pour illustrer le métier d’Eutelsat Communications : **celle de la foncière**, qui fait construire dans un but locatif, et **celle du Monopoly**, visant à identifier des opportunités de développement et les positions créatrices de valeurs.

Enfin, il illustre **de manière concrète le métier du Groupe du point de vue du consommateur final** : Eutelsat Communications opère le 2<sup>ème</sup> satellite le plus puissant de l’espace, qui permet de couvrir toute l’Europe, l’Afrique du Nord et les pays du Golfe pour apporter aux entreprises et aux particuliers le haut-débit.

Gérard Mestrallet rebondit sur la thématique de l’innovation, les pays émergents favorisant **l’émergence d’innovations techniques et technologiques**. Il cite plusieurs exemples, comme le projet du Groupe de construire une usine flottante.

Caroline de La Marnierre invite enfin Dominique Moïsi à conclure en deux mots :

- **Equilibre** : le monde est multipolaire, mais le bloc des émergents fortement hétérogène est uni par un « déni de responsabilité ». Pour la première fois de l’histoire contemporaine, un pays – la Chine – arrive au premier plan international sans être porteur du moindre message universel.
- **Ajustement** : la relativisation de la place du monde occidental et européen dans l’équilibre du monde ne doit pas nous pousser au repli sur nous-mêmes, au sentiment de déclin inéluctable.

“ *Nous avons fait hier preuve de beaucoup d’arrogance par rapport à l’autre et beaucoup de complaisance par rapport à nous-mêmes. A l’avenir, nous devons faire preuve de plus de modestie par rapport à l’autre et d’ambition par rapport à nous-mêmes.* ”

- Dominique Moïsi

## 12H30 – ATELIERS THÉMATIQUES

- Comment fonctionne un satellite de télécommunications ?, par **EUTELSAT COMMUNICATIONS**

Jacques Dutronc, Directeur du Déploiement et de l’Innovation d’Eutelsat Communications, a débuté sa présentation en retraçant l’histoire des satellites de télécommunications et par conséquent, l’ensemble des services d’Eutelsat, qui débutent par l’orbite géostationnaire, identifiée par le britannique Arthur C. Clarke en 1945.

Jacques Dutronc a ensuite expliqué les modalités techniques d’un satellite suite à son lancement. Placé en orbite de transfert à 1 500 km par une fusée, 30 à 40 minutes après son lancement, il rejoint ensuite l’orbite géostationnaire en 3 à 4 semaines et atteint une envergure de 40 mètres en déployant ses panneaux solaires.

**Depuis l'orbite géostationnaire, le satellite de télécommunications assure alors une couverture universelle des territoires.**

Avec une trentaine de positions au-dessus de l'Europe, Eutelsat utilise plusieurs téléports en France et en Italie, le plus important étant localisé à Rambouillet. 85 employés sont présents sur ce site ultrasécurisé de 10 hectares qui regroupe 200 antennes.

**Fort de 30 ans d'expérience dans l'exploitation satellitaire, d'une flotte de 28 satellites et de 750 collaborateurs originaires de 30 pays**, Eutelsat lancera 7 satellites (soit une augmentation de capacité de 28 %) d'ici mi-2015 pour soutenir les anticipations de développement sur les marchés à forte croissance.

- Le Gaz Naturel Liquéfié, un atout clé pour le développement international de GDF SUEZ, par **GDF SUEZ**

Brigitte Roeser-Herlin, Directeur de la Relation avec les Actionnaires Individuels de GDF SUEZ, a introduit l'atelier thématique en rappelant le **programme des prochaines conférences du club des actionnaires** (« Le biométhane, une énergie d'avenir », « L'énergie, frein ou moteur de la croissance », « Smart grid : des réseaux intelligents à la ville numérique », « Conférence Canaletto-Guardi, les deux maîtres de Venise »...), également rediffusés sur le e-club des actionnaires.

Dans une deuxième partie, Denis Bonhomme, Directeur de la stratégie GNL de GDF SUEZ, a abordé la thématique de l'atelier : il a présenté les caractéristiques du Gaz Naturel Liquéfié (GNL) et sa chaîne de valeur, puis les données macro-économiques sur le marché du gaz dans le monde, et **enfin les activités de GDF SUEZ et ses projets de développement innovants dans le GNL.**

Deux clips vidéos sont diffusés pendant la séance : un clip intitulé « GDF SUEZ et le GNL » et un clip sur le projet Bonaparte en Australie.

En conclusion, Denis Bonhomme a rappelé les atouts du Groupe GDF SUEZ dans un marché en pleine évolution, tirée par la croissance dynamique de l'Asie.

- Diversifier son portefeuille en 2012, par **L'ECOLE DE LA BOURSE**

Gérard Ampeau, Directeur des programmes de l'Ecole de la Bourse, a invité les actionnaires à ne pas être trop critiques car, s'ils ont tendance à privilégier une seule valeur, investir dans une unique entreprise n'est pas moins risqué que d'investir en Bourse. **La diversification, même si elle est plus compliquée en 2012, doit rester une valeur cardinale.**

Gérard Ampeau est ainsi revenu sur les performances des différentes classes d'actifs depuis 1987 : actions, actions avec dividende réinvesti, or, immobilier, emprunts d'Etat - le tout commenté au regard de l'inflation. Il a attiré l'attention des actionnaires sur les dividendes qui sont importants dans l'espérance d'enrichissement que l'on peut attendre d'un investissement en actions

Il a présenté les principaux risques des différentes classes d'actifs, risques de baisse mais aussi risques de hausse, ainsi que les règles de diversification des portefeuilles. **On peut diversifier facilement son portefeuille à travers les actions mais aussi les produits monétaires ou les actifs physiques comme l'immobilier ou les matières premières** - relative nouveauté dans la diversification du portefeuille d'un particulier mais qui n'est pas sans danger. Enfin, Gérard Ampeau a évoqué le risque de pro-cyclicité des épargnants, gouvernés par leurs émotions, tout en donnant des pistes pour casser ces « effets de mode ».

- La Fibre, par **ORANGE**

René-Pierre Bidaud, Responsable du raccordement client « La Fibre » chez Orange, a présenté le triple objectif que s'est fixé le Groupe de télécommunications : développement de nouveaux services, renforcement des parts de marchés et fidélisation accrue des clients. C'est avec cette vision qu'Orange développe la fibre optique. En effet, **les réseaux sont au cœur de la stratégie d'entreprise « Conquêtes 2015 »**.

L'entreprise a donc fait le choix stratégique d'investir directement dans **la solution la plus prometteuse en débit et en évolutivité : la fibre à domicile**.

Ainsi d'ici 2015, Orange sera présent dans près de 3 600 communes réparties dans 220 agglomérations. L'ambition du Groupe est d'atteindre une couverture de 10 millions de foyers en 2015 et de 15 millions de foyers en 2020. Afin d'atteindre cet objectif, l'investissement est porté à environ 2 milliards d'euros sur la période 2010-2015.

**Ce programme se réalisera en deux temps** : de 2010 à 2012, la fibre est installée dans toutes les régions et de 2013 à 2015, elle le sera dans tous les départements.

- AXA, stratégie et perspectives, par **AXA**

Emmanuel Touzeau, Directeur de la Communication et de la Responsabilité d'entreprise d'AXA, a débuté par le rappel du **métier d'AXA et de ses activités : dommages, prévoyance et santé, épargne et gestion d'actifs**.

AXA, « une belle histoire française », est devenue en 25 ans **la première marque mondiale d'assurance\* avec plus de 100 millions de clients et 1 100 millions d'euros d'actifs sous gestion**. Après avoir rappelé les perspectives du Groupe, il a détaillé « Ambition AXA », le plan stratégique à horizon 2015.

L'objectif du Groupe est de devenir la société préférée du secteur en s'appuyant sur son orientation client et sa culture de confiance et de réussite. L'entreprise a défini trois priorités pour une croissance rentable : sélectivité, accélération et efficacité.

- Sélectivité : recentrage sur les activités les plus rentables et les plus performantes sur le long terme.

- Accélération : développement sur les pays émergents, les produits et les modes de distribution porteurs de croissance.

- Efficacité : amélioration de la productivité, tout en améliorant la qualité de service.

Emmanuel Touzeau a ensuite présenté les résultats du premier semestre 2012 rapportés à l'actualité environnementale, financière et réglementaire, ainsi que les progrès du Groupe en matière de responsabilité d'entreprise. Pour finir, il a rappelé la structure de l'actionariat et la performance de l'action.

*\*Selon le classement Interbrand 2011*

- Courtage en ligne et innovation : d'une offre diversifiée au « m-investing » par **BOURSORAMA**

Benoit Grisoni, Directeur des activités de Boursorama en France, a dans un premier temps présenté les nouveaux produits lancés par Boursorama depuis un an, à la fois sur l'offre courtage et sur l'offre bancaire avec notamment l'introduction d'un nouveau tarif pour accéder à la bourse à moindre frais (« Tarif Découverte »), le lancement d'une offre dédiée aux marchés du Forex, des CFDs et des contrats Futures (« Boursorama Expert »), la mise en place d'un partenariat avec Oddo Asset Management pour proposer une nouvelle offre d'épargne adaptée aux profils des différents investisseurs (« Compte Epargne Financière Pilotée ») et une offre de crédit personnel accessible aux détenteurs d'actifs chez Boursorama (« Avance sur Titres »).

Dans un second temps, il a évoqué les services disponibles pour faciliter la gestion de ses finances depuis son ordinateur ou en mobilité tels que le MoneyCenter, l'augmentation de ses plafonds de carte bancaire ou encore toutes les alertes paramétrables pour suivre les mouvements sur ses comptes. Enfin, la dernière partie de l'intervention a été consacrée au développement des services mobiles et aux possibilités offertes par ces derniers dans la gestion de ses placements (passage d'ordre, accès au contenu du portail d'information boursorama.com...).

## 15H30 – CONFÉRENCE PLÉNIÈRE

### Les nouveaux équilibres sociaux, économiques et financiers entre l'Occident et les pays émergents. Quels changements pour les entreprises françaises ?



**Nicolas Moreau**, Président-directeur général d'AXA France  
**Thierry Mallet**, Directeur Général adjoint de SUEZ ENVIRONNEMENT  
**Christian de Boissieu**, Président du Conseil d'Analyse Economique

Yves de Kerdrel présente les intervenants de la table ronde et invite Christian de Boissieu à exposer le rapport de force entre les différentes puissances économiques internationales.

Pour Christian de Boissieu, **l'Europe est le maillon faible de la croissance mondiale** et il faut donc tout faire pour qu'elle ne le demeure pas. Les grands pays émergents comme la Chine et l'Inde progressent aujourd'hui davantage que ce qui avait été anticipé, il y a seulement cinq ans.

*“ Le débat de la conciliation entre l'austérité et la croissance est central. ”*

- Christian de Boissieu

**Les défis de la compétitivité dans les années à venir sont l'éducation, l'enseignement supérieur et la recherche.**

Il y a trois catégories de pays : les plus avancés, dont la France, les émergents, à la table du G20, les pays en développement, qui ont du mal à émerger.

Thierry Mallet rappelle la **stratégie de partenariats développée par SUEZ ENVIRONNEMENT** pour s'implanter à l'international.

Chez AXA, **la plus grande partie des profits provient aujourd'hui des pays développés**. La croissance vient des pays émergents, mais à partir d'une base très faible, il est donc essentiel que les pays matures continuent à se développer. Nicolas Moreau insiste ainsi sur la nécessité d'innover en France, via, par exemple, le développement des marchés liés à la longévité, comme la dépendance, les services à la personne...

*“ 1% de croissance en France vaut beaucoup plus qu'1% de croissance dans les pays émergents. ”*

- Nicolas Moreau

Si Claude Bébéar, ancien Président du Conseil de Surveillance du Groupe AXA, a choisi de poursuivre le développement dans les pays matures, c'est aussi parce que l'assurance a besoin d'un cadre légal très strict qui n'existe pas toujours dans les pays en développement.

**Les pays en développement ont par ailleurs tendance à favoriser les acteurs locaux** : en Chine, il faut par exemple monter une joint venture et en Inde, il est impossible de posséder plus de 26 % du capital ; il y a ainsi un important biais de concurrence par rapport aux acteurs locaux.

*“ La crise mondiale est venue du centre du système. ”*

- Christian de Boissieu

Si Christian de Boissieu est d'accord pour dire que les pays développés sont en avance en termes de régulation et de contrôle, il constate toutefois qu'il y a des « trous dans [le] gruyère ». La Chine et l'Inde sont quasiment arrivées à la frontière technologique, **il faut donc prendre des mesures immédiates pour faire en sorte que l'Europe reste dans le peloton de tête**, et non pas abonnée à une croissance trop faible.

Thierry Mallet souligne que la présence de SUEZ ENVIRONNEMENT à l'international est l'occasion de **s'enrichir technologiquement**, de tirer des compétences partout dans le monde, **de dégager des bonnes pratiques et de les diffuser, notamment en France**, afin de continuer de croître. Interrogé par Yves de Kerdrel, Thierry Mallet reconnaît que la copie existe en Chine, elle existe d'ailleurs partout selon lui, d'où la nécessité d'innover en permanence.

*“ Il faut toujours garder une longueur d'avance. Chaque année, il faut arriver avec des produits nouveaux. ”*

- Thierry Mallet

Pour AXA, La Turquie, le Mexique et l'Indonésie sont les pays dans lesquels l'entreprise enregistre les plus grands succès. **Le Groupe s'est allié avec de grands distributeurs et touche ainsi les consommateurs locaux.** Les pays en voie de développement permettent d'attaquer immédiatement sur des systèmes plus modernes grâce au phénomène de sauts technologiques. Mais, si en Europe AXA déploie des produits de dépendance, dans les pays en voie de développement, ce sont les produits « plus primaires » tels que l'assurance auto ou habitation, la couverture maladie, accident...qui demeurent essentiels aujourd'hui.

Christian de Boissieu pose ensuite **la question de la « guerre des monnaies »**. Le meilleur moyen de protéger sa croissance domestique, c'est la sous-évaluation de la monnaie. C'est ainsi que les américains jouent le jeu de la baisse du dollar, aidés par la FED. Les chinois ont réévalué leur devise depuis quelques années, mais le chemin parcouru n'est pas encore à la hauteur. Du fait de ces politiques, l'économiste craint que la montée de l'euro ne se prolonge en 2013.

Nicolas Moreau nuance le propos en affirmant que l'intérêt prioritaire des américains est de sauver le marché domestique. L'effet secondaire de la politique menée en ce sens est la baisse du dollar, produite par cette politique intérieure plutôt qu'une véritable volonté d'agir sur le cours de la monnaie.

Christian de Boissieu souligne toutefois qu'au bout de 3 ans de crise de la zone euro, l'euro équivaut à 1,3 dollars. Le dollar est fragilisé par les déficits américains mais si l'euro continue à augmenter, certains industriels allemands commenceront sans doute à se poser des questions.

Pour Thierry Mallet, le défi des monnaies est d'autant plus fort pour les PME. Aujourd'hui, la compétitivité de l'euro est un facteur clé pour que les PME françaises soient capables de se développer.

Et l'équilibre social ? Le plan d'actionnariat salarié qu'AXA ouvre à tous les collaborateurs dans le monde vise à développer un attachement fort à la marque. Par ailleurs, chez SUEZ ENVIRONNEMENT, l'opération Sharing a rencontré de très bonnes souscriptions à l'international.

En conclusion, Christian de Boissieu a retenu que, **malgré un contexte difficile en Europe, il reste des marges de manœuvre**. Les sujets importants sont bien la technologie et l'éducation et, l'axe premier pour relever le défi européen, est de réduire le chômage et celui des jeunes en particulier. Le vrai débat, c'est la croissance de la France et de l'Europe sur les 6 à 10 prochaines années.

## 17H30 – ATELIERS THÉMATIQUES

- L'innovation dans les métiers Eau et Déchets de SUEZ ENVIRONNEMENT, au cœur des enjeux de la préservation des ressources, par **SUEZ ENVIRONNEMENT**

Au début de sa présentation, Paul-Joël Derian, Directeur de la Recherche, Innovation et Performance de SUEZ ENVIRONNEMENT, a présenté la stratégie de SUEZ ENVIRONNEMENT en matière d'innovation, en rappelant que **l'Environnement et le Développement Durable sont au cœur des enjeux du XXI<sup>e</sup> siècle**. Il a ensuite évoqué les **deux priorités du Groupe en matière d'innovation** : d'une part l'eau, via une meilleure utilisation des ressources, une amélioration de l'efficacité des usages et un développement des solutions « smart water » et d'autre part les déchets, en optimisant leur traitement. L'innovation a recours à des concours d'idées et aux principes du Design Thinking.

**L'objectif pour le Groupe est de faire de ses clients des leaders de la performance environnementale.**

Dans le métier des déchets, Paul-Joël Derian a concentré son propos sur l'activité de recyclage, au cœur de l'économie circulaire, en retenant 3 domaines d'expertise de l'entreprise : la transformation des câbles électriques usagés dans le cadre d'un partenariat avec NEXANS, la déconstruction et le recyclage des véhicules en fin de vie dans le cadre d'un partenariat avec Renault et, enfin, le recyclage des plastiques avec des traitements de type « *bootle to bootle* » ou la transformation de plastiques en carburant avec Cynar.

Il a également présenté le fonctionnement d'une station d'épuration, du traitement des eaux usées à un retour au milieu naturel pour permettre différents usages : irrigation agricole et paysagère, usages industriels et urbains non potables, réalimentation des étendues d'eau, activités récréatives, recharge des nappes et alimentation des réservoirs.

SUEZ ENVIRONNEMENT se positionne sur **3 marchés prioritaires pour les années à venir** : le marché de l'eau (meilleure utilisation des ressources, amélioration de l'efficacité des usages et développement des solutions « smart water »), le secteur des déchets (faire face à la rareté des ressources en se positionnant comme leader du recyclage) et le marché de l'eau industrielle (gérer la ressource eau des clients industriels).

- Mieux s'informer sur Internet pour optimiser la gestion de son portefeuille boursier, par la **F2IC**

Véronique Guisquet-Cordoliani, Secrétaire générale adjointe de la F2IC, a rappelé **les grands principes de la recherche d'informations financières sur Internet**. Elle a longuement insisté sur la nécessité de vérifier la fiabilité de l'information (qui écrit ? quelle est la date de parution ?) et d'identifier les potentiels conflits d'intérêts.

Elle a illustré son propos à l'aide de nombreuses captures d'écran de sites de courtiers en ligne, de comparateurs de produits financiers et de sociétés cotées.

Elle a invité les actionnaires à s'abonner directement aux alertes e-mails des sociétés cotées afin de bénéficier d'une information fiable en temps réel. Enfin, elle a attiré l'attention des actionnaires sur la **nécessité de différencier les sources d'informations primaires** (communiqués de presse des sociétés, chiffres clés) et **secondaires** (notes d'analyses, articles de presse).

## 19H30 – FERMETURE DU VILLAGE

---

### A propos du Village des Actionnaires

---

Né d'une vision innovante et fruit d'une volonté d'engagement unique, **Le Village des Actionnaires** a ouvert ses portes le 21 septembre 2012 pour lancer sa 1ère Edition.

Issu d'un véritable souhait d'échange et de partage, cet événement inédit constitue l'occasion pour tous – actionnaires, professionnels de la finance et visiteurs – d'aller à la rencontre de 5 grands groupes cotés français : **AXA, EUTELSAT COMMUNICATIONS, GDF SUEZ, ORANGE ET SUEZ ENVIRONNEMENT**.

Au travers d'une **démarche commune** qui place le dialogue, l'écoute et une communication responsable au cœur de la relation actionnaire, les sociétés partenaires apportent la preuve tangible de leur attachement à l'actionnariat individuel.

---