

JDD

DAUPHINE
UNIVERSITÉ PARIS

Le Journal
du Dimanche

CONNECTING
LEADERSCLUB
EVENTS & CONSULTING

€Day
PARIS 2016
DES IDÉES POUR RÉINVENTER L'EUROPE DE DEMAIN

THE 1st EUROPEAN BUSINESS DAY

Ils ont leurs solutions pour rénover l'Europe

HERVÉ GATTEGNO

Réunir des chefs d'entreprise, des politiques et des intellectuels une journée entière pour réfléchir à l'avenir de l'Europe était en soi un défi à l'heure où le projet européen semble avoir perdu son actualité et son attractivité. Le faire au lendemain du coup de tonnerre venu des États-Unis était a fortiori une gageure, pour ne pas dire une mission impossible. Le JDD a eu cette audace – et c'est peu dire que nous ne le regrettons pas. Organisée jeudi 10 novembre avec le concours de l'université Paris-Dauphine, théâtre de ces échanges stimulants, et le Connecting Leaders Club, la première édition de notre €Day a été à la fois un succès et une invitation à poursuivre le débat.

« L'Europe doit se réinventer tous les trente ans », a d'ailleurs lancé à la tribune Nicolas Sarkozy. L'ancien président, qui est aussi candidat à le redevenir, a jugé que l'élection de Donald Trump était « une occasion formidable pour l'Union européenne de s'affirmer comme idéal et comme modèle ». « C'est le moment pour l'Europe de montrer qu'elle a des solutions pour les peuples », a estimé le commissaire européen chargé des Affaires économiques et financières, Pierre Moscovici. Européen de cœur et de naissance (il est français et allemand), le secrétaire d'État chargé du Commerce extérieur, Matthias Fekl, a, quant à lui, insisté sur la nécessité pour l'UE de négocier « d'égal à égal avec les États-Unis » les grands accords commerciaux.

Avec leurs approches différentes, ces trois grands témoins ont chacun avancé des pistes de réforme pour des institutions européennes que la maire de Paris, Anne Hidalgo, avait décrites en ouvrant les débats comme « à la ramasse » : plus de leadership pour Sarkozy, plus de démocratie pour Moscovici, plus de transparence pour Fekl. En écho, les grands patrons qui se sont succédé sur l'estrade ont confronté leurs expériences et leurs idées pour que l'Europe ne soit plus seulement un marché mais un moteur. Elisabeth Guigou, présidente de la commission des Affaires étrangères de l'Assemblée nationale, y a ajouté une ambition conquérante : « Généraliser Erasmus à tous les étudiants d'Europe, puis aux apprentis qui n'ont pas de diplômes. » Au terme de ces confrontations riches et denses, une conclusion s'impose : l'Europe n'a pas seulement une histoire, elle a encore un avenir. ●



1/ La première édition de notre €Day a eu lieu jeudi, à l'université Paris-Dauphine.

2/ Nicolas Sarkozy, ancien président de la République et candidat à la primaire de la droite et du centre.

3/ Laurent Batsch (Paris-Dauphine), Denis Olivennes (Lagardère Active) et Valérie Hoffenberg (Connecting Leader)

4/ Anne Hidalgo, maire de Paris.

5/ Pierre Moscovici, commissaire européen.

6/ Hervé Gattegno, directeur de la rédaction du JDD ; Matthias Fekl, secrétaire d'État chargé du Commerce extérieur, Chloé Bennejean (étudiante à Dauphine) et Éric Sebban (Visiomed).

Construire les grands champions européens : un impératif historique et futur

« L'Europe nous permet de gagner en innovation »

CORINNE TISSIER

L'Europe est-elle assez ambitieuse et innovante pour charpenter de grands champions européens et répondre aux attentes de ses habitants qui attendent des emplois et une amélioration de leur niveau de vie ? Jérôme Bédier, directeur général de Carrefour, est formel : « L'Europe s'est faite avec l'appui des entreprises et des milieux économiques. » Aujourd'hui, la présence du leader de la grande distribution française dans dix pays à travers le monde, dont six en Europe, est un choix assumé.

Pout Yves Delmas, directeur général Europe de GeoPost, « la taille du marché européen est un tremplin pour développer nos activités de transport et devenir non seulement un champion européen mais gagner la compétition avec les géants mondiaux. C'est grâce à l'Europe que nous sommes aujourd'hui le deuxième acteur dans le domaine des



De g. à d. : Jérôme Bédier (Carrefour), Serge Papin (Système U), Éric Lombard (Generali), Yves Delmas (GeoPost), Marc Langenbrinck (Mercedes) et Emmanuel Chapuis (Oddo).
NICOLAS MARQUES / KR IMAGES PRESSE

colis express. Notre objectif est d'assurer un service de proximité à l'échelle mondiale. L'Europe nous permet aussi de gagner en innovation et d'offrir de meilleurs services à nos clients. »

Même son de cloche chez le constructeur automobile allemand. « L'Europe affiche le meilleur taux de croissance au monde. C'est le berceau de la plupart de nos marques mondiales », se réjouit Marc Langenbrinck, PDG de Mercedes-Benz France, qui ne tarit pas d'éloges sur l'UE. Culture, innovation, créativité

très développée, formation... « Nous finançons l'apprentissage pour nos jeunes, c'est une mentalité car nous n'avons pas l'obsession des grands diplômés... comme les Français ! », s'amuse-t-il. Constat partagé par Emmanuel Chapuis, gérant de fonds actions chez Oddo.

L'Europe est une chance et une nécessité pour construire des champions. Philippe Oddo a fait le choix de construire une banque franco-allemande. « Notre déploiement en Allemagne s'inscrit dans une stratégie

à long terme qui vise à devenir le premier expert indépendant, notamment dans le domaine du conseil financier aux entreprises. »

Des champions épanouis mais mal-aimés

Forte de ses 450 millions de consommateurs, dont la majorité est solvable, l'Europe compte déjà de nombreux champions dans plusieurs secteurs, comme la grande distribution, la défense ou l'assurance. « Dans notre métier, sur les cinq leaders mondiaux, trois sont européens : Axa, Allianz et Generali », souligne Éric Lombard, président de l'assureur Generali. Pour les entreprises françaises, la zone euro est un relais de croissance naturel.

De son côté, Serge Papin, le PDG de Système U, explique : « Nous sommes un acteur local français coopératif et nous créons des liens avec d'autres coopératives en Europe. C'est un modèle alternatif intéressant qui n'existe pas aux États-Unis, ni

en Asie. » Être fort en Europe ouvre plus facilement au reste du monde.

Mais certains regrettent la complexité de l'environnement législatif européen et appellent à plus de souplesse. « L'environnement fiscal et administratif pour développer des projets est très dissuasif. Cela donne le sentiment que les Européens n'aiment pas leurs grandes entreprises », déplore Jérôme Bédier.

Pour Serge Papin, il est impératif que les régulateurs européens défendent les intérêts des entreprises tout en poursuivant des relations commerciales avec les autres continents. « Par ailleurs, la commission doit simplifier la réglementation, pour le moment trop pesante, qui entrave le développement de champions européens, et doit établir des règles claires de non-concurrence, notamment face aux géants américains et asiatiques. » À l'instar de Serge Papin, les intervenants de cette table ronde dénoncent le fonctionnement actuel de l'Europe, qui favorise le dumping social. ●

Médias et télécommunications, les enjeux européens

« La convergence est une nécessité »

La bataille fait rage dans les médias et les télécoms. Après la méga-fusion de l'américain ATT avec Time Warner, les Européens doivent se faire une place dans la bataille mondiale. Fini l'époque où chaque protagoniste se cantonnait à son domaine – télécommunications, médias, Internet.

« Il n'y a plus de pré carré, chaque acteur évolue vers une convergence entre l'accès au réseau, le contenu et la publicité, c'est-à-dire la monétisation des audiences », explique Emmanuel Forest, directeur général adjoint du groupe Bouygues. « Des géants ont déjà émergé en Amérique, avec des puissances numériques colossales, comme Google, Netflix ou Amazon, ainsi que les acteurs des télécoms : Comcast, Verizon ou ATT », constate Michel Combes, PDG de SFR et directeur général d'Altice. Cela leur permet de faire des investissements massifs dans les infrastructures

et les contenus. « La convergence est une nécessité, estime Maurice Lévy, le patron de Publicis. Parce que chaque opérateur voit son rôle se réduire et que le combat pour acquérir de nouveaux abonnés devient de plus en plus rude. ». Le contenu est indispensable pour le détenteur des tuyaux qui transporte l'information afin de fidéliser les utilisateurs.

« Les règles sont inadaptées »

Mais les acteurs européens sont bridés par une Europe qui les empêche de se consolider. « Les règles de la concurrence risquent de nous emmener dans le mur », ajoute-t-il. Elles sont inadaptées face à l'émergence de champions du numérique, qui vont être multiformes, à la confluence de l'accès, du contenu et de la publicité et qui seront les géants de demain. » D'autant plus que l'Europe s'ouvre aux groupes extérieurs, notamment américains.



De gauche à droite : Jake Donovan (LionTree), Maurice Lévy (Publicis), Michel Combes (SFR), Maryam Salehi (NRJ) et Emmanuel Forest (Bouygues).
N. MARQUES / KR IMAGES PRESSE

« La réglementation européenne est trop lourde et dès que vous modifiez un élément, cela fait bouger d'autres dominos et donc on crée des usines à gaz », regrette Christophe Thoral, président de Lagardère Studios. Vous ne pouvez pas avoir sur un même marché des acteurs étrangers qui échappent à la régulation et des européens qui sont sur-régulés. Le millefeuille réglementaire français s'ajoute à la législation européenne »,

déplore Maryam Salehi, directrice déléguée de NRJ group.

Maurice Lévy plaide pour un chantier de simplification des règles européennes qui ne se limite pas au numérique. « Nous avons laissé les technocrates européens édicter un certain nombre de règles absurdes dans le fonctionnement, même si leurs intentions de départ étaient valides, qu'il s'agisse de défendre le consommateur et la culture. Résultat : nous avons des

débats sur le devenir de l'Europe. » Les grands champions américains ne vont-ils pas avaler les petits européens ? Pour Jake Donovan, directeur général Europe de LionTree, société de conseil spécialisée dans le secteur des médias et télécoms et acteur majeur des récentes acquisitions de Liberty Global, Verizon, Charter Communication : « L'objectif des régulateurs était de maintenir une très forte concurrence pour faire baisser les prix des abonnements Internet, télé ou câble afin de protéger le consommateur, du coup, les acteurs européens n'ont pas les mêmes moyens pour investir que leurs concurrents américains. » Des propos salués par Maurice Lévy et Michel Combes, pour qui « la bataille technologique ne se joue plus en Europe mais aux États-Unis et en Chine. En France, la non-consolidation du secteur conduit à un sous-investissement et à la destruction massive d'emplois ». C.T.

Croissance, fiscalité, emploi : à la recherche du Graal

« L'Europe n'est pas une maison de retraite en faillite »

Alors que la Commission européenne prévoit une croissance de 1,7 % en 2016 et un peu moins en 2017, le Vieux Continent s'interroge sur son avenir. Cette croissance faible est-elle vraiment une fatalité ? Pour l'économiste Daniel Cohen, « la croissance comme on l'entendait à la fin du XIX^e siècle, celle qui incluait aussi la classe moyenne, est finie ». Dans ce nouveau contexte, la montée des populismes qui se manifeste en Europe et dans le monde n'a rien d'étonnant. Autrement dit, l'élection de Donald Trump à la présidence des États-Unis, dans la foulée des crises et à la suite du Brexit, est la conséquence directe du déclassement de la classe moyenne outre-Atlantique. « Elle subit partout de plein fouet le choc du numérique, soit à travers une perte d'emploi ou une baisse de ses revenus », observe l'économiste.

Confrontés à cette défiance, qui touche aussi une partie importante de la population européenne, les res-



Daniel Cohen (économiste) et Alain Lamassoure (député européen).
N. MARQUES / KR IMAGES PRESSE

pensables politiques doivent restaurer la confiance. « Cela passe par une vision claire, une lisibilité du projet européen et la définition de stratégies à long terme pour créer les conditions optimales qui incitent les investisseurs à miser sur l'Europe », plaide Frédéric Oudéa, DG de la Société générale. Mais l'Europe souffre, en outre, d'un déficit d'image. « Il faut contrer cette hégémonie intellectuelle qui présente l'Europe comme une maison de retraite en faillite gérée par des élites fatiguées », conseille

Stéphane Boujnah. Pour le directeur général d'Euronext, l'Europe et la France ont de nombreux atouts : une concentration de multinationales – Total, Sanofi, Heineken ou Telefonica... –, de grandes banques et entreprises d'assurances de taille mondiale, plus de 450 millions de consommateurs avec un niveau de vie très élevé, un gisement d'épargne très important... L'Europe a des atouts, encore faut-il les vendre.

Pour dynamiser son activité, l'Europe doit s'appuyer sur les ins-

titutions existantes. À l'image de la Banque européenne d'investissement, qui « permet depuis 2015, de prendre des risques et d'attirer des capitaux sur des projets qui favorisent la croissance », explique Élodie de Récy de la Banque européenne d'investissement. Comme les investissements pour agir sur le climat, l'innovation, les infrastructures et les PME.

L'urgence à engager les bonnes réformes

Malgré tout, cette croissance européenne reste freinée par un fonctionnement compliqué, une réglementation lourde et une fiscalité fragmentée. « Nous avons engagé une mécanique vertueuse qui devrait aboutir en quelques années, si nous maintenons la pression politique, à une harmonisation des bases fiscales européennes pour l'impôt sur les sociétés », assure le député européen Alain Lamassoure.

« Les bonnes réformes ne vont pas assez vite », déplore Antoine Jouteau,

PDG de la société Le Bon Coin. Le temps est la valeur la plus importante. » Surtout pour une startup qui paie 30 millions d'impôts sur les sociétés tandis que ses homologues américaines en déboursent le sixième. Même si elle se résout à adopter des réformes pour ses entreprises, le problème de l'Europe reste sa lenteur d'action. Quand une startup française gagne 10.000 nouveaux utilisateurs par jour, Facebook en récupère 1 million dans le même temps ! « Plus le temps passe, plus ces entreprises montent en puissance », ajoute-t-il.

Pour la fiscalité des entreprises, l'échelon pertinent, c'est l'Europe, confirme de son côté Daniel Cohen. « Dans un monde idéal, on voudrait un impôt sur les sociétés (IS) prélevé au niveau européen avec une base fiscale identique. L'exécutif européen pourrait s'endetter en émettant des euro-obligations et contribuer ainsi à financer des projets. » C.T.

Comment bâtir une Europe de l'énergie ?

« Les électrons n'ont pas de frontières »

ROMAIN SCOBELTZINE

Pas de doute pour les différents participants de cette table ronde : l'électricité sera bien l'énergie de demain. « La croissance attendue de la demande énergétique sera nettement supérieure pour l'électricité que pour toutes les autres énergies », a prévenu Jean-Marc Ollagnier, directeur général du pôle ressources et énergies chez Accenture. Les citoyens urbains vont consommer plus d'électricité à l'avenir que ce soit pour l'habitation, la mobilité électrique ou les outils technologiques. « Il y aura donc une grosse évolution du mix énergétique en faveur de l'électricité, et c'est une bonne nouvelle pour le monde ! Car on est capables de produire de l'électricité décarbonnée. » Le changement climatique et les enjeux environnementaux nécessitent que la part de l'élec-

tricité produite sans carbone augmente dans le mix énergétique.

« Les électrons n'ont pas de frontières »

Face à ces besoins accrus d'électricité, « l'industrie nucléaire devrait continuer à progresser mais sa part devrait rester stable », a déclaré, pour sa part, Philippe Varin, président du conseil d'administration d'Areva. Selon lui, « le monde et l'Europe auront besoin du nucléaire à l'avenir. La consommation d'électricité va en effet augmenter de 50 % dans le monde d'ici à 2040. En même temps, il va falloir baisser de 50 % les émissions de CO₂. Il y a donc un énorme défi, que l'on ne pourra relever sans l'aide du nucléaire. » Énergie controversée, le nucléaire représente aujourd'hui 27 % de la production d'électricité en Europe (75 % en France) et la moitié de l'électricité décarbonnée



Marjo Miettinen (Ensto), Philippe Varin (Areva), Jean-Marc Ollagnier (Accenture), François Brottes (RTE), Axel de Tarlé (Europe 1), et Leonid Muhkamedov (Schneider Electric).
JULIEN DE FONTENAY POUR LE JDD

produite. Avec à la clé 800.000 emplois directs et indirects dans les pays de l'Union européenne.

Au-delà des différents modes de production de l'électricité (nucléaire, thermique, solaire, éolien, hydraulique), le développement d'un réseau électrique européen est capital. RTE, premier réseau de transport d'électricité d'Europe, gère 105.000 km de lignes à haute

et très haute tension et achemine l'électricité en provenance des centrales nucléaires, hydrauliques, à charbon, mais aussi celle issue des énergies renouvelables (solaire et l'éolien). Pour François Brottes, président du directoire de RTE, « l'Europe de l'électricité existe déjà et les électrons n'ont pas de frontières. Nous sommes sur un marché de l'électricité ouvert, il y

a 341 interconnexions en Europe et 19 pays sont couplés sur la même plate-forme d'échanges. C'est la force du réseau qui va nous permettre d'augmenter la part des énergies renouvelables. »

Même constat pour Marjo Miettinen, présidente de la société finlandaise Ensto, pour qui l'Europe de l'énergie passera par la qualité du réseau et les nouvelles technologies. « L'interconnectivité des réseaux, les systèmes de smart ou encore les applications mobiles pour les usagers vont permettre de gérer plus intelligemment la consommation d'électricité et de mieux traiter le problème du stockage de l'électricité. » Les voitures électriques en réseau qui partagent leur batterie ou les systèmes d'éclairage publics intelligents, qui s'allument et s'éteignent automatiquement, sont déjà de bons exemples concrets. ●

Aérospatiale, sécurité, défense : des défis en série

« Le Vieux Continent a besoin d'organiser sa défense »

Le ciel européen a ses champions : 3.000 entreprises, 800.000 emplois, près de 200 milliards de chiffre d'affaires... L'aéronautique sait défendre ses positions. Mais elle doit faire face à plusieurs enjeux : l'adaptation à la réglementation, la prise en compte des nouvelles normes environnementales, l'amélioration de la compétitivité. Les dirigeants du fleuron européen Airbus ont bien conscience qu'ils sont en première ligne. « Nous devons relever le défi de l'environnement. Airbus doit réduire sa consommation, et ses émissions de CO₂ de 25 % d'ici à 2020 », souligne Marc Hamy, vice-président d'Airbus. Dans le transport aérien, le groupe Air France KLM cherche, lui, à poursuivre ses efforts de productivité. « Nous souhaitons aussi que les taxes aéroportuaires, qui ont grimpé de 90 % dans certains aéroports européens, cessent de croître afin de bénéficier d'un environnement



Didier François (Europe 1), Marc Hamy (Airbus), Jean-Marc Janailiac (Air France-KLM), François Charles (Irce), Jean Paul Perruche (ex-directeur général de l'état-major de l'UE). NICOLAS MARQUÈS / KR IMAGES PRESSE

économique plus favorable. Nous avons aussi besoin d'une organisation du contrôle aérien unique et d'une régulation de la concurrence face aux compagnies du Golfe, qui perçoivent des milliards de dollars de subventions directes et indirectes », rappelle Jean-Marc Janailiac, PDG d'Air France-KLM.

Les défis des leaders de l'aérien

et de l'aéronautique ne sont pas nouveaux mais ont gagné en acuité. « Nous réclamons une officialisation des aides d'État afin de permettre à nos champions européens de rester dans la course, cadre François Charles, président du think tank, Irce (Institut de recherche et de communication sur l'Europe). L'économie ne doit pas être dissociée du

débat. Sinon nos industries risquent de disparaître », alerte-t-il.

Une construction rendue difficile par la position britannique

Dans ce contexte déjà tendu, le Brexit crée de nouveaux défis. Il risque de rebattre les cartes de la concurrence. En cas de désaccord entre le Royaume-Uni et l'Europe au sujet du survol de l'Europe, la compagnie à bas coût Easy Jet pourrait être menacée d'interdiction de survol du ciel européen. Ses dirigeants ont d'ailleurs entamé des discussions avec les régulateurs européens afin d'obtenir un certificat de transport aérien dans l'un des pays de l'Union.

Mais le Vieux Continent affronte un autre enjeu : sa sécurité. « L'Europe a besoin d'organiser sa propre défense avec notamment la résurgence d'une Russie qui essaie d'exercer sa capacité de nuisance pour avoir de l'influence », souligne

Jean Paul Perruche, ancien directeur général de l'état-major de l'Union européenne. Les pays européens doivent réfléchir à constituer une défense commune s'ils veulent retrouver leur indépendance, d'autant plus que Donald Trump, le nouveau président élu des États-Unis, n'a pas garanti qu'il maintiendrait le financement américain à 75 % de l'Otan. Jusqu'à présent, la construction d'une défense commune européenne était rendue très difficile par la position britannique, hostile au développement d'une force de défense commune. « Les Britanniques s'opposaient à la mise en avant de l'Agence européenne de défense », confirme François Charles de l'Irce. Mais avec les discussions qui s'engagent dans le cadre de la sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne, la donne pourrait évoluer. Et l'Europe de la défense peut-être voir le jour. C.T.

Comment gagner la bataille de l'innovation ?

« On est assailli par des normes très lourdes »

CLAIRE TEYSSERE-ORION

Marchands, hommes politiques, mécaniciens, etc. Les premiers innovateurs seraient apparus en Europe à la Renaissance, mais aujourd'hui, comment l'Europe fait-elle face à l'innovation ? Et doit-elle pâlir de sa situation face aux États-Unis et sa fameuse Silicon Valley, ou face à l'émergente Asie ? Pour l'ensemble des participants à ce débat qui succéda aux pitches de trois start-up, l'Europe représente malheureusement souvent un frein à l'innovation, à commencer par l'accès aux financements. Éric Sebban, fondateur et président de Visiomed explique : « Pour les financements publics, le cycle décisionnel est extrêmement long, alors que les Américains peuvent lever des fonds beaucoup plus rapidement et facilement. Il faut aussi vraiment améliorer l'harmonisation des règles notamment pour accélérer l'accès

au marché des produits innovants européens. » Pour Thomas Jeanjean, directeur général Europe de Criteo, le constat est le même face à la difficulté à pouvoir lever rapidement des fonds. Pourtant, l'argent est primordial car il permet d'accéder en premier au marché. Fleur Pellerin, ancienne ministre chargée des PME, de l'Innovation et de l'Économie numérique, qui a fondé et préside Korelya Capital, rappelle qu'« il y a huit fois moins d'argent investi en Europe qu'aux États-Unis. Il faudrait un effort important de la part des décideurs européens, mais c'est un horizon intéressant pour l'Europe ». Pourtant des dispositifs efficaces, tels que la Banque publique d'investissement (BPI) ou la French Tech accompagnent les entrepreneurs et favorisent l'accès aux financements. Pour Julien Coulon, cofondateur et DG de Cedexis, la transposition de tels dispositifs au niveau communautaire pourrait



De gauche à droite : Bruna Basini (JDD) ; Fleur Pellerin (ancienne ministre), Éric Sebban (Visiomed) et Thomas Jeanjean (Criteo).
JULIEN DE FONTENAY POUR LE JDD

être le fer de lance d'une véritable politique de l'innovation en Europe.

« L'entrepreneur ne peut pas se lâcher assez »

Deuxième question au sommaire de cette table ronde : au-delà du financement, l'Europe crée-t-elle un écosystème qui favorise l'innovation ? Rien de moins certain. En effet, une entreprise doit faire face à une série de normes européennes et

nationales, chaque fois qu'elle crée une filiale dans un pays voisin. À l'inverse, une entreprise américaine a un accès immédiat à un immense marché. L'analyse d'Éric Sebban est sans détour : « Se développer en Europe, c'est un enfer, on est assailli par des normes très lourdes. Quand on développe des produits innovants, il n'y a pas de brevet unique européen, pourtant cela permettrait d'avoir une protection unique

en Europe et même dans le monde. » Par ailleurs, les entrepreneurs européens doivent composer avec un contexte très concurrentiel. Pour Hervé Alexandre, professeur à l'université Paris-Dauphine, l'Europe reste attachée à des libertés fondamentales et a du mal à envisager un protectionnisme qui permettrait l'émergence de grands champions européens. Une différence de perception, et même d'état d'esprit, que Thierry Petit, cofondateur et PDG de Showroomprivé, résume ainsi : « Aux États-Unis, on fait les choses et on voit ce qui se passe après. Alors qu'en Europe, la loi, la réglementation fait que l'entrepreneur ne se lâche pas assez. » C'est une question à travailler car pour n'importe quel entrepreneur, l'Europe devrait offrir des perspectives réjouissantes : 450 millions de consommateurs réactifs aux tendances et ouverts à l'économie collaborative. C'est le plus grand marché du monde. ●

L'Europe face au monde

« Il faut retrouver une estime de nous »

Et si l'élection de Donald Trump était une formidable occasion de rebâtir l'Europe ? Parmi les intervenants, Elisabeth Guigou, présidente de la Commission des affaires étrangères de l'Assemblée nationale, s'est montrée ferme et combative. « Plus que jamais avec M. Trump à la tête des États-Unis, nous avons besoin d'une Europe qui assume pleinement ses responsabilités extérieures. Il est nécessaire de renforcer notre défense mais aussi l'euro face au dollar, qui reste notre meilleure arme. Nous devons rééquilibrer le rapport de force. La faiblesse de l'Union européenne est de ne pas avoir fait assez de politique étrangère. On le voit aujourd'hui de manière flagrante avec nos frontières intérieures et extérieures qui s'effacent, qu'on ne peut plus distinguer. Il faut aussi lutter contre l'extraterritorialité, l'extension du droit américain qui menace les intérêts européens », a-t-elle ajouté.

« Une source d'inspiration pour le monde »

Pour redresser l'Europe des Vingt-Huit, qui reste la première économie mondiale, « il faut retrouver une estime de nous et assumer de se voir comme une grande puissance », a renchéri Constance Le Grip, députée européenne d'Île-de-France. « Nous sommes encore un club de grandes nations mais pas une fédération, ce qui peut être un problème pour défendre des intérêts politiques, économiques, commerciaux et culturels communs. Pourtant, nous sommes porteurs d'un espoir et de valeurs fortes en matière de droits, de libertés, d'éga-



De gauche à droite : Elisabeth Guigou (Commission des affaires étrangères de l'Assemblée nationale), François Clemenceau (JDD), Richard Malka (avocat) et Constance Le Grip (députée européenne d'Île-de-France). JULIEN DE FONTENAY POUR LE JDD

lité homme-femme. Je crois vraiment que le modèle européen peut être une source d'inspiration pour le monde. »

Pour redonner du pouvoir à l'Europe, l'unité des peuples est une condition première, a insisté, de son côté, Pascale Joanin, directrice de la Fondation Robert Schuman. « Nous représentons 28 pays reliés par des accords commerciaux depuis soixante-dix ans, alors que les vraies priorités aujourd'hui sont la sécurité, le contrôle de l'immigration et la lutte contre le terrorisme. Et 80 % des Européens veulent une défense européenne ! Mais nous n'avons pas de politique commune ; on ne donne pas à l'Union européenne les moyens d'agir. »

En matière de cyber-sécurité, des progrès ont été réalisés, a relativisé David Martinon, représentant spécial de la France pour les négociations internationales sur la société de l'information et l'économie numérique. « Dans un contexte tendu – plusieurs cyber-attaques

ont eu lieu durant la campagne américaine – on a bien avancé sur la cyber-sécurité et la protection des données. Un pôle crédible a été créé qui nous permet aujourd'hui de dialoguer d'égal à égal avec les Américains et les Chinois sur la question des données. »

Très engagé pour la liberté d'expression et de création, l'avocat Richard Malka a témoigné son attachement à l'Europe en appelant à « une transcendance des peuples », indispensable pour recréer un socle de confiance. « Pour moi, l'Europe a toujours été une utopie, une part de rêve, mais aujourd'hui ce n'est plus rien de cela. Il n'y a pas de fédération, pas d'élargissement et la libre circulation est en danger. On a perdu le sens des symboles. Et tout rapport de force. L'Europe devait être une protection et un idéal, et elle se montre incapable de forcer Google à payer ses impôts. Où est l'avocat de l'Europe ? » R.C.



Partage-t-on encore des valeurs communes ?

« Notre construction doit venir du désir »

Au lendemain de l'élection de Donald Trump à la présidence des États-Unis, la question des valeurs européennes se pose de manière plus vive encore. Harlem Désir, secrétaire d'État chargé des Affaires européennes, venu introduire cette ultime table ronde, rappelle qu'il serait dangereux de résumer l'Union à un marché : « L'Europe est la plus belle réalisation politique du XX^e siècle, mais elle n'est rien sans valeurs, il n'y pas de communauté politique sans les valeurs. » Sur ce continent qui a vu naître les deux guerres mondiales, la paix, la démocratie et les droits de l'homme sont évidemment des fondements. Pourtant, la montée des populismes en Europe ainsi que le Brexit, coup de tonnerre dans le paysage européen, sont la manifestation d'une profonde crise.

Que sont ces fameuses valeurs européennes ? Pour les participants, il ne semble pas qu'il y ait de raison de douter de leur existence. Ainsi, pour Stéphane Braunschweig, metteur en scène et directeur de l'Odéon-Théâtre de l'Europe, la culture tient une place tout à fait essentielle dans l'identité européenne : « En Europe, on a un théâtre d'auteurs, c'est un espace relativement homogène avec des traditions différentes, c'est cela l'Europe : un tout avec des différences. L'Europe, c'est l'endroit où l'on peut se métisser artistiquement. Et le métissage artistique, c'est une valeur. » Il a rappelé, par ailleurs, que le Vieux Continent est l'un des seuls espaces de cette taille dans le monde où les



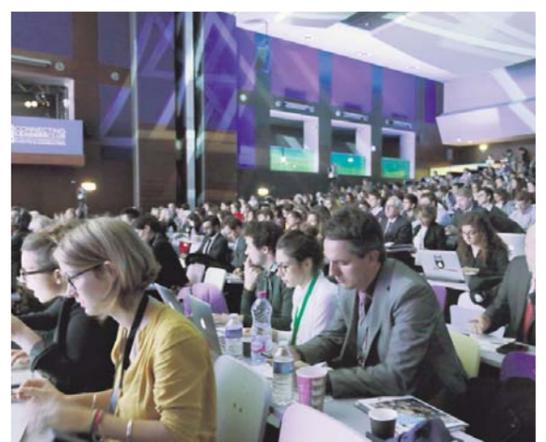
De gauche à droite : Patrice Trapier (JDD), Stéphane Braunschweig (Odéon-Théâtre de l'Europe), François Zimeray (ambassadeur de France au Danemark) et Jean-Dominique Giuliani (Fondation Robert Schuman). JULIEN DE FONTENAY POUR LE JDD

libertés fondamentales sont garanties et que « les Européens devraient être fiers de représenter un tel exemple d'émancipation ».

« Notre construction doit venir du désir »

Pour Jean-Dominique Giuliani, président de la Fondation Robert Schuman, la démocratie représente à ce titre une valeur fondamentale. Il considère que les élites politiques ont une grande responsabilité dans le désamour des peuples pour l'Europe. « Des dossiers aussi sensibles que la question des réfugiés devraient être gérés conjointement, en s'appuyant sur les valeurs communes. » François Zimeray, ambassadeur de France au Danemark, acquiesce : « Les dirigeants européens doivent avoir le sentiment profond de cette mission qui vient de très loin et qu'ils doivent transmettre. C'est un devoir de futur, et un devoir d'Europe. »

Mais que pensent les jeunes de l'Europe ? Pierre Maclouf, responsable du programme « Grands Enjeux contemporains » présente les résultats d'une étude réalisée sur la perception qu'ont de l'Europe des étudiants de licence. Pluralisme, démocratie, dignité de la personne sont les valeurs fortes qui ressortent. Cependant il existe une dualité entre le sentiment d'appartenance et la confiance dans la construction européenne. Ainsi, on considère que l'État est plus efficace sur les questions d'environnement ou de sécurité. Et c'est à l'aune de cette photographie de la jeunesse face à l'Europe qu'il faut entendre les paroles d'Axel Dauchez, fondateur et président de Make.org : « Aujourd'hui, la raison est impuissante face à la peur, donc notre construction doit venir du désir. » De quoi nourrir, pour l'avenir, quelques espérances. C.T.O.



De haut en bas : David Abiker (Europe 1) lors de la présentation de jeunes start-up, Fleur Pellerin (Korelya Capital) et Harlem Désir (secrétaire de l'État chargé des Affaires européennes). €Day a rassemblé un millier de personnes tout au long de la journée.

Sur lejdd.fr

Reportages, analyses, interviews, décryptages... Revivez, en textes, en images et en vidéos, la journée €Day couverte en direct par les étudiants de l'Institut Pratique du Journalisme.

Rendez-vous sur la page www.lejdd.fr/EDayParis