

22 juillet 2007

*Le Portrait*  
IL A MARQUÉ LA SEMAINE

# Ça roule pour Decaux



**PARIS, DIMANCHE DERNIER.** Jean-Claude Decaux n'a pas résisté au plaisir d'effectuer quelques tours de roues sur l'un de ses Vélib', les vélos mis en circulation dans la capitale. (KR IMAGES PRESSE/FABRICE ELSNER.)

**R**AYONNANT. En ce dimanche 15 juillet, jour d'inauguration de Vélib' à Paris, Jean-Claude Decaux savoure la victoire de son entreprise. Lui, le gaulliste qui fut très lié à Jacques Chirac, reçoit avec plaisir l'hommage du socialiste Bertrand Delanoë. Le roi de l'abribus et des panneaux d'affichage dispose désormais d'une vitrine capitale pour exporter ses petites reines à travers le monde. Tiré à quatre épingles dans son costume gris, l'homme sourit derrière ses fines lunettes, à peine aveuglé par le soleil de midi. Joli succès, l'année même de ses 70 ans. Il n'est pourtant plus à un succès près : cet admirateur de Kennedy ne se trouve-t-il pas à la tête d'une fortune professionnelle estimée par le magazine « Challenge » à quelque 4 milliards d'euros ? Six fois moins que l'homme le plus riche de France, Bernard Arnault, mais autant que la très proche famille Bouygues. Que de chemin parcouru en quelques décennies par ce patriarche qui dirige son entreprise d'une main de fer, entouré de ses trois fils dont les prénoms commencent par Jean, comme lui !

■ **Le coup de génie de l'enfant de Beauvais.** Fils d'un couple d'ouvriers devenus marchands de chaussures, Jean-Claude ne traîne pas longtemps sur les bancs de l'école. Employé dès l'âge de 15 ans dans le magasin familial, il profite un été de l'absence de ses parents pour couvrir sa ville de l'Oise d'affiches vantant les mérites des chaussures maison. Il a trouvé sa voie. Deux ans plus tard, il crée son entreprise de collage d'affiches publicitaires. Il a 18 ans, un scooter, un pot de colle et son ambition pour seuls bagages. Très vite, il monte en gamme. En observant des gens attendre leur bus sous la pluie, le jeune entrepreneur imagine en effet de créer des abribus pour éviter aux voyageurs de se tremper. Son coup de génie : financer ce service gratuit par de la publicité.

■ **Sulfureuse réputation.** Mais le roi de l'abribus ne se contente pas d'une seule couronne. Cet autodidacte entend gérer tout le mobilier urbain. Les bonnes vieilles vespasiennes ont besoin d'un coup de jeune : il lance les sanisettes. Les colonnes Morris prennent la rouille : il prend leur destin en main. Et conquiert pas à pas l'Hexagone, se

forgeant de solides amitiés auprès d'élus de tous bords. Ce qui favorise les soupçons. Corruption, favoritisme, passe-droits, contrats exorbitants, monopole indu... Les accusations se multiplient au fur et à mesure que l'homme d'affaires rafle les contrats de San Francisco à Chicago, en passant par Singapour et Bruxelles. Au point qu'un magistrat belge s'agace en 1992 de sa « politique agressive et non dépourvue de cynisme ». L'entrepreneur lui répond par voix de presse : « Comment voulez-vous faire des affaires sans être agressif. Nous sommes plus performants que les autres. »

■ **Jean-François, Jean-Charles et Jean-Sébastien.** « Porter

beau », telle pourrait être la devise du clan Decaux. Au cours des vingt-cinq dernières années, les trois fils du fondateur ont tous intégré le groupe. « Quoi que vous fassiez, vous ne faites jamais partie du clan des Decaux, même si vous êtes très efficace », témoigne, amer, un ancien collaborateur. Les deux aînés, Jean-François (48 ans) et Jean-Charles (38 ans), se partagent depuis sept ans la haute direction, tandis que le petit dernier, Jean-Sébastien (30 ans), continue à faire ses gammes. Point commun entre les trois, selon les mauvaises langues : « Les chaussures toujours impeccablement cirées. » Ce serait ne pas voir plus loin que le bout de

son nez. « Les deux aînés sont redoutablement efficaces. On leur doit notamment l'internationalisation du groupe et son entrée en Bourse en 2001, souligne un collaborateur. Même s'ils ne l'expriment jamais publiquement, il y a une compétition entre Jean-Charles et Jean-François. »

■ **Une éducation stricte.** Les deux intéressés se défendent d'une quelconque concurrence fratricide. « La fragilité d'une entreprise familiale, c'est la désunion. Ce qui nous caractérise, c'est une grande complicité et une grande complémentarité. Notre force est d'être très unis », assure Jean-Charles. « A partir du moment où on met le pied dans

l'entreprise, il faut se donner à fond », complète de son côté Jean-François. Tous deux reconnaissent avoir reçu « une éducation stricte et exigeante, qui accordait une grande importance à la valeur travail ». La preuve ? Entré dans le groupe depuis neuf ans, Jean-Sébastien, lui, n'a toujours pas sa place dans les instances de direction : « Il devra obtenir des résultats pour gagner sa place. » Il n'a pas été pris par surprise, son père a fait graver dans l'entrée de l'immeuble du siège à Plaisir (Yvelines) une devise du grand chef d'orchestre Karajan : « Seul le meilleur est acceptable. » En toute modestie.

OLIVIER AUBRY

## BIO EXPRESS

- **1937.** Naissance de Jean-Claude Decaux à Beauvais (Oise).
- **1959.** Naissance de son premier fils, Jean-François.
- **1964.** Création de l'entreprise JCDecaux.
- **1967.** La ville de Bordeaux charge JCDecaux d'installer des abribus.
- **1969.** Naissance de Jean-Charles.
- **1977.** Naissance de Jean-Sébastien. Installation des panneaux d'affichage dans Paris.
- **1992.** Condamnation pour corruption en Belgique, un jugement cassé par la cour d'appel en 1997.
- **1994.** Prise de participation dans Bouygues Télécom.
- **1998.** Jean-Sébastien entre dans le groupe.
- **1999.** Le groupe rachète Avenir, société de publicité extérieure du groupe Havas.
- **2000.** Jean-François et Jean-Charles accèdent au pouvoir en prenant la présidence tournante du directoire de JCDecaux.
- **2001.** Introduction en Bourse.
- **2005.** Lancement du vélo en libre-service à Lyon.
- **2007.** Lancement de Vélib' à Paris. 8 000 salariés chez JCDecaux. Chiffre d'affaires monde : 1,9 milliards d'euros.

## POUR

### « Il a su préparer la relève »

**FREDERIC DUVAL**, patron de Territoires publics, agence de conseil en relations publiques pour les collectivités locales

« **P**ARTIR DE RIEN, développer son idée envers et contre tous et réussir sur la durée : entrepreneur moi-même, je ne peux qu'applaudir au succès de JCDecaux. On ne parle pas assez en France de ceux qui réussissent, ni de la formidable aventure que constitue la création d'entreprise. Deuxième point très positif à mes yeux : le fondateur Jean-Claude Decaux a su préparer la relève en associant ses fils au développement de l'entreprise. C'est une excellente démarche que d'assurer ainsi la pérennité de son groupe et de l'étendre à l'international. Les Decaux sont des professionnels de l'affichage, lequel

est une nécessité pour les élus soucieux de communiquer avec leurs administrés. Un affichage bien réalisé constitue un vecteur de communication extrêmement efficace. Ce qui peut perturber, c'est que, rien n'étant gratuit, le financement se fait souvent par de la publicité, qui n'est pas toujours bien acceptée. Il y a un équilibre à trouver. Mais quand un maire accepte un contrat avec JCDecaux, ce n'est pas sous la contrainte. Des excès ont pu avoir lieu autrefois, mais la réglementation a bien changé et il ne faut pas être systématiquement soupçonneux. »

PROPOS RECUEILLIS PAR O.A.

## CONTRE

### « Des professionnels de la rente »

**GEOFFROY COOMANS DE BRACHENE**, conseiller communal MR (centre droit) de la ville de Bruxelles (Belgique)

« **L**ES DECAUX se présentent comme des partenaires des collectivités, mais ce sont avant tout des professionnels de la publicité et de la rente. Ils ne se préoccupent que dans une moindre mesure du confort des utilisateurs et des besoins réels des villes. C'est d'autant plus ennuyeux que leurs contrats lient souvent les collectivités pour des années. Un exemple parmi d'autres : la mise en place à Bruxelles en 2006 de vélos en libre-service par JCDecaux. Un véritable fiasco. Le système se révèle extrêmement coûteux pour la ville et pose de multiples problèmes, au point que la région vient de com-

mander un audit pour comprendre comment on en est arrivé là. Les vélos à Bruxelles sont encore plus lourds que ceux de Paris. Ils sont en outre peu maniables. Résultat : les utiliser sur les pavés de la capitale s'apparente à un calvaire. Les clients ne s'y trompent pas puisqu'il se loue moins d'une centaine de vélos par jour... Je serais tenté de dire que tout cela est une vaste blague. Mais le problème porte aussi sur les abribus, facturés à la ville 10 000 € pièce, alors que nombre d'entre eux sont occupés par de la publicité dont les revenus vont dans les caisses de JCDecaux. »

PROPOS RECUEILLIS PAR O.A.