

VERBATIM



« Le PS est devenu une grosse bureaucratie politique, qui consacre 80 % de ses ressources à son fonctionnement interne. »

PASCAL LAMY, directeur général de l'OMC, membre du PS

« Le capitalisme, le vrai, a des fondements éthiques, moraux et métaphysiques. »

HENRI GUAINO, conseiller spécial du président Sarkozy

« Reconduire Ben Bernanke à la tête de la Réserve fédérale [...], c'est comme confier à un médecin coupable de mauvais traitements la charge de trouver un remède miracle. »

STEPHEN ROACH, directeur Asie de Morgan Stanley

« Deux crises n'ont jamais rien en commun, excepté la nature humaine. »

ALAN GREENSPAN, ancien président de la Fed

Marketing

LA PERCÉE DU « SATISFAIT OU REMBOURSÉ »

PENDANT LA CRISE, le marketing continue. Après les casseurs de prix dans les supermarchés et les billets d'avion *low cost* arrive la mode du « satisfait ou remboursé » culturel. Emballés par le dernier livre de Samuel Benchetrit, *Le Cœur en dehors*, les magasins Virgin proposaient cet été de rembourser les acheteurs déçus par le roman. Un ticket de caisse et quelques lignes d'explication suffisaient pour obtenir un bon d'achat équivalant au prix payé. Bilan : 3 000 exemplaires vendus, soit trois fois plus que le précédent ouvrage de l'auteur, et seulement 1 % de retours.

Dans le domaine éducatif, Acadomia décline la formule sous le slogan « bachelier ou

Virgin a dû offrir un bon d'achat à 1 % de ses clients lecteurs du dernier Samuel Benchetrit, déçus par le livre.



FLORENT DUPUYSSA

payé ». Depuis le 16 septembre et jusqu'au 31 octobre, le spécialiste du soutien scolaire s'engage à restituer aux parents leur investissement en matière grise si leur ado rate son bac. Deux conditions : participer assidûment aux soixante heures de cours et faire ses devoirs. Sur les

245 euros mensuels versés par la famille, Acadomia promet de rembourser la partie non déductible des impôts, soit 147,50 euros.

Le secteur du loisir n'est pas en reste, avec des assurances « soleil en été » et « neige en hiver ». Ainsi, moyennant le paiement d'une garantie climatique de 67 euros, Pierre & Vacances rend 150 euros à ses clients plaisanciers déçus par la grisaille. L'entreprise s'y retrouve : sur les 4 000 garanties vendues, 35 seulement ont fait l'objet d'un remboursement (0,9 %). Alors, après les livres, les cours particuliers et les vacances, pourquoi ne pas tester l'idée du « satisfait ou remboursé » sur les sites de rencontres? ♦

Franck Dedieu



INDISCRETIONS

Baccarat convoité

Le milliardaire franco-algérien Prosper Amouyal serait prêt à acquérir Baccarat, après avoir racheté les cristalleries Daum et Lalique. Son propriétaire actuel, le groupe hôtelier Starwood, dément vouloir vendre, mais le dossier circulerait. Prosper Amouyal ajouterait ce joyau au pôle luxe et arts de la table qu'il a commencé à constituer en 2004 en rachetant le porcelainier Haviland, et qui pèse 100 millions d'euros.

Des PME en pointe sur le durable

Areva, Vinci, Eiffage, Iveco, Cegelec, la SNCF et EDF ont répondu à l'appel de deux PME rhônalpines pour intégrer les valeurs du développement

durable dans leur stratégie d'achats. Des responsables de ces grands groupes ont donc participé à cet événement organisé en septembre par le distributeur



lyonnais **Outilacier** et par le fabricant stéphanois d'outillage

à main **Sam**, en soulignant la nécessité de maintenir et d'encourager les savoir-faire industriels locaux.

« L'Age d'or hollandais » à Paris

Marc Restellini, directeur de la Pinacothèque de Paris, estime à « 2 à 3 millions d'euros en équivalent couverture média » le montant du partenariat conclu avec *Paris-Match* et *France Info* autour de sa nouvelle exposition, « L'Age

d'or hollandais ». Organisé avec le Rijksmuseum, l'événement doit beaucoup à l'amitié entre Marc Restellini et Wim Pijbes, son homologue amstellodamien. Les deux hommes avaient travaillé autour de la collection du Dr Rau, quand ils dirigeaient respectivement le musée du Luxembourg et le Kunsthal de Rotterdam.

PSA accélère en Chine

Peu satisfait de ses parts de marché en Chine, PSA veut doubler la part de Peugeot et de Citroën (à 8 %) avant 2015. Pour cela, le français prépare des véhicules mieux adaptés à la demande chinoise avec Dongfeng, son partenaire local. PSA réfléchit aussi à un second joint-venture sur une offre de véhicules utilitaires ainsi qu'une plate-forme de véhicules à bas coût.