

# Le budget mobilité va donner un sérieux coup de boost aux acteurs du secteur

À l'heure de l'ouverture du Salon de l'auto, l'adoption du budget mobilité va donner un sacré coup de boost aux nouvelles initiatives dans ce domaine, qui y seront également présentes.

BENJAMIN EVERAERT

Ils sont au moins des dizaines, les start-ups et les nouveaux acteurs de la mobilité à se frotter les mains. Deux jours avant l'ouverture du Salon de l'auto, une fumée blanche est arrivée de la commission Finances de la Chambre. Le budget mobilité devrait devenir une réalité à partir du 1<sup>er</sup> mars. «C'est une bonne nouvelle. Même s'il reste d'autres étapes à franchir», pointe Etienne Rigo, CEO de Modalizy.

Au Salon de l'auto, on est également tout sourire. Bien conscients que l'automobile ne peut plus vivre en vase clos, les organisateurs ont lancé l'an dernier We Are Mobility. Ils remettent cela cette année pendant les 4 premiers jours du salon (y compris ce vendredi pour la presse). Cet événement regroupe bon nombre de nouveaux acteurs de la mobilité mais aussi des plus anciens comme toutes les grandes entreprises de transport en commun. «Le budget mobilité est une très bonne nouvelle. On a constaté que les membres de la coalition sortante ont continué à mener à bien ce projet», indique le président de la Febiac, Philippe Dehennin qui avoue que le secteur n'y croyait plus.

La Febiac n'a pas eu gain de cause sur toute la ligne. Elle proposait que le seuil des 95 grammes pour les voitures moins polluantes de CO<sub>2</sub> n'arrive que progressivement. Un



L'entrée en vigueur le 1<sup>er</sup> mars du budget mobilité va favoriser la mobilité alternative et toutes les entreprises qui gravitent autour d'elle. © BELGA

amendement qui n'a pas été reçu par le politique. Pas question non plus d'avoir un scooter dans le deuxième pilier. Il n'empêche. Si des travailleurs commencent à opter pour ce budget mobilité, un deuxième pilier important va se dégager pour la mobilité alternative. De quoi alimenter les fonds de toutes ces start-ups et initiatives de mobilité alternative. «La question pour de nombreux acteurs est d'atteindre

une masse critique pour atteindre la rentabilité et le budget mobilité devrait les aider à y arriver», dit Dehennin.

Pour le salon, We Are Mobility est d'ailleurs une initiative coûteuse. «Ce salon mobilité est un investissement de la Febiac. Il n'est pas rentable, nous finançons, mais il faut se projeter vers le futur», insiste Pierre Lalmand, directeur du salon. Ce qu'on aimerait, c'est que We Are Mobility dure pendant toute la durée du Salon de l'auto, mais

la moitié des exposants ne savent pas encore se le payer. Des acteurs comme DriveNow (BMW), Poppy de D'Ieteren ou Europcar souhaiteraient ainsi que le volet mobilité du salon dure plus longtemps. Si le budget mobilité ramène de l'argent dans la poche des nouveaux acteurs de la mobilité, cela pourrait devenir plus facile.

Pierre Lalmand n'exclut pas de rebaptiser le Salon de l'auto d'ici

«Il faudra attendre les arrêtés d'exécution avant de vraiment pouvoir convaincre les employeurs.»

ÉTIENNE RIGO  
CEO DE MODALIZY (OCTA +)

3 ans pour un nom plus axé sur la mobilité. Plusieurs noms sont en train d'être déposés par la Febiac, comme Brussels Beautiful Mobility ou BBM. Une étape logique serait de mettre le salon mobilité dans «flux» du Salon de l'auto et non dans un palais séparé.

Les offres vont affluer

Le budget mobilité permet en tout cas à tous ces acteurs de se mettre en ordre de bataille. Jeudi, Lab Box, la filiale mobilité de D'Ieteren, a annoncé le lancement d'un tout nouveau service de gestion de flottes de véhicules au sein des entreprises baptisé MyMove. Le service va se focaliser sur une aide aux «flottes d'entreprise partagées et composées de voitures de tous types, de vélos électriques, de scooters électriques, de trottinettes électriques et d'une application pour gérer l'accès à ces derniers», indique Valentin Haarscher, associé chez Lab Box. En plus d'une fiscalité nettement plus attractive, le récent feu vert pour le budget mobilité va largement simplifier la communication autour du projet MyMove: plus de problème d'interprétation, les textes de loi puis les arrêtés d'exécution fixeront un cadre clair et précis.

Etienne Rigo de Modalizy est également prêt. Sa société a élaboré une solution de paiement intégrée qui permet de tout payer au niveau mobilité. «Nous pouvons donner accès à tous les services acceptés par le pilier 2 et en tenir la comptabilité», dit-il. Mais il faudra attendre les arrêtés d'exécution pour savoir concrètement comment sera calculé le budget disponible dans chaque pilier. En attendant, je ne pense pas qu'un employeur a tous les éléments en main pour rendre l'offre sexy», insiste-t-il.

## ALIMENTAIRE

### Ferrero toujours en piste pour des actifs de Campbell Soup

Le groupe de confiserie italien Ferrero, fabricant entre autres du Nutella et de la marque Kinder, a été retenu pour participer au second tour des enchères pour les activités internationales du fabricant de soupes américain Campbell Soup, selon Reuters qui cite des sources proches du dossier. Ferrero se retrouve ainsi en concurrence avec d'une part les géants agroalimentaires américains Kraft Heinz et Mondelez International et, d'autre part, les fonds d'investissement Bain Capital, KKR et Fintrek Capital Hong Kong. La transaction pourrait rapporter jusqu'à 3 milliards de dollars (2,6 milliards d'euros) à Campbell Soup. Sous la pression d'investisseurs activistes, dont Dan Loeb, Campbell a annoncé fin août son intention de céder ses activités à l'international et sa division de produits frais.

## DIABLES ROUGES



L'Union belge de football s'attend à réaliser un résultat financier d'environ 8 millions d'euros en 2018. C'est le fruit de l'accession des Diables Rouges en 1/2 finale de la Coupe du monde qui fait entrer plus de 20 millions dans les caisses de la Fédération.

«C'est crucial pour parvenir à une économie plus durable. Les consommateurs sont prêts à acheter des appareils de qualité qui durent plus longtemps...»

KRIS PEETERS  
MINISTRE DE L'ÉCONOMIE

Le géant de l'électronique sud-coréen Samsung a ouvert à Anvers son premier centre de services de Belgique, en présence du ministre (CD&V) Kris Peeters.

## AUTOMOBILE

### La grève se poursuit chez Mercedes Europa

Des piquets de grève ont à nouveau été installés ce jeudi matin à l'entrée de Mercedes Europa à Woluwe-Saint-Lambert, même si la réunion qui s'est tenue mercredi soir a livré un début d'avancées positives, a indiqué une syndicaliste à l'agence Belga. La poursuite de la grève entamée mardi a été décidée «à une large majorité» ce jeudi matin par une assemblée du personnel. Depuis plusieurs mois, les discussions avec les travailleurs portent sur trois points: une prime de partage des bénéfices, l'attribution de chèques-repas et une harmonisation des contrats des vendeurs de voitures neuves et d'occasion. Selon les syndicats, il s'agit de revendications «historiques» qui datent d'il y a dix ans.

## Quatre groupes de biopharma sur cinq tardent à se numériser

La transformation digitale est souvent invoquée, mais plus rarement appliquée, dans le secteur de la biopharma, selon une étude faite par Deloitte et le MIT.

MICHEL LAUWERS

L'industrie de la biopharma est-elle en train de louper sa transformation numérique? Le bureau conseil Deloitte a mené l'enquête dans le secteur à l'échelle du globe. Ses limiers ont interrogé les responsables de 68 groupes pesant au moins un milliard de dollars de chiffre d'affaires en Amérique, en Europe, au Moyen-Orient et en Asie du Sud-Est. Il s'agit de géants comme Amgen, J&J, Roche, etc. La conclusion principale de ce rapport que Deloitte a corédigé avec la Sloan Management Review du Massachusetts Institute of Technology (MIT): seuls 20% des dirigeants estiment que leur groupe est mature au plan numérique. Plus interpellant encore: il semble y avoir un gros écart entre la vision et l'exécution de la transformation numérique dans une majorité d'entreprises. Car si 25% des biopharma pensent être au début de leur mue et 55% au milieu de leur développement, ce qui fait un total de 80% en plein chantier, elles sont néanmoins 58% à juger cette refonte comme une des principales priorités de leur direction. Et trois-quarts d'entre elles s'attendent à percevoir les dividendes de leurs initiatives numériques au cours des cinq prochaines années. Autrement dit, nombre de patrons de biopharma se voient plus avancés qu'ils ne le sont réellement.

Il s'agit pourtant d'une réforme clé. «80% de ces groupes risquent de perdre des parts de marché ou d'être repris par leurs concurrents», dit le rapport. «On observe souvent que la trans-

formation n'est pas complète, explique Benoît Brouwers-Dierickx, le responsable des sciences de la vie chez Deloitte Belgique. L'entreprise a par exemple effectué des investissements dans les technologies et croit que cela suffit.» Que faut-il faire, docteur? «Adopter une vision et veiller à ce qu'elle soit réellement appliquée. Il ne suffit pas d'investir, il faut aussi mesurer sur le terrain l'impact du changement. Une manière de procéder consiste à choisir un marché spécifique et à y mettre en place une nouvelle organisation (centre digital, personnel...), puis d'y mesurer les résultats obtenus à maximum douze mois. On pourra ensuite étendre la transformation à ses autres marchés, l'ensemble s'inscrivant dans une vision à 5 ans.»

L'enquête a aussi cherché à identifier les principaux obstacles à la mue digitale. Le premier est culturel et renvoie à la volonté de changement, qui n'est pas toujours partagée à tous les niveaux de l'entreprise. Un deuxième surgit quand la vision est restée trop générique: «On investit par exemple dans les processus, mais pas dans les compétences nécessaires», pré-

58%

58% des grands groupes de biopharma considèrent la transformation numérique comme une des priorités de leur direction.

cise Brouwers-Dierickx. Un troisième concerne le financement du changement: «On voit dans nombre de cas que le financement a été établi, mais pas l'allocation optimale des fonds par rapport à la vision. C'est par exemple l'entreprise qui voudra faire comme le concurrent ou comme le marché, plutôt que de se consacrer à sa seule vision.»

### Changer de CEO

Une des mesures faciles à prendre pour réussir la transformation consiste à recruter un CEO d'un nouveau genre... «Par tradition, l'industrie biopharma se dote de dirigeants partageant les mêmes compétences. Aujourd'hui, le marché évolue: les patients deviennent des consommateurs, ils vont eux-mêmes sur internet pour tenter d'établir leur diagnostic avant de consulter... Les biopharma doivent adopter une approche 'consommateur-centrique'. C'est la raison pour laquelle elles vont de plus en plus recruter des CEO dans les secteurs des biens de consommation ou de la distribution.» Dans la foulée, Deloitte recommande qu'elles modifient leur business model axé jusqu'ici business-to-business: la numérisation doit leur permettre d'accéder directement à ces nouveaux clients. Leur modèle d'affaire devient plus complexe et plus orienté business-to-consumer.

L'enquête n'a pas été jusqu'à sonder les biopharmas belges. Notre écosystème est, il est vrai, de plus en plus ouvert aux start-ups et scale-ups biotech. «Celles-ci se transforment plus rapidement que les grandes biopharmas», note Benoît Brouwers-Dierickx. Pour deux raisons: parce qu'elles sont plus agiles vu leur taille, et parce qu'elles accèdent plus vite et à moindre coût aux technologies. Elles sont de plus nombreuses à faire les bons choix technologiques.» Pas de souci à se faire pour elles, donc...



Les géants biopharma doivent réinventer leur business model.