

SUEZ - GAZ DE FRANCE

## En attendant le verdict de Sarkozy

Après dix-huit mois de rebondissements, cela ressemble à la fin du film. Selon nos informations du 28 août, au moment du bouclage du *Point*, la décision finale concernant le projet de fusion Suez-GDF était programmée pour la fin de la première semaine de septembre. Et la tendance paraissait nettement défavorable. Gérard Mestrallet, le patron de Suez, a envoyé les 12 et 21 août deux lettres au président de la République – sans en informer son homologue de GDF Jean-François Cirelli –, dans ce qui ressemble à une dernière tentative pour sauver



Nicolas Sarkozy et Gérard Mestrallet, le patron de Suez

la fusion... ou bien à un ultimatum destiné à l'enterrer une fois pour toutes! Tout est parti d'un rendez-vous le 1<sup>er</sup> août entre Gérard Mestrallet et le président de la République. Nicolas Sarkozy a alors affirmé au PDG de Suez son exigence d'une fusion dans laquelle l'Etat se retrouverait avec au moins 40 % du capital de la nouvelle entité (les valorisations boursières ne lui en donneraient que 31 %), et ce sans verser aux actionnaires

**SARKOZY PRÉCONISE UNE VENTE PAR SUEZ DE SES ACTIVITÉS ENVIRONNEMENT**

de Suez un dividende exceptionnel, jugé politiquement inacceptable. Au passage, Nicolas Sarkozy a confirmé qu'il préconisait une vente par Suez de ses activités environnement (eau, déchets, etc.), afin de le faire « maigrir » face à GDF. Une option toujours rejetée par Mestrallet. Qui s'entête. Dans sa lettre du 21 août, ce dernier propose que ce soit l'Etat qui se charge du rééquilibrage, en transférant à GDF les parts de Suez

qu'il détient indirectement, notamment via la Caisse des dépôts. L'autre solution envisagée par Mestrallet consiste à fusionner GDF avec la seule division « énergie » de Suez, plus à sa mesure, cotant séparément en Bourse la division environnement. Le tout serait coiffé par un holding Suez. Sans être formellement un ultimatum, ces propositions de la dernière chance pourraient bien provoquer un « niet » définitif de l'Elysée. Car ces solutions sont bien complexes et n'apporteraient que peu de bénéfice politique à la présidence. Nicolas Sarkozy, qui n'a jamais été un chaud partisan de la fusion, amorcée par Dominique de Villepin, verrait peu d'utilité à se « mouiller », surtout s'il y a des risques d'agitation sociale dans la division environnement de Suez, dont elle représente plus de 80 % des effectifs français. Le calendrier politique du gouvernement, notamment sur le contrat de travail unique, est déjà assez sensible... ■

ÉTIENNE GERNELLE

### ACTIF

Le constructeur informatique taïwanais prend du galon. En rachetant son rival américain Gateway, Acer passe devant le chinois Lenovo et se hisse à la troisième place mondiale des fabricants d'ordinateurs. Ainsi, le nouvel ensemble Acer, qui produira 20 millions de PC par an, fait désormais figure de rival de taille pour HP et Dell.

### PASSIF

Eni, l'entreprise pétrolière d'Etat italienne, subit un grave revers au Kazakhstan. Le gouvernement d'Astana lui retire pour trois mois les travaux de développement du champ géant de Kachagan, en mer Caspienne. Il lui reproche les retards et le dérapage des coûts du projet. En fait, il veut renégocier le contrat dans lequel Total est aussi associé.

PRODUIT DE L'ÉTÉ

## Le parapluie, invité surprise

Les quelques rayons de soleil qui dardent en cette fin de mois d'août n'y changeront rien. L'été le plus pluvieux depuis trente ans a fait du parapluie une vedette inattendue. Un parapluie, oui, mais un Piganol. Depuis cinq générations, la société Piganol est installée à Aurillac. Leader européen, la société cantalienne a vu cet été ses ventes grimper de 60 %. Les touristes trempés ont d'abord acheté en masse des pépins premiers prix. Normal, si on les égare, on n'aura pas perdu grand-chose. Mais le haut de gamme s'est bien défendu aussi. Les parapluies Piganol



L'accessoire indispensable de l'été : un parapluie Piganol

labélisés « Aurillac » ont en effet profité de la ruée. Vendus de 50 à 70 euros pièce, les « Aurillac » de Piganol, symboles de la qualité « made in France », se déclinent en quatre familles (création, fantaisie, prestige et tradition). En même temps qu'une protection contre les intempéries,

ils se veulent un véritable accessoire de mode. On peut même commander par Internet des parapluies personnalisés (avec sa photo imprimée sur la toile, s'il vous plaît). Mais ce produit-là ne s'adresse pas à ceux qui sont pressés d'aller chanter sous la pluie ■ LAURE ALAZET