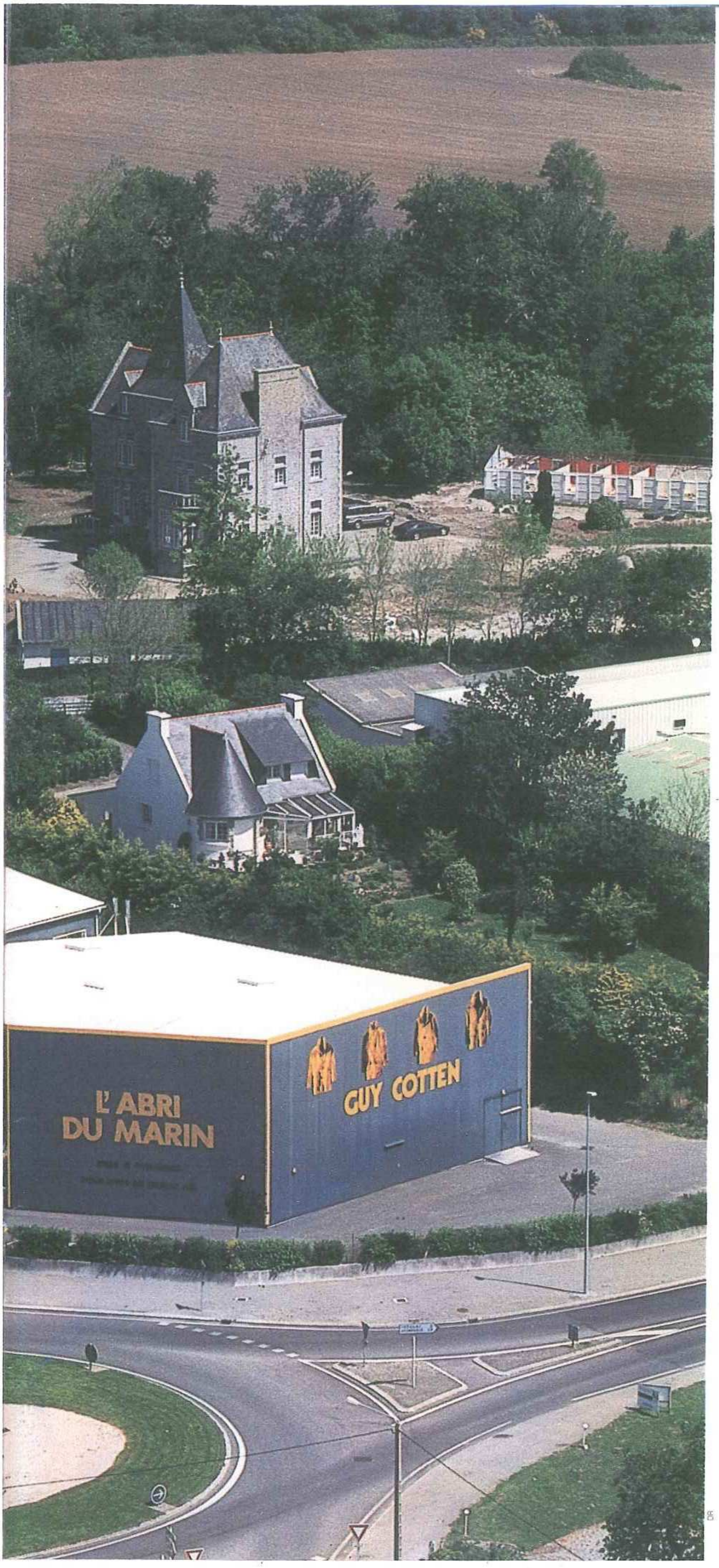


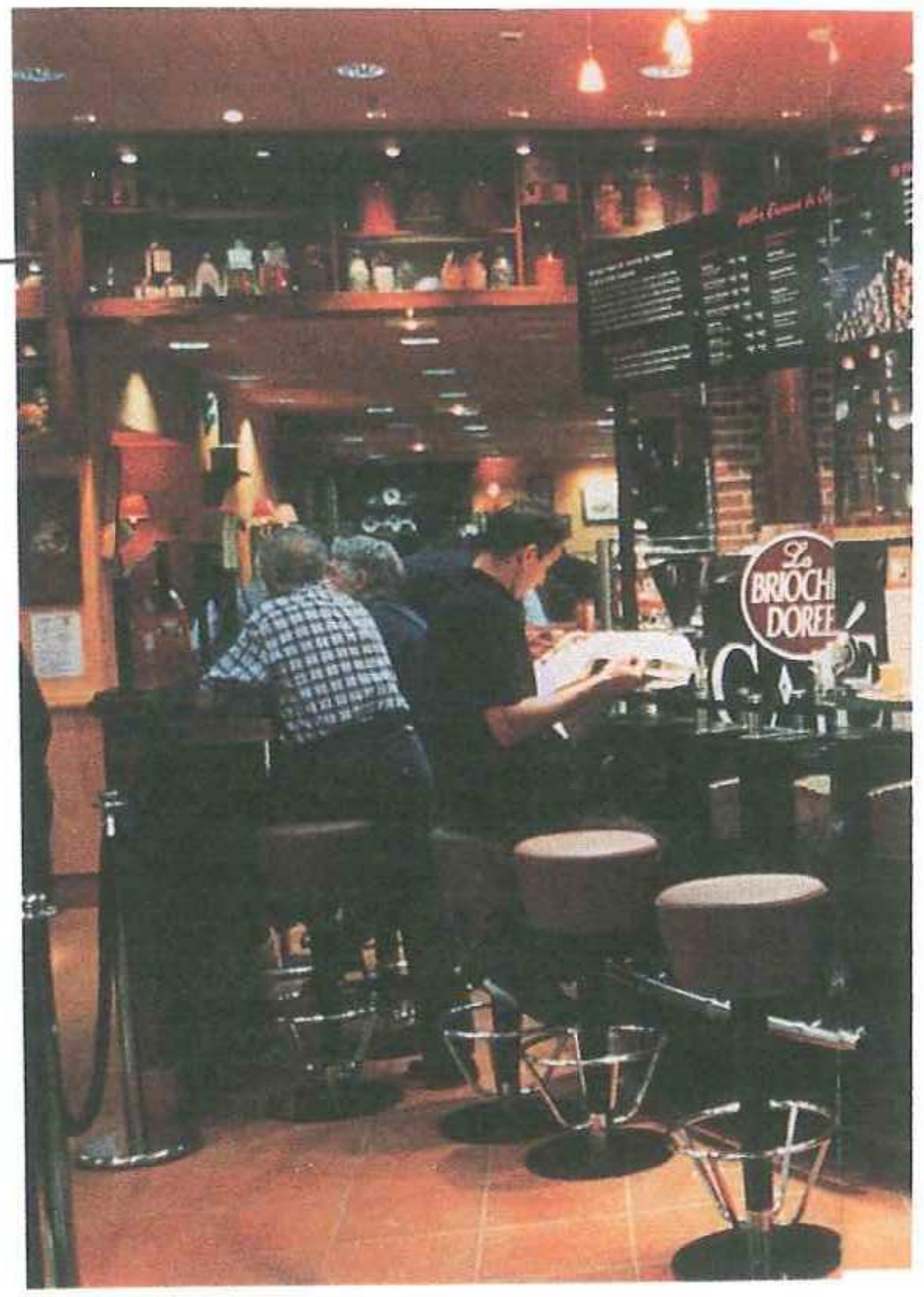
DR

Parce qu'ils sont persévérants, qu'ils aiment le travail bien fait, qu'ils savent s'adapter, les patrons bretons ne sont pas les derniers dans la course imposée par la mondialisation. Des traits culturels ?

Céline Bertheaume, Florent Cailleau, Pierre Gyéjacquot, Aude Le Hebel et Mallorie Péron

Il y a le folklore. Les employés de la firme Whaou, reine de la crêpe fourrée, travaillant en musique, au son du biniou-batterie, d'Alan Stivell et de quelques autres. Ou encore Steven Spielberg n'hésitant pas, depuis la côte Pacifique, à passer commande à Pont-Aven de galettes bretonnes Traou Mad. Et puis, tout aussi authentiques, et presque déjà au panthéon des gloires locales, voici les « phares », ces patrons qui depuis longtemps s'imposent sur le devant de la scène économique : Yves Rocher, François Pinault (Pinault-Printemps-Redoute), Vincent Bolloré, Jean-Guy Le Floch, d'Armor Lux, voire Patrick Le Lay, de TF 1. Autant de repères d'un savoir-faire – et d'un savoir-être – nourris ici, qu'ils soient portés par la lande ou les embruns. Il y a surtout, au-delà du cénacle des ténors, les 300 à 400 PME bretonnes travaillant à leur internationalisation avec la Mission régionale de coordination du commerce extérieur breton (Mirceb). Autant d'indices convergents pointant du doigt une dynamique. Comme si, bien au-delà du gotha des acteurs du très sélect Club des trente, les patrons d'Armorique avaient tous leur potion du succès. Un breuvage savamment dosé – une mesure d'acharnement et de courage, quelques gouttes de réflexion stratégique pour s'adapter au terrain – qui ferait la différence. Les Bretons ont du caractère et savent ce qu'ils veulent, dit-on. La formule vaut mieux qu'un cliché. « Ils ont un profil constant : plus que du pragmatisme, observe l'Aveyronnais Michel Chabrat, de la Mirceb, c'est de l'énergie qu'ils dégagent, de l'opiniâtreté. » Une opiniâtreté qui, chez certains, peut aller jusqu'à une prise de risques maximale. ●●●

Economie La Bretagne à la conquête du monde



●●● Originaire de Saint-Yvi (Finistère), Guy Cotten en est l'illustration. Lorsque, dans les années 1960, il quitte son activité de commercial chez un fabricant de vêtements de travail d'Epinal pour se lancer dans le ciré marin, certains sont perplexes. Mais Cotten a de la suite dans les idées. Il a entendu parler d'un tissu révolutionnaire, le Nylon enduit, plus solide que le coton, et décide de miser dessus. Le succès n'est pas immédiat et l'intéressé se heurte à l'hostilité des marins, d'abord sceptiques face à une nouveauté qui ne leur inspire guère confiance. Le Breton ne se démonte pas et s'en va prouver aux gars de la marine, couteau à l'appui, que son produit est indéchirable. Qu'importe qu'on l'interpelle en breton. Lui, « l'étranger aux chaussures vernies », répond du tac au tac, gagnant finalement la confiance de ses interlocuteurs, convertis.

Cette persévérance, ils sont nombreux, chacun à leur façon, à la décliner. Faute de moyens financiers, Monique Poulet et Michel Perzinsky, les gérants d'Algo Plus, trouvent leur voie au début des années 1990 en faisant visiter aux curieux leur « antre » de Roscoff. Au passage, bien sûr, ils les conseillent. S'enhardissant, le duo élargit petit à petit son audience en voguant de Salons en « événementiels », du Tour de France à la voile au Grand Prix des multicoques. Autres manifestations, même registre pour Erwan Jestin avec sa bière et son thé aux algues de la marque Tonnerre de Brest. « En sillonnant l'Hexagone, je me tiens à l'écoute de consommateurs de plus en plus demandeurs de produits naturels ou biologiques », confirme le Brestois.

PDG de Rolland-Flipi, Yves Rolland a un mot d'ordre : « Ne jamais baisser les bras. » Même lorsque la situation semble délicate. Comme en 1995, à l'occasion de ses premiers contacts au Japon. Face à l'exigence nippone, il lui faut s'accrocher, convaincre, en d'interminables négociations, et aussi se faire aux goûts très particuliers de sa clientèle du Soleil-Levant, plutôt regardante en matière de teneur en sucre ou d'arômes dans ses crèmes glacées. « La vanille européenne passait mal », se souvient l'intéressé. N'empêche, surmontant ces obstacles, Rolland SA, plus connue sous le nom de Flipi, s'est hissée au troisième rang des producteurs français de crème glacée industrielle.

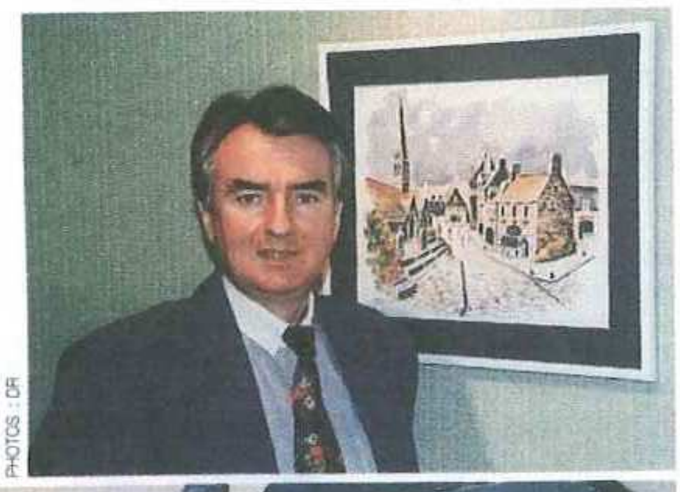
Industrielle, Scarlette Le Corre ne l'est pas. A Penmarc'h, son registre est celui de l'artisan pêcheur reconverti dans l'algoculture et la transformation des algues pour l'agroalimentaire. Seule depuis vingt ans sur son bateau, *Mon copain JP*, elle n'a pas peur d'affronter la houle finistérienne, ni même, depuis la côte, des terres plus éloignées où accostent ses produits, comme l'Angleterre, l'Irlande, la Belgique ou l'Italie.

Les patrons du cru apportent aussi leur touche personnelle au pilotage de leurs entreprises

Bien sûr, cette symbolique du fort tempérament ne suffit pas à assurer à elle seule une trajectoire professionnelle. Les patrons du cru apportent aussi leur touche personnelle au pilotage de leurs entreprises. Celle de Louis Le Duff est à la fois universitaire et pragmatique. Fils de maraîcher, né entre Plouescat et Cléder, le jeune Le Duff a rodé sa fibre entrepreneuriale tout au long d'un parcours académique qui a conduit ce diplômé de l'Ecole supérieure de commerce d'Angers (également titulaire d'un MBA de l'université canadienne de Sherbrooke) à monter, en 1974, la société de restauration collective Restaurel. Au préalable, il a aussi fait ses premières armes en enseignant l'économie à l'ESC Rouen puis à l'IUT de Rennes. Moins un intermède qu'une étape indispensable pour financer son projet. Moyennant quoi, lorsqu'elle est revendue à Sodexho, en 1976, Restaurel compte dans son escarcelle 40 restaurants.

A l'image d'Alexis Gourvennec, patron de Brittany Ferries, surnommé le « paysan-directeur général », Louis Le Duff est devenu le « professeur-directeur général », mettant en orbite un groupe familial de 540 millions d'euros de chiffre d'affaires dont le vaisseau amiral, la Brioche dorée, représente 259 restaurants.

Fer de lance tricolore en matière d'agroalimentaire, l'entreprise revendique son attache régionale. Elle la cultive même, comme l'atteste sa présence sur le site de la faculté des métiers de Ker Lann. Situé à 10 kilomètres au sud de Rennes, ce campus se veut le point d'ancrage d'un vaste pôle mêlant nutrition, santé, gestion hôtelière, restauration et tourisme. Le site est aussi l'illustration de l'importance d'une filière qui, selon Le Duff, va « de la fourche à la fourchette ». Il s'apprête à accueillir des professionnels reconnus, du Dr Bouderlique, président de l'Institut de nutrition européen, à Monique Lenormand, vice-présidente de l'Association agroalimentaire de Bretagne, en passant par Jean-Michel



PHOTOS : DR

P. DAGUIZAN

De haut en bas :
Louis Le Duff (la Brioche dorée),
Michel Perzinsky (Algo Plus)
et Yves Rolland (Rolland-Flipi).