

Cochon breton en Chine.

La stratégie de X. Fontanet

Ronan Larvor

« Je vais vous ouvrir les yeux en m'appuyant sur mon expérience à Essilor, qui a conquis la Chine ». Xavier Fontanet croit aux opportunités du marché mondial et estime que les producteurs bretons doivent améliorer leur stratégie commerciale. Pour lui, la réussite passe par la diminution de la sphère publique en France. Un leitmotiv vécu comme une « provocation » par un conseiller régional socialiste.

Xavier Fontanet.



Xavier Fontanet, 67 ans, Morbihannais de naissance, d'une mère léonarde et de Joseph Fontanet, l'ancien ministre de Georges Pompidou, assassiné en 1980, a désarçonné la salle pleine de l'Arthémuse lundi soir à Briec. L'ancien directeur général de Bénéteau, P-DG d'Essilor, président du comité d'éthique du Medef, contributeur de la Commission pour libération de la croissance française de Jacques Attali, a développé avec entrain, en multipliant les références à ses amis du Cac 40, ou aux chefs d'État qu'il a côtoyé, son credo pour libérer la croissance.

« Tout le monde a peur de la mondialisation, dit-il. Moi, j'ai vécu la mondialisation heureuse. Essilor au début était une petite entreprise de la Meuse dont le patron génial a inventé le verre progressif. On a conquis le monde. La mondialisation dès que l'on a un truc de plus, devient extraordinaire. Avec le cochon, les Bretons ont ce potentiel. Je pense que le porc breton est compétitif mais on a un drame national. La sphère publique c'est-à-dire l'État, les collectivités

locales plus le coût du social, représente 57 % du prix Produit intérieur brut français. C'est beaucoup plus que l'Allemagne (44 %), la Nouvelle Zélande. Il faut donc commencer par baisser les coûts car nos entreprises paient beaucoup plus d'impôts et de charges. Voilà où est le différentiel de prix de 25 centimes le kilo pour le cochon ». Xavier Fontanet souhaite donc 250 milliards d'économie d'argent public sur 10 ans.

Le discours a fait bondir Martin Meyrier, conseiller régional socialiste. Il a défendu la nécessité des dépenses publiques pour l'aménagement du territoire de régions comme la Bretagne, en prenant l'exemple de la stratégie numérique de la région pour ne laisser personne au bord de la route.

Les clefs chinoises

« Si les Chinois viennent en France, c'est qu'ils ont des problèmes et que nous avons des opportunités, continue l'économiste. Ils ont un problème de fiabilité comme on l'a vu avec le lait. Ils ont également un problème de terres agri-

coles. Elles disparaissent en quantité vue l'expansion des villes. Il y a donc une énorme opportunité avec les Chinois. Mais il faut discuter, demander des contreparties, ne pas se limiter à un seul client mais aller voir les concurrents. Cela demande beaucoup de travail sur le terrain, en Chine pour regarder les habitudes de consommation. Il faudra peut-être arriver à produire un cochon avec un goût spécial qui leur plaira ».

« Quand vous travaillez avec des Chinois, il faut travailler en réciprocité, ajoute-t-il. Il est idiot d'attendre qu'ils rachètent nos entreprises. Ce sont les champions de la culture du poisson, des algues. Il faut leur demander de la technologie d'élevage car ils sont prêts à échanger leur savoir-faire. Si on ne fait pas ça, on se fait broyer ».

Xavier Fontanet insiste. « Envoyer un cochon de Brest à Shanghai par mer n'est pas plus coûteux que de l'envoyer à Marseille. La Bretagne est divinement située ».

C'est toujours ça de gagné.