

D'aucy - Triskalia. Union avant fusion

Flore Limantour

Triskalia et le Groupe d'aucy se donnent deux ans pour devenir le nouveau leader breton de l'agroalimentaire. D'ici là, ils rassembleront leurs forces au sein d'une « union coopérative ».

Loïc Chesnais-Girard, président de la Région (au centre), a salué la naissance de la nouvelle union coopérative bretonne, fruit de trois ans de discussions entre Triskalia et d'aucy, représentés, hier, à Rennes, par Dominique Ciccone et Georges Galardon, respectivement DG et président du groupe landernéen (à gauche) et Serge Le Bartz et Alain Perrin, président et DG du groupe thoixois (à droite).



Photo F.L.

1. Fusion en 2020. Il faudra attendre le 22 juin et le feu vert de leurs assemblées générales respectives pour que le rapprochement entre Triskalia et Groupe d'aucy soit effectif. Il s'agira dans un premier temps d'une « union » et non d'une fusion.

Si une gouvernance propre, un nom unique et un seul siège social seront officialisés l'été prochain, la fusion attendra 2020. Les deux groupes coopératifs se donnent le temps d'acquiescer une culture et des méthodes de travail communes. Il leur faut aussi « étudier tous les aspects juridiques liés à ce rapprochement ».

2. Union à parité. On aurait pu penser à une union déséquilibrée entre un groupe coopératif puissant par son chiffre d'affaires, Triskalia et un partenaire plus modeste, d'aucy. Il n'en est rien à

en croire les dirigeants des deux entités qui assurent que « le rapprochement est équilibré au regard des différents postes de leurs budgets ». Chacun aura donc 50 % dans la future « union » qui faisait l'objet de discussions depuis trois ans.

3. Objectif : cinq milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2025. En additionnant les deux chiffres d'affaires actuels, on atteint 3,1 milliards d'euros. La montée en puissance annoncée devrait permettre, si l'on en croit Dominique Ciccone, le DG de Triskalia, et son alter ego, Alain Perrin, directeur de d'aucy, « de conserver les effectifs ». Des personnels qui, dans ce type de rapprochement font souvent les frais des économies d'échelle. « Pas question non plus de perdre des adhérents », s'accordent à dire les deux prési-

dents : « Ils seront accompagnés dans un monde en pleine mutation ».

4. Mise en place d'une stratégie commune. Si pendant deux ans, chaque groupe va continuer à avancer dans ses domaines de compétences, d'aucy et Triskalia vont chercher, ensemble, pour leurs productions animales et végétales, des débouchés qui soient créateurs de valeur. Notamment en répondant aux nouvelles demandes des consommateurs sur les différents segments du bio, du raisonné, etc.

Concernant leurs filières agroalimentaires, les marques d'aucy et Paysan Breton deviendront les bannières commerciales de l'union. Certaines productions jusqu'alors uniquement commercialisées sous marques distributeurs, comme les lardons du groupe d'aucy, pour-

raient passer sous la marque Paysan Breton.

5. Pas de rupture des partenariats. La future union ne dénoncera pas les accords en cours (Prince de Bretagne, Laïta, etc.). « Il n'y aura aucun effet sur le négoce de légumes frais de Keltivia ».

L'autorité de la concurrence aura bien sûr son mot à dire sur les actions communes.

6. Développement à l'international. C'est sur l'acquisition de réseaux de distribution et de marques à l'international que reposera en grande partie la stratégie de la future « union ». « La grande Europe jusqu'à l'Oural en passant par la Turquie » représente la principale cible. Ce qui ne remet pas en cause la présence de Triskalia aux États-Unis et de d'aucy à Hong-Kong.