

Michard, le petit grossiste

Michard père vendait de la levure. De sa petite entreprise, Jean-Claude, le fils, en a fait le leader français des fournisseurs pour les métiers de bouche.



À 65 ans, Jean-Claude Michard préside toujours aux destinées de Back Europ. Mais il a passé le témoin à sa fille Aude à la direction de Michard SA, la société d'origine.

Portrait

Les 40 ans d'histoire de la société theixoise Michard sont indissociables de la personnalité de son créateur, Jean-Claude Michard. À 65 ans, cet ancien footballeur du Véloce, au tutoiement facile – dans les deux sens du reste – et aux coups de gueule vite oubliés, demeure un patron passionné, charismatique et respecté.

Passionné et entreprenant, il l'était déjà, à 18 ans, quand il faisait la chine avec son père. « Ancien boulanger, mon père avait acheté une carte de levure. Dans un petit camion, on démarchait les artisans pour les fournir en levure. On appelait ça faire la chine à bord. Mes parents avaient un magasin place des Lices, après, un petit entrepôt à Conleau. »

Début des années 70, le fiston et le paternel créent une SARL avec un livreur salarié. « Mon père et moi, on préparait les commandes et on livrait le lendemain. Notre clientèle à l'époque, c'étaient les boulangers pâtisseries sur la moitié du département. » Michard SA est en germe, Michard junior va faire lever la graine. « Dans les 10 ans qui ont suivi, j'ai racheté quatre, puis cinq et six grossistes distributeurs. »

La SARL à deux devient PME à 40

Au début des années 1980, nouvellement implantée à Theix, la société Michard dope sa gamme. À la levure, elle a ajouté l'ensemble des matières premières utilisées par la boulangerie : nappage, fondant chocolat, un peu de confiserie aussi.

De 80 à 90, la PME poursuit sa croissance externe en absorbant des grossistes. « C'est bien simple, j'étais tout le temps endetté », sourit Jean-Claude Michard rétrospectivement. La quarantaine de salariés assoit son territoire d'influence en Bretagne et Pays de la Loire.

« J'étais un petit local qui rêvait de national pour établir un rapport de force favorable avec les industriels fournisseurs. À l'époque, ils faisaient les prix à la tête du client. À partir de 1985, je me suis demandé comment évoluer pour parvenir à mes fins. »

La réponse, cet entrepreneur qui dort trois heures par nuit va lui donner la forme d'un groupement

coopératif d'achats qu'il baptise Back Europ en 1989. « L'idée était de créer un réseau national avec mes concurrents français pour acheter au même prix. »

146 industriels contre lui

Le coup de génie ressemble à un coup de force. Il rencontre quelques résistances. « Au début, quatre industriels sur 150 étaient avec moi. Il m'a fallu quatre à cinq ans pour convaincre tout le monde. Aujourd'hui, ça n'est plus nous qui allons chez eux, mais eux qui viennent à Theix pour être référencés. » Back Europ France compte 60 adhérents grossistes, dont l'entreprise familiale des débuts, Michard SA, pilotée depuis sept ans par sa fille Aude et son gendre Sébastien Morvan.

« Moi, je me consacre au développement du groupement Back Europ. Sept pays européens (lire par ailleurs) ont créé une sorte de copie conforme de notre coopérative avec leurs spécificités nationales. La plupart des industriels fournisseurs sont sur des marchés européens, voire mondiaux. Il faut peser. »

Dans trois semaines, le patron breton part en Turquie en vue d'un Back Europ à la turque. « Ça m'amuse toujours, moi qui ne parle pas une seule langue étrangère. » Avec un bon interprète, la faconde d'un Jean-Claude Michard devrait plaire à ces Méditerranéens...

Denis RIOU.

« Je savais qu'ici, il y aurait toujours des projets »



René Haslé, 50 ans, responsable marketing (Back Europ).

« J'avais Back Europ comme client dans la société de communication vannetaise où je travaillais. Je connaissais Jean-Claude. Un jour, en 1995, je lui ai proposé de créer un service marketing au sein de sa société. Il m'a dit banco. Si un projet lui plaît, Jean-Claude le valide rapidement. Au début, je faisais des

catalogues. Petit à petit, j'ai étoffé le poste en m'occupant du marketing, des salons, puis en développant l'intranet, l'extranet, en mettant en place la démarche qualité, la traçabilité des produits. Je savais, en intégrant cette entreprise, que j'allais pouvoir progresser, qu'il y aurait toujours des projets. »

« Rien n'est jamais imposé, tout est discuté »



Patrick Guillerme, 49 ans, responsable des ventes.

« Back Europ était l'un de nos clients quand j'étais chez Danone. Intégrer une boîte familiale me séduisait. Chez Michard, on a le droit à la parole.

« Les idées sont prises en compte quand elles sont profitables au fonctionnement de la boîte. Rien n'est jamais imposé. Tout est discuté.

« En qualité de responsable des ventes, j'encadre une équipe de 23 commerciaux dont quatre se

réunissent en commission de vendeurs.

« On les sort du contexte du terrain pour les associer au choix des fournitures. Ils le font en fonction des informations qu'ils remontent du terrain.

« Entre eux, il y a une grande solidarité. L'un d'eux a eu un grave accident de voiture. Il a été arrêté longtemps. Ils se sont spontanément réunis en commission de vendeurs. »

en boulangerie a vu grand



Richard Vialon

9 500 références sont disponibles. On est bien loin de la livraison de la levure et de la confiserie, il y a 40 ans.

Repères

126. C'est le nombre de salariés du groupe Michard : 46 chez Michard SA, la société d'origine qui couvre la Bretagne et la Loire-Atlantique ; 30 chez Michard Pays-de-la-Loire, basé à Solesmes (Sarthe, Maine-et-Loire et Mayenne) ; 38 à Landévant, la plate-forme de distribution Back Europ d'où partent les camions en direction des grossistes adhérents en France ; 12 salariés (commerciaux, administratifs) au siège de Back Europ France à Theix.

150 000. C'est le tonnage de marchandises qui transite par la plateforme de 8 000 m² de Landévant. « On évite au maximum de stocker. Le camion d'un industriel fournisseur arrive, la marchandise est redistribuée sans délai dans nos camions en direction de nos adhérents », précise Jean-Claude Michard.

17. C'est le nombre de camions logotypés qui partent chaque semaine de chez Michard SA à Theix. « 70 % de nos clients sont des artisans boulangers pâtisseries ; 30 %, les autres métiers de bouche », précise Aude Michard, responsable de l'entreprise d'origine. La plateforme de distribution de Back Europ ne dispose pas de sa propre flotte et livre avec des transporteurs prestataires.



Michard SA dispose d'une flotte de 17 camions à ses couleurs. En revanche, Back Europ à Landévant fonctionne avec des transporteurs prestataires.

60. C'est le nombre de grossistes adhérents à Back Europ France, la coopérative d'achats « où chaque société est représentée à part égale et bénéficie des mêmes conditions tarifaires, quel que soit le volume de commande », tient à préciser Jean-Claude Michard.

9 500. C'est le nombre de références en produit sec (farine, levure, éléments de décoration...), produits frais, ultra-frais et surgelés dont dispose, aujourd'hui, la coopérative Back Europ pour le compte de ses clients : boulangers, pâtisseries, professionnels des métiers de bouche en général.

25 000. C'est le nombre de clients français desservis par les 60 grossistes adhérents de Back Europ France, sachant qu'il existe quelque 32 000 boulangers-pâtisseries en France. Michard SA et Michard Pays-de-la-Loire pèsent 2 800 clients.

8. C'est le nombre de pays (Allemagne, Benelux, Espagne, Autriche, Hongrie, Pologne, Pays-bas, Italie) à avoir mis sur pied une coopérative Back Europ. « Le Portugal y travaille depuis quatre ans. Les Pays baltes aussi sont intéressés », relève Jean-Claude Michard.