

La galaxie des entreprises Montebourg

Par Valérie Xandry le 04.11.2020 à 09h00

ABONNÉS

ENQUÊTE - Depuis sa sortie du gouvernement en 2014, Arnaud Montebourg a endossé les habits de chantre du Made in France et de . Avec une faim insatiable de projets. Derrière les annonces en série, où en est-on?



Arnaud Montebourg lors de la plantation d'un premier verger pour La Compagnie des Amandes à Pernes-les-Fontaines dans le Vaucluse mi-octobre 2020

ALAIN ROBERT/SIPA

COMMENTER

S'il fallait une preuve qu'Arnaud Montebourg n'a rien perdu de sa force de conviction en quittant la politique (même si des prises de parole médiatiques récentes alimentent les spéculations sur un possible retour), les photos prises mi-octobre à Pernes-les-Fontaines dans le Vaucluse suffiraient. On y voit l'ancien ministre de l'Economie dans un champ, un plan d'amandier à la main, ou dans un tracteur. Imparable. L'objet de cette communication de terrain? La plantation du premier verger de la Compagnie des Amandes, un des projets portés par Arnaud Montebourg métamorphosé en *serial entrepreneur* dans les glaces, le miel et, donc, les amandes.

LIRE AUSSI

Quand Yves Jégo et Arnaud Montebourg font alliance

"C'est une idée qui a germé dans le cerveau fertile d'Arnaud", raconte François Moulias, son associé et directeur général de la société. Entrepreneur expérimenté, il a emboîté le pas à Arnaud Montebourg. La Compagnie des Amandes, créée en 2018, c'est l'ambition de relancer une amande made in France mais aussi de financer différemment l'agriculture. "C'est une entreprise très originale car elle est équitable, vante Arnaud Montebourg. On s'associe avec l'agriculteur, on gagne de l'argent ensemble et on partage les bénéfices." Et ce, grâce à une société commune 51% pour l'agriculteur, 49% pour La Compagnie des Amandes.

L'agriculteur reste ainsi propriétaire de sa terre et fournit son travail. "De notre côté, on apporte les financements, les conseils techniques et les débouchés", décrit François Moulias. Avec partage des bénéfices à la clé... aux premières récoltes, c'est-à-dire au moins trois ans après la plantation (5 ans pour une production mature)! Mais "on rémunère l'exploitant dès la plantation du verger: c'est une révolution dans l'agriculture", revendique François Moulias.

"Alliance du capital et du travail"

"C'est une alliance du capital et du travail", se félicite Arnaud Montebourg en évoquant La Compagnie des Amandes mais aussi les glaces La Mémère lancées début 2020. La Compagnie laitière des glaces paysannes créée pour l'occasion avec Stéphane Le Saouter (dirigeant en France de Nichifutsu Food) s'associe également à 49-51% avec chaque éleveur laitier bio intéressé pour produire et vendre des glaces 100% bio fabriquées par ce dernier.

"C'est un système astucieux", juge Jean-Marie Séronie, agroéconomiste indépendant et membre de l'Académie d'Agriculture. L'entreprise apporte le financement, certes, mais aussi les conseils techniques – l'Inrae est ainsi partenaire de La Compagnie des Amandes – ainsi que le savoir-faire – les éleveurs associés dans le cadre de La Mémère sont formés par le meilleur ouvrier de France David Wesmaël (La Glacerie de Paris) à la fabrication de glace. "L'agriculteur échange donc une part de liberté contre de la sécurité", résume l'expert agricole. Un système qui est "malin sans être angélique pour autant de la part d'Arnaud Montebourg".

Et l'agriculteur bénéficie également d'un prix d'achat attractif: 80 centimes le litre de lait contre 45 à 50 centimes habituellement pour les glaces La Mémère qu'il fabrique. Quant à la marque de miel engagée Bleu Blanc Ruche lancée en 2018 par Arnaud Montebourg, le miel est acheté aux apiculteurs partenaires "5 à 15% plus cher que le prix du marché". En échange, ceux-ci s'engagent à augmenter leur population d'abeilles. Nicolas Laudoueix, apiculteur dans le Limousin et partenaire de Bleu Blanc Ruche dès 2018, a ainsi été convaincu par l'aspect "économique" mais aussi par "l'éthique" – repeupler la France en abeilles – et par l'enjeu de "traçabilité": aujourd'hui, Bleu Blanc Ruche représente 40% du miel qu'il vend.

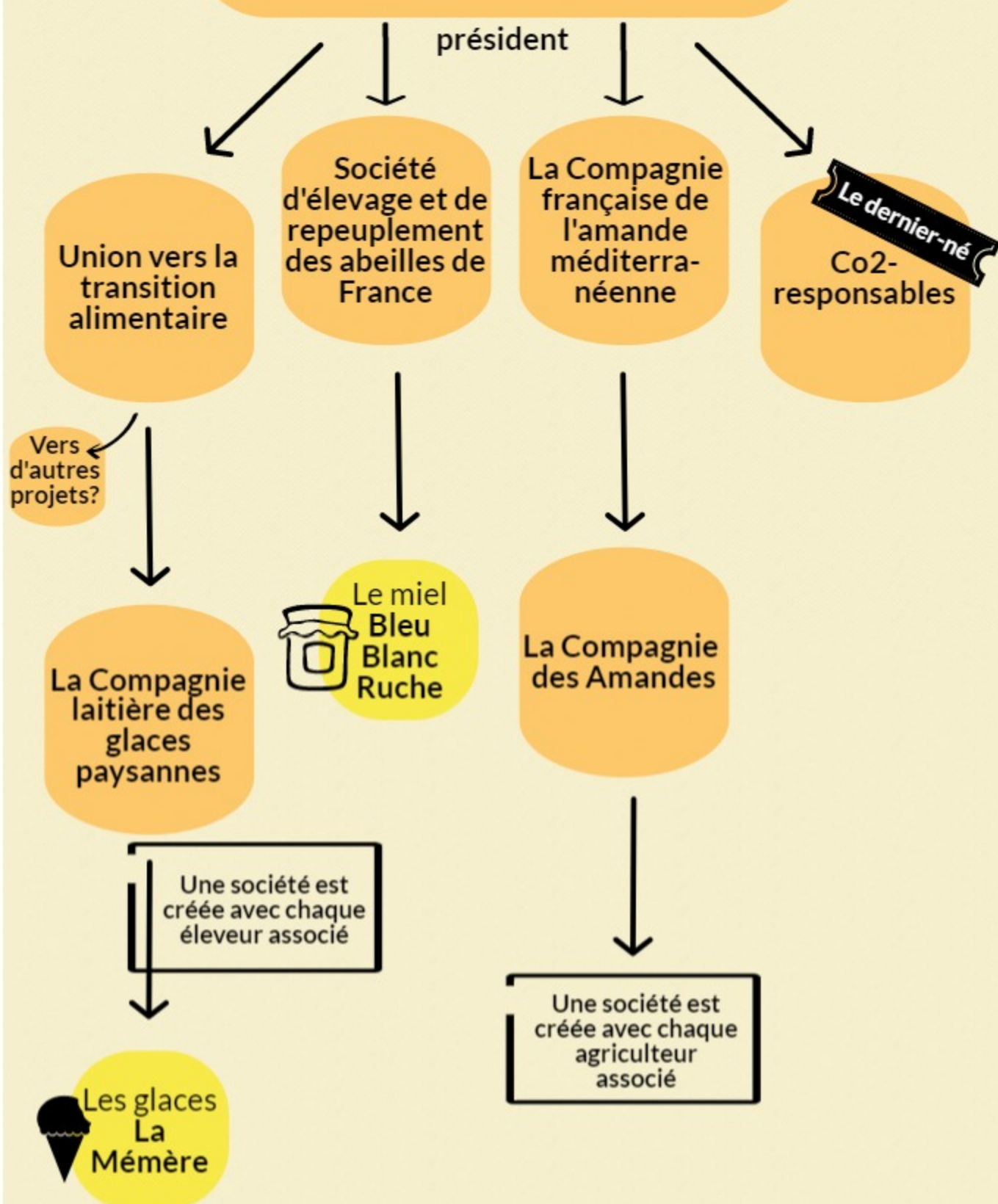
415.000 euros de chiffres d'affaires pour Bleu Blanc Ruche en 2019

Autre point intéressant selon Jean-Marie Séronie: "Arnaud Montebourg a identifié des créneaux qui sont porteurs": les amandes made in France car l'Hexagone consomme 30.000 tonnes d'amandes chaque année mais n'en produit que 1.000 ou encore les glaces produites directement par l'éleveur. "C'est un projet bien ficelé et marketé, abonde Xavier Hollandts, économiste spécialiste des questions agricoles et professeur à Kedge BS. Il surfe sur les tendances de consommation et les nouvelles approches dans l'agriculture et l'alimentation comme les circuits-courts et locaux."

La galaxie des entreprises Montebourg



Les Equipes du Made in France



Infographie Challenges
Crédit photo Sipa

Surtout, Xavier Hollandts estime qu'Arnaud Montebourg "porte une vision de la production en France" allant même jusqu'à dire "les deux personnes qui ont apporté un vent de fraîcheur" ces dernières années sont Nicolas Chabanne, le médiatique fondateur de C'est qui le patron?! et Arnaud Montebourg. Deux figures charismatiques au réseau bien en place. "Arnaud Montebourg, c'est un bateleur hors pair et qui dispose d'un entregent, renchérit Jean-Marie Séronie. C'est une vraie compétence de savoir s'entourer." Un point fort quand il s'agit d'assurer des débouchés et de se frotter ainsi aux puissants distributeurs.

LIRE AUSSI

Les secrets du succès marketing de la marque de lait "C'est qui le patron"

Arnaud Montebourg - "très gourmand", glisse-t-on chez Bleu Blanc Ruche-, ne perd d'ailleurs pas une occasion de faire l'éloge de ses produits. Ainsi que du "bon démarrage" rencontré: "en 2019, nous avons réalisé 415.000 euros de chiffre d'affaires pour Bleu Blanc Ruche et cette année, malgré le Covid, nous sommes quand même en croissance", confie-t-il, espérant même être à l'équilibre, ou presque, à la fin de l'année. Du côté de La Mémère, Arnaud Montebourg évoque 35.000 pots vendus en cinq mois et "200.000 euros de chiffre d'affaires déjà la première année".

La question du financement est centrale

Si les talents oratoires d'Arnaud Montebourg –qui a mis ses propres économies à hauteur de "120.000 euros" dans les trois projets- sont certainement bien utiles pour aller démarcher les distributeurs, ils le sont probablement tout autant pour convaincre les investisseurs. Car la question du financement est centrale. Pour La Compagnie des Amandes qui a l'ambition de planter 2.000 hectares, ce sont 50 millions d'euros qui sont nécessaires. Et la construction d'une casserie est aussi à l'agenda. Quel type d'investisseurs pour un tel projet? Des "entreprises françaises qui veulent compenser leur pollution carbone, des professionnels du secteur" et le soutien de caisses du Crédit agricole, lâche Arnaud Montebourg.

La question du financement est d'autant plus cruciale qu'elle fait partie des "quelques points d'interrogation inhérents aux projets, relève d'ailleurs Xavier Hollandts. Qui sont les financiers? Quelle est la rentabilité envisagée? "Cela fait partie de l'inquiétude du monde paysan", estime le spécialiste des questions agricoles évoquant la défiance que peut montrer ce secteur. Difficile de mesurer pour l'heure l'adhésion des producteurs: La Compagnie des Amandes démarre tout juste les premières plantations bien qu'elle revendique plusieurs candidatures, Bleu Blanc Ruche compte une quarantaine d'apiculteurs partenaires et La Mémère pour l'heure une seule ferme... L'Alliance Slow Food des cuisiniers en France ainsi que l'association Minga engagée pour une économie de proximité s'étaient quant à elles alarmées en juin sur Mediapart du lancement de La Mémère affirmant que "les territoires ne sont pas un concept marketing pour financiers prédateurs".

"On protège l'agriculteur contre l'excès de gourmandise de l'investisseur et l'investisseur du risque de s'associer avec un agriculteur qu'il ne connaît pas", veut rassurer Arnaud Montebourg. La Compagnie des Amandes peut aussi se targuer d'un atout de poids en plus de l'Inrae: l'expert des fruits secs Daco Bello en est actionnaire à hauteur de 10%. "Arnaud, on a envie de le suivre", affirme Michel Abitbol, PDG de Daco France, parlant même de "coup de foudre" envers le projet. Bien au fait du secteur, il apprécie la volonté de "cocher toutes les cases d'une production éco-responsable" et n'a aucun doute sur les débouchés: "on a même des industries qui veulent déjà nous réserver la totalité de la production", confie-t-il.

Le risque d'une ultra-personnalisation?

Ambassadeur médiatique de ses projets, Arnaud Montebourg est sur tous les fronts: au risque d'une ultra-personnalisation, s'interroge Xavier Hollandts? Quel serait le devenir des projets sans l'image de l'ancien politique? Pour l'heure, et même si Arnaud Montebourg multiplie les commentaires politiques et sort chez Grasset un livre intitulé *L'Engagement* alimentant les interrogations sur un éventuel retour en politique en vue de la présidentielle de 2022, l'ancien ministre assume pleinement sa casquette de *serial entrepreneur*.

Il vient de lancer une toute nouvelle entreprise avec son compère François Moulias baptisée Co2Responsables, et d'autres projets pourraient bien voir le jour. "C'est un groupe de marques équitables que je suis en train de créer", confirme-t-il. Des projets futurs mais sur quel type de produits: des tomates, comme on a pu le murmurer? "On réfléchit à la tomate, bien sûr. C'est un fruit que j'adore", se contente de répondre énigmatiquement Arnaud Montebourg. Avec trois entreprises (quatre avec Co2Responsables) créées en trois ans, la machine est lancée.