

LE PORTRAIT ||||| MARC MÜLLER, DIRECTEUR DU GROUPE MINOTERIES

Le plaidoyer d'un meunier qui est tombé dans la farine étant petit

STÉPHANE GACHET
À LAUSANNE

Rien à voir avec la chanson. Marc Müller – Meunier en français – est loin de s'endormir et son moulin est loin d'aller trop fort. Encore que tout est question d'interprétation. Certes, le chiffre d'affaires publié hier laisse entrevoir un léger recul [-2,2% à 123,7 millions de francs], mais le résultat cache en réalité une santé retrouvée après une terrible année de transition. «Je ne voudrais pas revivre 2006», s'est empressé de préciser Marc Müller. Pour cause, les restructurations internes l'ont obligé à débarquer passablement de collaborateurs. Une tâche que l'homme a du mal à concevoir, même si le patron qui est en lui sait que ce mal est indispensable au bien de l'entreprise. Pire encore, les chiffres repris à la va-vite dans les agences sous-tendent toutes les difficultés qu'une société, même saine, doit affronter sur un secteur à hautes complications. Preuve de la santé du Groupe Minoteries, les mesures entreprises en 2006 ont permis de réduire considérablement la dette,

laissant ouvertes les perspectives d'acquisitions.

Les rapprochements sont en cours, mais dans le milieu de la meunerie tout va lentement. Le secteur étant structuré à l'ancienne, avec d'un côté cinq gros acteurs se partageant 70% du marché et quelque 45 entités, souvent familiales, fourmillant dans des niches locales à la limite, voire au-delà du folklorique. La réalité économique du secteur n'a pourtant rien d'une gravure du Mittelland. Comme le précise le directeur dans un rapport de gestion, entre la profession de foi et le plaidoyer (à lire en ligne), les pressions sont légion. A preuve, quand Marc Müller a déposé sa blouse de patron, il endosse son costume de vice-président de la Fédération des meuniers suisses et marche sur le Palais fédéral. Hier encore, à peine ses chiffres publiés, il s'est rendu sous la Coupole pour une nouvelle palabre avec Doris Leuthard. Objectif, faire parler la farine dans le brouhaha de la réduction des droits de douane, en vigueur dès juillet 2008. Une ouverture vers le

libre-échange qui pourrait sourire à terme au Groupe Minoteries, étant l'acteur majeur en Suisse avec 24% de parts de marché. «Nous restons un groupe intéressant, y compris au niveau européen», assure le patron, sûr de sa large assise nationale. Mais les jeux ne sont pas faits. Pris en étau entre la ronde de Doha et la politique agricole fédérale, les meuniers helvètes ont du souci à mouder. «Nous sommes condamnés à renforcer notre compétitivité», résume Marc Müller. Et pour trouver encore de la croissance dans un contexte d'écrasement continu des marges et de sclérose des prix, il n'y a qu'une seule voie: la consolidation. Le secteur n'en est donc qu'à l'aube de sa restructuration.

Ainsi se construit le quotidien d'une branche meulée tous azimuts par les politiques, la concurrence étrangère et même les impondérables de la météo. Faisant fi de cette adversité polymorphe, Marc Müller ne quitte pas son moulin. Pour cause: il a la farine dans le sang et avant lui son père, sa mère et tant d'autres

Müller. Du haut de sa minoterie, 250 ans d'histoire familiale le contemplent. Le patron, lui, affiche 28 ans de meunerie au compteur, dont presque deux à la tête du Groupe Minoteries. A 51 ans, ce jeune père de famille se dit toujours aussi passionné, même si le rêve de ses vingt ans le projetait plutôt dans le vignoble bordelais. Son fils a aujourd'hui 13 ans, et tout est fait pour qu'il trouve sa propre voie. Marc Müller se fait chantre de la transparence et se refuse d'ailleurs à mélanger l'opérationnel avec la position d'actionnaire. Il n'a délibérément pas pris position dans sa société, cotée au SPI. Et s'il se montre confiant dans l'avenir de son moulin, il se montre conscient des limites de l'exercice financier: «Nos actionnaires savent pourquoi ils sont présents et assument les changements de régime. En revanche, en attirer de nouveaux semble difficile. Je n'ai pas encore trouvé la solution.»

[s.gachet@agefi.com]