

Quand on parle « réseau », on pense tout de suite franc-maçonnerie ou associations politiques. Et pourtant, il existe des cercles, plus méconnus, où des chefs d'entreprises et des décideurs s'entraident du simple fait d'être de la même origine. Pendant trois mois, **Objectif** mène l'enquête. Après la Lozère en mai, au tour des Pyrénées-Orientales qui ont essaimé des « Cadres catalans » à Paris, Toulouse ou encore Montpellier.

RÉSEAUX IDENTITAIRES

Les Cadres CATALANS

ÉPISODE 2

Le premier constat d'un des spécialistes des réseaux, qui a écrit plusieurs ouvrages en la matière, n'est pas brillant. « *Les réseaux catalans existent dans la capitale, mais ils sont bien moins puissants et organisés que ceux de Bretagne, de Corse et même de Marseille* », assure Alain Marty, fondateur du Wine & Business club (1^{er} réseau européen de chefs d'entreprise et professions libérales amateurs de vin). « *Il existe dans le caractère catalan un côté individualiste, de la timidité aussi peut-être, qui l'empêche de s'exprimer. L'accent très marqué des Catalans n'est pas non plus forcément un atout à Paris...* », avance-t-il comme explication avant d'ajouter à la liste des freins le sentiment d'enclavement vécu par les natifs des Pyrénées-Orientales. À Toulouse, l'amicale des Cadres catalans n'a pas de vocation économique particulière, mais entend jouer un rôle plus culturel de maintien et de découverte des traditions catalanes. « *Nous procédons à de nombreux*

échanges avec les associations d'autres régions, nous aidons aussi parfois les Catalans qui arrivent à Toulouse à s'intégrer, tout comme nous relayons aussi dans notre réseau les nombreux CV qui nous parviennent », détaille Sylvain Athiel, le président des Cadres catalans toulousains. Il essaie, aussi, dès qu'il en a l'occasion, de faire découvrir les vigneronnes des Pyrénées-Orientales dans la ville rose.

Coups de pouce parisiens

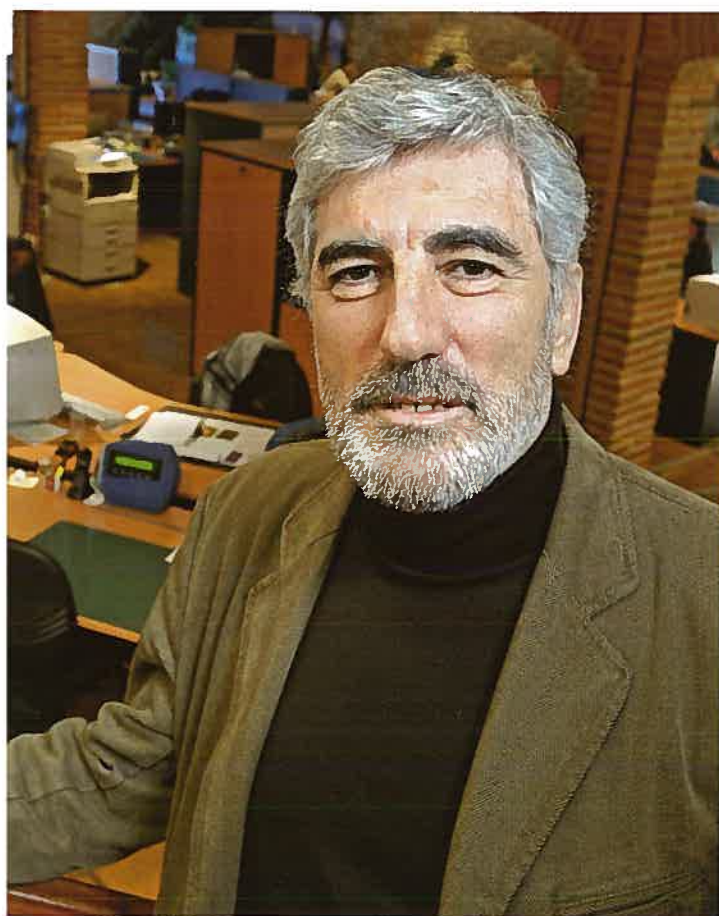
À Paris, la vocation économique semble plus marquée « *Nous ne sommes pas forcément en mesure d'appuyer de gros projets, comme par exemple le troisième quai de Port-Vendres, mais nous pouvons donner des coups de pouce quand on nous sollicite* », explique Pierre Serra, président de l'association parisienne des Cadres catalans. *C'est ce que nous avons fait en décernant un prix à un restaurateur, Pierre-Louis Marin qui a profité d'une belle mise en lumière à Paris. Nous avons également procédé de la sorte avec un jeune auteur*

compositeur interprète catalan Henry Bes qui a été mis en contact avec Universal Music. » À Montpellier, le principe est le même : l'entraide. « *Nous mettons en relation les entreprises des Pyrénées-Orientales avec d'éventuels partenaires montpelliérains* », explique Denis Sobra, secrétaire des Cadres catalans de Montpellier. *Mais nous incitons aussi les entreprises de Montpellier à aller chercher en pays catalan les compétences qui y existent.* » Alors, s'il existe des connivences entre Catalans, le travail est aussi rendu visiblement plus compliqué par les antagonismes politiques locaux qui obligent à ménager chèvre et chou. Pour autant, Alain Marty estime que les choses sont en train de changer, avec l'avènement de la jeune génération, celle des 35-45 ans, bien au fait de l'intérêt des réseaux et de ce qu'ils recèlent en opportunités. Loin en tout cas, pour l'instant, du dynamisme des Catalans du Sud (de la région de Barcelone) qui possèdent depuis les années 80 un bureau de lobbying à Bruxelles... ►

ROBERT GUICHET, PRÉSIDENT DU G16

« Nous voulons montrer notre poids industriel »

On connaît le G8 qui regroupe les 8 pays les plus puissants du monde. Mais connaissez-vous le G16 ? C'est un petit groupe d'industriels catalans qui fait jouer les ressorts de la solidarité entre les entreprises du département. Rencontre avec son président, Robert Guichet, de l'entreprise Pyrescom.



Comment est né le G16 ?

Robert Guichet : Il a été créé il y a 17 ans à l'initiative d'Augustin Sabathé (entreprise de bouchons en liège, NDLR) pour montrer qu'il y avait des emplois industriels dans le département. Le nom s'est imposé parce que le groupe comptait 16 entreprises... Aujourd'hui, nous essayons de rester autour de ce nombre. L'entrée se fait par cooptation, à l'unanimité. Depuis la création, des entreprises y sont entrées et sorties. Le groupe compte 22 entreprises aujourd'hui, des sociétés capables d'aller chercher beaucoup d'argent ailleurs pour le ramener ici et qui ne sont pas en concurrence directe. Notre but est vraiment de montrer l'importance et le poids des entreprises industriel-

les dans le département. Il faut rappeler sans cesse qu'il n'y a pas ici que le tourisme, la santé et l'agriculture pour créer des richesses et que nous représentons 8 000 emplois, dont une bonne partie dans les Pyrénées-Orientales.

Vous fonctionnez comme un lobby ?

R.G. : Pas seulement. Nous tenons une réunion mensuelle qui permet des échanges globaux sur la situation, les problèmes que nous rencontrons entre chefs ou dirigeants d'entreprises puisque nous avons à la fois des entreprises familiales et d'autres avec des directeurs. Nous sommes un peu comme sur une île dans les Pyrénées-Orientales. Nous sommes cernés par les Pyrénées au sud, l'Ariège et l'Aude au nord et à l'ouest, et la mer à l'est. Lorsque vous travaillez dans ce département, vous êtes donc forcés, à un moment ou à un autre, « d'exporter » vos produits ou d'aller chercher ailleurs ce qui vous manque. Nous sommes très impliqués notamment avec Transferts LR, nous avons été très actifs pour la création du pôle de compétitivité Derbi et de l'observatoire économique du département.

Concrètement, quelles sont les actions que vous menez ?

R.G. : Nous avons un contact direct avec la préfecture, la trésorerie générale ou EDF parce que nous sommes de gros clients. Dans nos réunions, nous parvenons également à déterminer des sujets sur lesquels nous pouvons nous entendre. Nous parvenons ainsi à mutualiser certaines ressources ou à aller chercher collectivement ailleurs ce que nous ne trouvons pas sur place. Nous avons créé un groupe « maintenance » au sein du G16 qui nous a permis de dénicher des solutions pour trouver des tubes inox double parois qui sont fabriqués à Lyon. Mais nous essayons aussi de repérer les talents en interne et de faire de l'essaiage, de susciter la création de petites entreprises qui disposent des compétences dont nous avons besoin ici. Nous parvenons ainsi à trouver ensemble des solutions à des problèmes qui nous concernent.

Le G16 revendique-t-il l'identité catalane comme ciment ?

R.G. : Non, je ne crois pas. Je dois être le seul membre qui parle catalan en fait. Il n'y a pas d'identité catalane particulière, nous sommes surtout unis par notre implantation dans les Pyrénées-Orientales et les problèmes que cette situation géographique nous pose parfois. ■

Le prix ALFRED SAUVY relocalisé ?

Depuis plus de dix ans, les Cadres catalans de Paris récompensent une entreprise dynamique du département. Mais le prix Alfred Sauvy (10 000 €) devrait connaître d'importantes évolutions.



« Nous réfléchissons aujourd'hui à nous impliquer un peu plus et à sanctionner des projets dans les entreprises. Ainsi, la rémunération du prix pourrait être évolutive en fonction du projet », explique Gérard Roussel, l'un des membres des Cadres catalans de Paris. La liste des lauréats donne en tout cas une photo probante du dynamisme et de l'inventivité du tissu industriel catalan : de Sun Power System (climatisation réversible) à EV Roig (produits cosmétiques) en passant par le lauréat 2009 l'entreprise Starprint. Si le prix Sauvy reste le flambeau de l'association, Gérard Roussel sait que les temps ont

changé. « Il est probablement vrai qu'il y avait plus de solidarité dans les années 80 lorsque l'association fut créée. Le groupe a surgi de manière naturelle, autour de personnalités fortes. Maintenant, le mode de fonctionnement de notre société, beaucoup plus individualiste, fait que les tâches que nous nous assignons sont plus difficiles. La solidarité entre gens d'une même région est moins naturelle. » En attendant des jours meilleurs, l'association étudie l'opportunité de la création d'une association sœur à Perpignan uniquement dévolue à la gestion du prix Sauvy. « Nous souhaiterions aujourd'hui que le prix soit géré par des Perpignanais ou des Catalans en activité dans le tissu économique local. » Histoire peut-être que le prix Sauvy soit aussi prophète en son pays et plus seulement sous les ors des salons parisiens. ■

CE QU'IL PENSE DES RÉSEAUX...



Jean-Marc Pujol
maire (UMP) de Perpignan



Je ne suis jamais sollicité par les entreprises catalanes pour des coups de mains. Mais il est vrai que les réseaux bretons - que je connais bien par mon activité d'avocat fiscaliste - sont bien plus puissants. Cela tient à plusieurs choses : l'habitude des Bretons à se projeter dans le monde, et leur PIB, qui pèse notamment à Paris. Il est courant de voir des patrons bretons signer des chèques de plusieurs millions d'euros pour le stade rennais, ce qui est loin d'être le cas ici pour l'USAP.

bien d'assurer la promotion du club et de dénicher d'éventuels sponsors dans les réseaux personnels de chacun des ambassadeurs. Au total, ils seront quinze. Comme dans une équipe de rugby. ■

(*) article réalisé avant les résultats de la finale

Les "ambassadeurs" de l'USAP

Fort de sa qualification en finale du Top 14(*), l'USAP se voit aujourd'hui doté d'un club d'ambassadeurs dans la capitale. Composé de grands patrons de l'industrie, catalans de



Alain Marty

naissance ou d'adoption, ce club aura pour vocation de populariser le club de rugby hors de ses bases. « Nous avons la chance d'avoir des personnalités de premier plan pour représenter l'USAP, se réjouit Alain Marty, maître d'œuvre de l'opération. Ce sont des gens qui ont de l'influence à Paris et cela compte. » Les premiers ambassadeurs sont donc Alain Marty, naturellement ; Pierre Conte, fils de l'ancien député des Pyrénées-Orientales et directeur général adjoint du Figaro ; Philippe Simon, directeur de la communication de Brother France ; Michel Adé, directeur général de Montblanc ; Michel Parent, directeur général d'Universal Music France ainsi que Gilles Navarro, journaliste « rugby » à l'Équipe. Le but avoué est

Des actions concrètes de synergie roussillonnaise

Le petit train jaune en grandes surfaces

Quoi de mieux que le train jaune pour servir de support à la mise en avant des produits locaux ? Lorsqu'ils mirent cette idée en place, il y a près de trois ans, les dirigeants de PME agroalimentaires du Roussillon n'avaient pas forcément espéré un tel succès. À l'aube de sa troisième campagne, le train jaune des producteurs sortira, en effet, pour la première fois cet été des magasins du département. Et leur action a été citée par Casino comme un exemple de promotion intelligente. Quinze à vingt-cinq trains seront installés pour séduire les consommateurs locaux ou de passage dans la région. La Confiserie du Tech, les miels Rayon d'or, les cafés Latour, la brasserie Milles, les confitures du CAT de Val

Sournia, la coopérative Dom Brial, la maison Cazes, entre autres, font partie de l'opération. « *Nous sommes tous à la tête d'entreprises familiales qui allons discuter en parallèle avec la grande distribution. Et nous sommes tous attachés*



Emblématique, le train jaune sert de support de communication aux produits du département.

© Yann Kerveno

au terroir dont sont issus nos produits. Il était donc logique que nous menions des efforts en commun pour mettre en valeur nos productions locales, détaille Xavier Danjou, directeur général de la Confiserie du Tech. *Nous avons choisi le train jaune parce qu'il est à la fois emblématique de notre département, mais aussi de notre action, puisque nous montons tous, avec la GMS, dans le même train.* « Sans rester pour autant centrés sur le Roussillon puisque les produits sont également siglés « Sud de France ». ■

CE QU'IL PENSE DES RÉSEAUX...



Jean-Paul Alduy
Pdt (UMP) de l'agglomération de Perpignan



Notre territoire est marqué par une forte identité catalane support d'une économie transfrontalière. Cette identité a construit de nombreux réseaux socio-économiques qui permettent une entraide et une expertise entre les acteurs économiques. Elles permettent également de mettre en contact des créateurs d'entreprise pour s'implanter et se développer. Club de réflexion et force de propositions, ces réseaux constituent un maillon essentiel de l'économie.

Vers un portail économique commun

Comme les producteurs et leur train jaune, Ghislaine Garcia, élue de la Chambre de commerce et d'industrie et présidente du réseau FARE 66(*) estime qu'avant d'aller prêcher loin de ses bases, il faut aussi pouvoir se mettre en ordre de bataille sur ses propres terres. « *Nous essayons d'œuvrer pour que les différentes associations économiques ou territoriales travaillent ensemble dans le département. Au sein de FARE 66, nous tentons de nous concerter pour organiser nos manifestations, pour ne pas provoquer de collisions de thèmes abordés ou d'agendas.* » Mais c'est aussi sur la communication que le réseau travaille, en planchant notamment sur la création d'un portail de l'activité économique du département. Électronique tout d'abord, il devrait



Ghislaine Garcia

être lancé en septembre prochain avant le deuxième étage de la fusée : le projet, plus ambitieux, de création d'une agence de développement économique avec le concours de la communauté d'agglomération de Perpignan. ■

(*) Fédération des associations pour la réflexion économique

Par-delà la frontière ?

Malgré leur proximité géographique et une langue commune, les entreprises des Catalognes du Nord (Perpignan) et du Sud (Barcelone) ont peu de relations entre elles.

Pour l'heure, les liens semblent réduits à peau de chagrin. Les principales initiatives en la matière ressortent plutôt du domaine politique, avec quelques projets emblématiques : l'hôpital transfrontalier de Puigcerda, l'abattoir de Cerdagne, la création d'un district transfrontalier Perpignan-Barcelone ou encore d'une métropole Perpignan-Gérone. Ghislaine Garcia, présidente de FARE 66(*) croit peu à ces réseaux économiques transfrontaliers, pour le moment. « Je n'ai pas l'impression que les projets nés ces dernières années soient parvenus à leur terme, regrette-t-elle. A priori, les Catalans du Sud n'ont pas vraiment besoin de nous. Ils sont dans une logique de commerce. Si nous n'avons pas d'opportunités à leur offrir, ils ne viendront pas... ». François Calvet, député des Pyrénées-Orientales, travaille beaucoup sur ces questions. Il estime lui aussi que la coopération économique et les réseaux transfrontaliers sont quasi inexistants. « Ce n'est pas très étonnant, la frontière a toujours été considérée comme créatrice de concurrence, parce que les charges et les salaires ne sont pas les mêmes des deux côtés, explique le parlementaire. C'est pour cela que la question transfrontalière reste encore un objet politique en premier lieu et se traduit par la création de services publics en Cerdagne que ni l'une ni l'autre des parties pourrait assumer seule. »

Une coopération politique

L'hôpital transfrontalier de Puigcerda, la station d'épuration, le futur abattoir transfrontalier de Ur sont des exemples de cette coopération politique. « Pour qu'il y ait un jour une coopération économique et des réseaux, il faudra d'abord en passer par la création d'un marché au sens strict du terme. C'est pourquoi nous plaignons pour la constitution d'une agglomération entre Perpignan et Gérone qui, avec 800 000



Le Théâtre de l'Archipel, un exemple de coopération transfrontalière

“Les Catalans du Sud n'ont pas vraiment besoin de nous. Ils sont dans une logique de commerce”, Ghislaine Garcia, présidente de FARE66

habitants, pèserait dans le paysage européen. Si nous ne le faisons pas ici, alors Montpellier, Nîmes et Sète le feront à notre place. Le meilleur exemple de ce qu'il est possible de faire réside peut-être dans l'accord trouvé entre Perpignan et Gérone pour le théâtre, qui nous a permis de décrocher 4 M€ de subvention pour le Théâtre de l'Archipel de Perpignan. » Le président des Cadres catalans de Paris, Pierre Serra, confirme : « Nous essayons d'avoir des relations avec le sud. Nous sommes en contact avec les représentants du gouvernement catalan, la Generalitat, à Paris et à Perpignan et nous les aidons en leur communiquant les coordonnées des personnes avec qui ils souhaitent entrer en contact. » Première esquisse d'une coopération : la création d'un conseil patronal transfrontalier (CPT) pour la fin 2010. Le projet est soutenu par l'UPE 66 (Union pour les entreprises). Le principe serait d'organiser des séminaires, de créer un club d'affaires et de faciliter les prises de participations dans les entreprises. ■

CE QU'IL PENSE DES RÉSEAUX...



Christian Bourquin
Pdt (PS) du Département

La solidarité existe, mais elle mérite d'être encore plus développée par la promotion des savoir-faire du département, la professionnalisation des filières à travers des structures comme l'Espace Entreprises Méditerranéenne et la coopération transfrontalière dans le cadre de l'Eurodistrict. Nous nous donnons comme objectif de fédérer et de contribuer au maillage économique du territoire.

Dossier réalisé par Yann Kerveno

(*) Fédération des associations pour la réflexion économique