

PRÉFACE

par Yvon Gattaz
membre de l'Institut

Je me souviens fort bien de ma première rencontre avec Axel Maugey. C'était au Québec au milieu des années 80. Nous étions assis côte à côte dans un avion qui nous emmenait vers le grand nord canadien afin de visiter la baie James. Il me parla alors avec passion de cette « belle province » qui se transformait très vite.

Par la suite, il m'a été donné de le revoir assez régulièrement. Chaque fois, je remarquai qu'il était toujours désireux de souligner le dynamisme des Français, des francophones et des francophiles.

En 1997, il m'offrit un livre qui s'intitulait: « Des Québécois à Hong Kong » (1). Dans cet essai, il décrivait une série de battants, nos « chers cousins » d'Amérique plongés dans le monde des affaires en Asie. C'était un bel hommage à l'esprit d'entreprise des francophones. Aussi suis-je particulièrement heureux aujourd'hui de préfacier ce nouveau livre d'Axel Maugey: « Un patron français en Chine ».

À la suite de la lecture de cette histoire originale, je tiens à souligner quelques points qui ont le plus retenu mon attention.

(1) Axel Maugey: « Des Québécois à Hong Kong ». Humanitas, 1997-

En premier lieu, j'ai apprécié Claude Moreno, le héros du livre.

Les patrons m'intéressent, les créateurs me passionnent. Acteur de sa vie, doté d'une personnalité fort attachante, Claude Moreno a très vite compris que la connaissance de plusieurs langues était une des principales clefs de la réussite. Sa vie est en effet un roman dans lequel réussites et échecs, victoires et enseignements ne cessent d'alterner.

Je comprends tout à fait qu'Axel Maugey ait voulu rendre hommage à ce personnage qui est « un exemple pour la jeunesse » puisqu'il représente ces qualités d'émission qui font les grands chefs d'entreprise: imagination créatrice, pugnacité, ténacité, courage, goût du risque, charisme, qu'on peut opposer aux quatre qualités de réception qui permettent l'obtention de diplômes : compréhension, analyse, synthèse et mémoire. Les premières, comme l'art et la musique, ressortissent au cerveau droit, et les qualités de réception au cerveau gauche.

Ce débrouillard né est vif, intelligent, vraiment sympathique. Après des études à Dauphine et un séjour plus que fructueux à Harvard, cet acteur de sa vie, qui a le marketing dans le sang, réussit à signer ses premiers contrats.

Un autre point m'a vivement intéressé (et retiendra l'attention du lecteur, j'en suis sûr), c'est la passion de ce jeune patron pour l'Asie. Après avoir travaillé en France pour Andros, il n'hésite pas une seconde à faire ses premières armes au Japon, puis il découvre Taiwan, avant de poursuivre son expérience japonaise et de choisir finalement de s'installer à Hong Kong où cet « as du marketing » délaisse, au fil des années, la vente de produits divers pour permettre à la jeunesse chinoise de profiter des multiples avantages liés aux domaines de la formation.

Claude Moreno, dont la trajectoire est fort bien présentée par Axel Maugey, appartient à ce petit groupe de pionniers français - ils ne sont pas plus de 3000 - qui commercent avec la Chine.

Il faut souligner qu'en 1988-89, il réussit à contrôler pas moins de 45% des parts de marché pour les biscuits français importés au Japon. Quelle réussite ! Il était en effet extrêmement difficile de pénétrer le marché japonais à cette époque. Preuve supplémentaire de sa détermination et de sa volonté d'être le propre acteur de sa vie, il refuse une proposition de la société l'Oréal car il veut à tout prix devenir son propre patron.

Autre point intéressant dans ce livre, riche en expériences, ce sont les clefs de la réussite que ce battant nous donne. Cet homme de terrain comprend vite que, pour réaliser de bonnes affaires, il faut bien connaître le milieu dans lequel on vit. Par exemple, vouloir espérer travailler avec les Chinois sans connaître leur langue apparaît comme une erreur stratégique.

Il faut lire et relire le chapitre 7 dans lequel Axel Maugey raconte comment Claude Moreno a su résister à l'adversité alors qu'il était dans une situation vraiment difficile!

Morale de l'histoire : il ne faut jamais se laisser griser par la réussite car la vie des affaires est une véritable sinusoïde.

Un autre point sur lequel l'auteur insiste avec raison, c'est qu'un homme d'affaires ne doit pas négliger les facteurs culturels qui, le plus souvent, permettent d'ouvrir de nombreuses portes.

Nul doute que le protagoniste de ce livre s'entend bien avec les Chinois et commerce donc avec eux parce qu'il apprécie autant leur vie que leur univers culturel au sens large. Pour négocier au mieux avec un peuple, il est important de comprendre sa mentalité.

Nos dirigeants français ont compris qu'ils devaient être voyageurs, multilingues et multiculturels.

Qu'il me soit permis d'ajouter encore que la France « vue de loin » inspire aussi de belles réflexions à Claude Moreno, assurément un précurseur soucieux d'éthique. Aussi, devrions-nous profiter de son précieux témoignage, si bien raconté par Axel Maugey.

Ce dernier a écrit un livre fort intéressant qui aurait certainement plu à son ami Alain Peyrefitte.

La morale de ce beau témoignage, s'il y en a une, c'est qu'il faut non seulement croire dans la jeunesse, mais l'aider au maximum lorsqu'elle le mérite, et la France comprend plus de jeunes avec esprit d'entreprise qu'on ne le croit. C'est un atout majeur pour l'avenir.

(fin de la préface)