

La nouvelle génération arrive aux affaires

Mathieu Bon amène une nouvelle façon de travailler à l'entreprise familiale basée à Bourcefranc.



Pour Mathieu Bon, la professionnalisation de la filière est aujourd'hui indispensable.

© D.L.

À 27 ans, le jeune homme fait partie de cette nouvelle génération d'ostréiculteurs qui révolutionne la façon de travailler. Certains sont de jeunes trentenaires, lui n'a que 26 ans. Avec son père, qui lui passe progressivement la main, Mathieu Bon gère pourtant l'une des plus importantes entreprises du secteur, les Établissements Roland Lambert.

Au départ, le jeune homme se destinait plutôt à une carrière dans les assurances. Un projet éphémère qui le verra jeter l'éponge au bout de quelques mois. Direction l'entreprise familiale avec des projets plein la tête. À commencer par l'export, indispensable pour "lisser" les ventes à l'année.

Comme une poignée de professionnels du bassin Marennes-Oléron, Mathieu Lambert participe à plusieurs salons internationaux chaque année. Il était par exemple à Hong Kong en septembre dernier. Deux ans après son arrivée, l'export représente aujourd'hui 20 % de la production annuelle, le tout sous le regard bienveillant des anciens. "C'était compliqué pour eux au niveau des langues, et ils n'avaient pas

vraiment envie de partir au bout du monde. Mais ils nous ont poussés, ils voient ça d'un bon œil."

"Il faut se renouveler sans cesse"

Sous son impulsion, l'entreprise s'est également implantée sur les marchés de Nantes et de La Rochelle. La mécanisation s'est accentuée dans les hangars. Des journées passées à gérer les relations avec la clientèle, à négocier les achats, contrôler la qualité, la traçabilité et l'expédition. "C'est vrai que certains n'ont pas l'habitude de traiter avec quelqu'un de mon âge, mais ils s'y sont habitués", sourit-il.

Quant à l'avenir, Mathieu Bon envisage de créer un poste de commercial spécialement dédié à l'export. Une professionnalisation "indispensable" selon lui. Même chose pour le marketing, à des années-lumière de ce qu'était l'ostréiculture autrefois: "Nous n'avons pas le choix, il faut se renouveler sans cesse, monter des opérations commerciales, de nouveaux packagings, trouver de nouveaux marchés. Aujourd'hui, c'est un mouvement incontournable." ■

D.L.