



Charal repart en mer avec Beyou

La marque choletaise sponsorise le skipper Jérémie Beyou, troisième du dernier Vendée Globe.

Gabriel BOUSSONNIÈRE

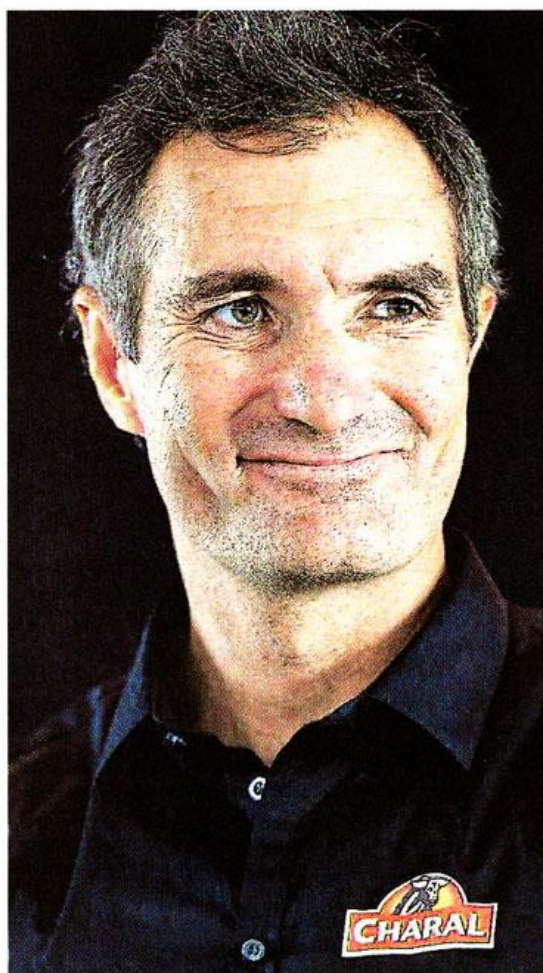
gabriel.boussonniere@courrier-ouest.com

Charal toutes voiles dehors. Après un partenariat avec Olivier de Kersauson sur le Trophée Jules-Verne au début des années 1990, la marque choletaise vient de signer un partenariat avec un des meilleurs skippers français actuels. Il s'agit de Jérémie Beyou qui vient de terminer troisième du dernier Vendée Globe à bord du monocoque « Maître Coq ». Le Breton de 40 ans passe donc de la volaille au bœuf avec Charal, le leader français des produits de boucherie commercialisés aux rayons frais et surgelés. Le siège social de Charal est implanté depuis 1999 à Cholet où l'entreprise emploie un millier de salariés.

Un millier de salariés à Cholet

La marque Charal fait travailler au total 3000 salariés sur huit sites de production en France, dont plusieurs dans la région à Sablé-sur-Sarthe, Nozay-Derval (Loire-Atlantique), La Châtaigneraie (Vendée), Parthenay (Deux-Sèvres)... Son chiffre d'affaires avoisine le milliard d'euros. Depuis 2008, Charal est la propriété du groupe Bigard, le numéro un de la filière viande en France.

Pour Jérémie Beyou, l'objectif est clair : remporter en 2020 la course en solitaire et sans escale autour du monde. « Je suis capable de faire mieux que troisième. Charal est le partenaire idéal pour me permettre de gagner le Vendée Globe », indique le skipper finistérien. « Avec ce partenariat nous avons plusieurs objectifs, souligne Mathieu Bigard, directeur du groupe Bigard. Nous souhaitons parler positivement de la viande [...], nous voulons renforcer nos liens directs avec nos consommateurs. Notre participation aux circuits Imoca Ocean Masters et au Vendée Globe est en parfaite



Jérémie Beyou mettra à l'eau son nouveau monocoque 60 pieds Charal durant l'été 2018, deux ans avant son objectif principal, le Vendée Globe 2020. Photos Jean-Louis CARLI et Beyou Racing / Charal

cohérence avec l'ADN de Charal qui est une marque performante et innovante [...] La voile, c'est aussi l'esprit d'équipe, une notion qui nous est très chère. » La feuille de route est déjà toute tracée. En juin prochain, Jérémie Beyou participera à la Solitaire du Figaro sous ses nouvelles couleurs Charal. A l'été 2018, son monocoque 60

pieds Charal sera mis à l'eau puis il s'élancera sur la Route du rhum (novembre). En 2019, Jérémie Beyou s'alignera sur la Transat Jacques-Vabre. Suivront le Vendée Globe en 2020, la Transat Jacques-Vabre en 2021 et, enfin, en 2022 la New York - Barcelone puis la Route du rhum. D'ici là, les salariés choletais de

Charal devraient pouvoir rencontrer leur nouvel ambassadeur qui visitera les différents sites de production « pour parler des valeurs de la voile, partager son quotidien de marin et de sportif de haut niveau », selon Guy Lepel Cointet, directeur marketing du groupe. Une nouvelle aventure commence pour Charal.



« La voile colle bien à l'image de Charal »

A travers sa filiale choletaise Charal, le groupe Bigard devient le sponsor du navigateur Jérémie Beyou. Et l'armateur d'un bateau high-tech pour gagner le Vendée Globe.

Entretien

Mathieu Bigard, directeur général du groupe Bigard, propriétaire depuis 2008 de Charal, dont le siège social est à Cholet depuis 1999.

Comment est née cette décision de revenir dans le sponsoring d'un bateau à voile, vous qui êtes déjà impliqué dans le rugby ?

On a été contacté par le directeur du team de Jérémie Beyou, dont la base est à Lorient (Morbihan), soit 20 km du siège de notre société à Quimperlé (Finistère). Ils connaissaient des gens qui travaillaient chez nous et qui ont fait remonter l'info.

J'ai ensuite été contacté personnellement, et j'ai trouvé que le projet pouvait être intéressant en termes de support de communication pour notre filiale Charal.

On s'est rencontré à plusieurs reprises et j'ai même pu parler avec Jérémie Beyou pendant le Vendée Globe, alors qu'il était en mer. On a fini par tomber d'accord.

On voit assez bien la concordance d'images entre le rugby, et la viande de bœuf, en termes de puissance, mais quel intérêt pour vous la voile représente-t-elle ?

Quand on voit les marins en mer, on voit bien qu'eux aussi développent cette notion de force physique. Mais c'est surtout l'image d'innovation que renvoient ces bateaux hyperperformants qui colle avec les valeurs de Charal, qui est aussi une marque innovante depuis les années 1980.

Et puis les valeurs d'esprit d'équipe et de travail collectif et de solidarité sont aussi importantes.

Vous n'étiez pas dans l'idée de venir dans le sponsoring d'un voilier avant que Jérémie Beyou vous approche ?

Non, en effet. On n'était pas à la recherche d'un skipper, ou d'un projet dans cet univers-là.

J'étais à la recherche d'un nou-



Mathieu Bigard avait pu parler avec Jérémie Beyou pendant le Vendée Globe, alors qu'il était en mer.

veau projet de communication pour la marque Charal qui communiquait depuis des années en télé, dans la presse, les réseaux sociaux, et pour laquelle on voyait bien qu'il fallait quelque chose de différent désormais.

Pour toucher les consommateurs autrement, mais aussi en interne car on cherchait aussi un beau projet pour mobiliser les 3 000 salariés de l'entreprise.

Vous ne donnez pas de chiffre

Quatre entreprises choletaises cette année

En soutenant Jérémie Beyou, Charal n'innovera pas dans le paysage économique du Choletais. La huitième édition du Vendée Globe, conclue en mars, comptait quatre bateaux soutenus par des entreprises du Choletais.

Il s'agissait de Saint-Michel - Virbac

quant à l'investissement que vous allez réaliser dans ce projet (1), mais vous avez sûrement déjà étudié les retombées médias et de notoriété d'un sponsoring sur le Vendée Globe...

Oui, bien sûr, en partageant les retombées de Maître Coq, notre pré-décesseur avec Jérémie, et en analysant les chiffres communiqués après le Vendée Globe, on a vu que les retombées étaient très intéressantes.

Et le budget annuel que l'on va

mettre dans ce projet correspond à une grosse campagne de publicité et communication de trois semaines dans les médias télé et radio.

Recueilli par
Jacques GUYADER.

(1) Un projet Imoca, jouant la victoire dans le Vendée-Globe, incluant la construction d'un bateau neuf high-tech, et le fonctionnement de l'équipe sur quatre à cinq ans, s'élève aux environs de 10 millions d'euros.

(Paprec - Jean-Pierre Dick), arrivé 4^e ; Finistère Mer Vent (Bouyer-Leroux - Jean Le Cam), 6^e ; Comme un seul homme (Nicoll - Éric Bellion), 9^e ; Famille Mary - Étamine du Lys (Romain Attanasio), 15^e.

Et dans ces différentes sociétés,

on ne regrette pas les sommes investies en sponsoring ou en mécénat, comme en témoignait dans nos colonnes Benoît Mary, président de Famille Mary : « Pour moi, ces skippers sont les derniers aventuriers du XXI^e siècle. »