

économiE



Les Décideurs
par Carole Bellemare

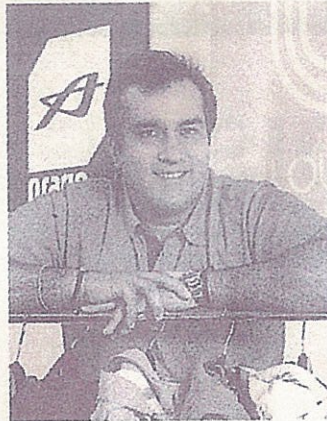
Bernard Mariette, l'ex-patron de Quiksilver, rebondit au Canada

À LA TÊTE du n° 1 mondial de l'outdoor Quiksilver Inc, il était le seul Frenchy à piloter une firme cotée à Wall Street. Depuis son départ du groupe il y a dix-huit mois, on n'avait plus guère entendu parler de lui, mis à part des visées, un temps, sur la marque Rossignol apportée au groupe en 2005, et qu'il avait dû recéder sous la pression des marchés.

Poignée de main énergique, look décontracté et teint hâlé, le bouillant Bernard Mariette revient sur le devant de la scène, avec un projet entrepreneurial qui le comble. Il s'associe à la PME canadienne Coalition, qui développe les marques de vêtements cultes en Amérique du Nord, Orage (ski freeride) et Lolë (sportswear féminin) et en prend les commandes comme CEO. L'affaire, fondée en 1989 par Evelyn Trempe et Eric d'Anjou, deux quadras qu'il connaît bien, est contrôlée depuis l'an dernier par le fonds canadien Kilmer Capital Partners.

« Je n'avais pas l'obsession de redevenir patron, ce que je voulais c'est avoir du temps », confie ce père de trois garçons. Il n'empêche, de Los Angeles à Montréal, l'infatigable bosseur, fan de snowboard, replonge aujourd'hui, loin de la dictature de Wall Street *« qu'il n'aime pas »*. Au côté d'un fonds prônant *« le capital passion »*, il estime *« rafraîchissant de se retrouver à la tête d'une petite entreprise de bien-être et en prise directe avec les consommateurs »*. Lui qui se dit *« incapable de créer »*, mais adore développer, trouve là *« une histoire de création d'entreprise fabuleuse »*, qui ne demande qu'à être déployée.

Un nouveau défi, à 47 ans, pour l'Avignonnais, ancien de Marks & Spencer, L'Oréal et Timberland, qui fut l'artisan de la spectaculaire montée en puissance de Quiksilver. Avec un chiffre d'affaires monde passé, sous sa houlette, entre 2001 et 2007, de 621 millions à 2,4 milliards de dollars. Si celui de Coali-



Il va déployer les marques Orage et Lolë dans le monde. DR

sion ne dépasse guère les 60 millions, il voit grand pour ses marques : Orage est déjà implantée à Annecy, et il promet que *« dans douze mois, on verra des produits Lolë en France »*. Et pas seulement, car misant sur le triptyque multi-marques-Internet-boutiques, il rêve de marques universelles. Mais en prenant son temps. Loin de Wall Street...