

Interview par Alexia SENA (06)

Du rugby aux marchés

Après le rugby – Stade Français, Cardiff, Equipe de France à VII – le nouveau bonheur de François MOUNIER (01) s'appelle Le Comptoir des marchés.

Qu'est-ce que c'est, le Comptoir des Marchés ?

Peut-être allez-vous faire vos courses au marché ? Pour que votre marché soit attractif, propre, à l'équilibre financièrement, il a besoin d'être géré : c'est notre métier. J'ai fondé Le Comptoir des marchés juste avant les élections municipales de 2014. Plusieurs maires s'étaient engagés à promouvoir le « bien commun », et nous avons remporté notre premier contrat sur ce triple engagement : réenchanter le centre-ville, créer du lien, assainir les comptes. Depuis, des commerçants nous recommandent.

Comment se réconcilie-t-on en toi ESCP Europe, le sport et le business ?

Je pense que nous avons deux « appuis », comme on dit en mêlée : l'expertise et l'émotion. C'est aligné avec ma personnalité : je suis curieux et aime les chemins de traverse, mais j'ai très envie d'avancer, de grandir, de faire grandir et d'aller au contact.

Quant au sport, il sera toujours au cœur de ma vie. Je pratique, j'entraîne. Et je cultive les sensations sportives. Quand un Maire nous félicite pour la montée en gamme de son marché, quand on recrute le commerçant rare qui manquait, c'est gratifiant. Quand un collaborateur

s'épanouit au Comptoir des marchés, c'est bon. Je retrouve la reconnaissance ressentie au rugby auprès des autres joueurs dans le vestiaire.

Comment s'est passée la reconversion ?

Je me croyais prémuni et me suis trompé. Après avoir partagé une vie de groupe et des objectifs particuliers tant d'années – j'ai commencé le rugby en entrant au collège et ça m'a immédiatement bouleversé –, trouver un autre canal d'expression, d'échange et de réussite a pris du temps. Mais attention on devient sérieux (rires).

Comment vois-tu l'évolution des « métiers de bouche » dans les villes ?

Mes convictions :

› Dans ces métiers, c'est le commerçant qui fait la différence, avant même les produits.

› La France a une filière du luxe reconstruite, dont méritent de faire partie les savoir-faire rassemblés au marché.

› Les marchés sont innovants : éphémères, à deux pas de chez vous, en circuits courts... d'ailleurs, la grande distribution nous copie !

› Le digital est plus un relais de croissance qu'un concurrent. Il va sublimer

votre relation de confiance avec le commerçant, pas la remplacer.

› Au-delà d'un lieu d'approvisionnement, le marché va devenir un lieu de restauration et de tourisme – nous sommes en retard sur nos amis européens à ce sujet.

« Sur un marché populaire réputé difficile, nous avons fait le pari de l'exigence. »

Un challenge récent dont tu voudrais nous parler ?

Sur un marché populaire réputé difficile, nous avons fait le pari de l'exigence : avec la Maison des métiers de l'alimentation, nous avons conduit une formation auprès des commerçants. On nous promettait d'être mal reçus... au final 77 % des commerçants ont pris l'engagement d'améliorer leurs pratiques !

Fondamentalement, notre projet s'adresse à tous. Voilà ce que j'ai retenu du sport : son universalité. Chacun mérite de progresser. « *There is no such thing as an average kid* », rappelait Jesse Owens.

