

---

---

: MARTINIQUE.FRANCEANTILLES.FR

---

---

« GBH est l'un des acteurs les plus importants pour lutter contre la vie chère »

*Le Groupe Bernard Hayot est au cœur de nombreuses polémiques et accusations depuis plusieurs semaines. D'habitude si discret, son directeur général a décidé de sortir de sa réserve et de monter au créneau. Il répond à nos questions.*



Stéphane Hayot, directeur général de GBH, dénonce un climat qui stigmatise les entreprises.

Stéphane Hayot, directeur général de GBH, dénonce un climat qui stigmatise les entreprises. • DR

### **Pourquoi avoir pris tant de temps à déposer vos comptes ?**

Nous avons toujours déposé nos comptes auprès de l'administration fiscale comme auprès de toutes les autorités de contrôle qui en faisaient la demande. Mais c'est vrai que comme 88% des entreprises d'Outre-mer, nous ne les rendions pas publics pour, comme tout le monde, essayer de ne pas donner trop d'informations à nos concurrents. Mais le climat général montre que, au fond, de ne pas publier nos comptes fait que se développe une forme de suspicion ou d'incompréhension. Nous avons donc fait le choix de publier les comptes consolidés de nos entreprises sur les cinq dernières années. Nous l'avons fait il y a une douzaine de jours déjà. Et nous n'avons rien à cacher. Non seulement nous avons publié nos comptes, mais nous les avons accompagnés d'un communiqué qui détaille et en explique le contenu. Nous sommes un groupe discret mais pas secret.

### **Vous avez manifesté une certaine résistance**

Comme l'essentiel des entreprises françaises, pour les raisons que j'ai indiquées. Cela étant, les mentalités changent. Et nous déposerons désormais tous les ans nos comptes consolidés : la question est réglée désormais.

### **Trouvez-vous ces lanceurs d'alerte courageux ?**

Le sujet est de savoir si l'objectif visé est réellement la transparence et la bonne compréhension de la situation économique, de la santé des entreprises et de leur fonctionnement, ou si c'est créer le buzz et un climat qui stigmatise les entreprises. Je suis tenté de penser qu'il y a un peu de cela. C'est d'ailleurs l'une des raisons pour lesquelles ils ne se sont pas contentés de demander le dépôt des comptes, ils ont aussi porté plainte contre notre groupe pour abus de position dominante. De notre côté, nous avons porté plainte pour dénonciations calomnieuses.

### **Pourquoi avoir porté plainte pour dénonciations calomnieuses ?**

Car les attaques dont nous faisons l'objet dépassent des limites qui ne sont pas acceptables. Nous ne pouvons pas accepter des attaques qui vont aussi loin et qui sont excessives, qui ne correspondent pas à la réalité. Quand le groupe est attaqué, ma famille est attaquée, et nos collaborateurs le sont aussi. Nous avons la chance d'avoir des collaborateurs très impliqués et honnêtes, très attachés à leur entreprise, et ces attaques les touchent. La plainte contre nous ne repose sur rien. Il n'y a absolument pas d'abus de position dominante. À la Martinique, il y a sept acteurs indépendants sur la distribution alimentaire. Le même nombre d'acteurs que sur l'Hexagone sur un marché de 60 millions d'habitants. Nous avons 26% de part de marché. Sur les 15 dernières années, on a vu disparaître plusieurs acteurs majeurs, les groupes Cora, Ho Hio Hen, Lancry, et Roseau. Autant d'exemples qui montrent, hélas, que le marché de la distribution alimentaire est très compétitif, que les marges sont faibles, que si vous dérapez sur vos charges, si vous perdez la guerre des prix, vous mourez. Tous les acteurs, y compris dans l'Hexagone, qui ont oublié ce point-là, ont disparu. Notre conviction, c'est que notre groupe est au contraire un acteur important, pour ne pas dire l'un des acteurs les plus importants, pour lutter contre la vie chère.

### **La plainte contre X dénonce un abus de position dominante**

Nous sommes le groupe le plus contrôlé de tout l'Outre-mer : vous pensez bien que si nous étions en abus de position dominante, cela fait longtemps que les services de l'État y auraient mis bon ordre. Nous ne sommes en situation de monopole ou d'oligopole sur aucun de nos métiers. Quand nous importons une marchandise de l'Hexagone, de l'usine jusqu'à notre magasin, elle doit passer par de nombreuses étapes. On en a dénombré 14. Et c'est pareil pour nos concurrents qui sont soumis aux mêmes contraintes. Notre groupe n'intervient que sur deux ou trois de ces 14 étapes, sur l'entrepôt et le transit. Cela nous permet d'être plus compétitifs et d'avoir plus de flexibilité. Il n'y a aucun empilement de marges pour

le groupe, contrairement à ce qui a pu être dit, mais un empilement de charges. Et c'est la raison pour laquelle, à l'arrivée, la marchandise coûte en moyenne 15% plus cher que son prix de départ, et jusqu'à 40% sur l'alimentaire. Notre boulot, c'est d'être le moins cher possible par rapport à nos concurrents : c'est parce que nous sommes les mieux placés en prix, ou parmi les mieux placés, que les clients viennent chez nous plutôt qu'ailleurs.

**Manuel Valls vous a reproché de jouer « un rôle d'étouffement de l'économie et du pouvoir d'achat »**

Nous ne comprenons pas ces attaques, qui sont infondées et donc injustes. GBH est un groupe familial. Mon père a eu quelques collaborateurs au début de sa vie professionnelle. Et nous nous sommes, petit à petit, sur 60 ans, développés. Toutes les opérations de croissance externe, de rachat d'entreprises, ont fait l'objet d'analyses et d'enquêtes préalables de l'Autorité de la concurrence. Si elle avait considéré que nos opérations n'étaient pas bonnes pour le marché ou pour le consommateur, elle ne nous aurait pas donné l'autorisation. Nous sommes aujourd'hui le premier employeur privé à la Martinique, où nous restons car c'est ici que sont nos racines. Nous avons 2 100 collaborateurs ici, que nous avons à cœur de faire évoluer. Nous faisons énormément de formations en interne, et sur les trois dernières années, plus de 200 collaborateurs sont passés à des statuts de cadre. Nous permettons à de nombreux Martiniquais de pouvoir rester ou revenir ici. Nous sommes le premier débouché commercial de la production locale. Tous ces éléments apportent du dynamisme à notre territoire. Nous n'étouffons donc personne, bien au contraire. La Martinique a besoin d'unité et pas de divisions supplémentaires : elle ne se développera et le marché de l'emploi n'augmentera que si davantage d'entreprises sont créées et grandissent. Le développement passera par les acteurs locaux.

**Vous avez fait un bénéfice impressionnant de 228 millions d'euros en 2023**

Il faut ramener ces sommes à notre chiffre d'affaires. Nous faisons un chiffre d'affaires de 5 milliards d'euros. Le bénéfice du groupe est équivalent à 4,5% de son chiffre d'affaires. C'est ce que font des groupes de taille équivalente dans l'Hexagone. La moyenne des entreprises du CAC 40 est au-dessus des 8%. Donc il n'y a rien d'excessif dans notre bénéfice. C'est même indispensable pour pouvoir investir. Nous avons, en 2023, investi 300 millions d'euros dans l'ensemble du groupe, c'est-à-dire plus que notre bénéfice qui est de 228 millions. La Martinique représente 15% de notre chiffre d'affaires et environ 25% de nos investissements en 2023, avec 70 millions dont près de 30 millions d'euros sur l'extension et la rénovation du centre commercial du Robert. Ces investissements faits à la Martinique sont générateurs d'emplois directs et indirects. C'est ce qui permet à un groupe de notre taille de réinvestir dans ses entreprises, de rénover les magasins et réaménager les parkings, de se développer notamment à l'international. Nous sommes aujourd'hui au Maroc, en Côte d'Ivoire, en Algérie, au Costa Rica, en Angleterre, aux États-Unis.

### **Vos marges sont dites excessives**

Si nous faisons des marges excessives, nous serions incapables de proposer des prix compétitifs. À la Martinique, c'est nous qui avons les prix les plus compétitifs. C'est nous qui sommes les moins chers. J'insiste : on ne peut pas à la fois faire des marges excessives et être les mieux placés en prix ! C'est pareil pour le débat sur les fameuses « marges arrière » ; on veut faire croire aux Martiniquais qu'il y aurait des marges cachées mais c'est une fable ! Si nous empilions les marges, qu'elles soient « arrière » ou non, nous ne pourrions pas être bien placés en prix et nous serions sortis du marché par nos concurrents. On peut tourner le problème dans tous les sens : c'est une réalité commerciale de base.

### **Et dans l'automobile ?**

C'est comme dans l'alimentaire. Si vous prenez Renault, nous vendons en moyenne nos véhicules 10% plus cher que dans l'Hexagone. Sur la pièce détachée constructeur, vous avez un écart de prix moyen de l'ordre de 25%. Sachant que nous sommes obligés de les importer et de les stocker. Nous en stockons 20 000, celles qui sont les plus fréquemment consommées. Les autres, c'est-à-dire 40% des pièces que nous vendons, nous sommes obligés de les acheter uniquement quand on en a besoin et de les faire venir par avion. C'est la contrainte, encore une fois, d'un marché restreint à 7 000 km de l'Hexagone.

### **On vous accuse de profiter du consommateur martiniquais, que répondez-vous à cela ?**

Ces dernières années, notre groupe s'est beaucoup développé à l'international, et nous ne faisons plus que 15% de notre chiffre d'affaires à la Martinique. Si nous avons fait le choix de conserver notre siège ici, ce n'est pas par hasard : notre groupe, ma famille, nous sommes Martiniquais, et très attachés à la Martinique. Nous essayons de bien faire nos métiers, de répondre aux besoins des consommateurs, en Martinique comme ailleurs. Mais nous ne faisons pas que cela. Notre groupe s'implique beaucoup sur les sujets d'intérêt général. Nous sommes le premier partenaire de la production locale, nous avons créé l'association Entreprises & Environnement. Nous sommes très engagés sur la formation, nous avons créé une fondation avec l'université, organisons des forums des métiers, nous sommes partenaires du RSMA et de l'École de la deuxième chance pour accompagner des jeunes éloignés de l'emploi et souvent en situation d'échec. Sur le patrimoine, nous avons créé la Fondation Clément qui soutient fortement les artistes locaux, pris en charge la gestion du musée de Saint-Pierre, qui a accueilli 60 000 visiteurs en 2024, c'est magique ! Nous menons aussi des actions de solidarité et intervenons dès qu'il y a une catastrophe climatique ou autre. Notre partenariat avec la Banque alimentaire a permis, depuis 2019, de distribuer l'équivalent de 4 millions de repas en Martinique, Guadeloupe et à La Réunion. Nous sommes convaincus qu'un groupe comme le nôtre a beaucoup de devoirs.

### **Comprenez-vous le mouvement de lutte contre la vie chère ?**

Je le comprends parfaitement et je partage cette réalité. La vie est plus chère de 14% par rapport à l'Hexagone quand on prend l'ensemble des postes de dépenses d'un ménage et de 40% sur l'alimentaire. La guerre en Ukraine et la sortie du Covid ont fait que nous avons vécu en 2022 et 2023 deux années de très forte inflation. Cela a été très dur pour les familles, et ça le reste à bien des égards. Donc il est normal de chercher des pistes pour que les choses s'améliorent. La question est de savoir si l'on fait le bon diagnostic pour trouver les bonnes solutions ou si l'on cherche simplement des boucs émissaires. Beaucoup d'études ont montré qu'il y a de vraies contraintes structurelles qui expliquent les écarts de prix avec l'Hexagone et non un problème de marge des acteurs. Le problème numéro un, c'est le coût du transport des produits sur notre île, que n'a pas à subir le consommateur de l'Hexagone. Il faut s'attaquer à ces contraintes structurelles, et c'est ce qui a été fait avec le protocole du 16 octobre. Les distributeurs, la Collectivité territoriale et l'État se sont mis d'accord pour baisser de 20% les prix sur 6 000 produits de consommation courante à travers un effort de marge des distributeurs, des exonérations d'octroi de mer et de TVA, et la neutralisation des coûts de transport. Le 2 janvier, ce protocole a été mis en œuvre partiellement : les distributeurs et la CTM ont fait leur part, ce qui a permis une baisse de 9% du prix de ces produits. Pour arriver à 20%, il faut que l'État tienne à son tour ses engagements : il va le faire sur la TVA car le budget vient d'être voté par le Parlement. Il reste le plus gros morceau, qui est aussi l'outil le plus puissant : la neutralisation des frais d'approche. Tant qu'on n'aura pas réglé ce sujet de continuité territoriale, on n'arrivera pas à faire significativement baisser le coût de la vie pour les familles. Les consommateurs l'attendent, et ils ont raison. Nous faisons confiance à l'État.

#### **Vos méthodes de recrutement sont aussi mises en cause**

Nous avons un comité d'éthique à l'intérieur du groupe à qui nous avons instantanément demandé de se pencher sur cette question et de lancer une enquête interne. Le cabinet de recrutement en question travaille avec nous depuis de nombreuses années et a notre confiance. Nous attendons désormais les résultats de l'enquête interne, et s'il y a des choses à changer, nous le ferons.

#### **Vous avez réuni les 700 cadres de votre groupe vendredi dernier à l'habitation Clément. Que leur avez-vous dit ?**

Que nous sommes vraiment fiers de ce que nous construisons ensemble. Jusqu'ici, nous avons réussi à nous développer sans trahir nos valeurs initiales : la remise en question permanente, la fragilité des entreprises si elles n'écoutent plus leurs clients, la conscience que nous avons plus de devoirs que de droits sur les territoires où nous sommes implantés. Nous nous comportons bien avec les consommateurs, avec nos collaborateurs, avec les autorités publiques. Nous sommes un groupe avec un fort développement international mais qui reste profondément français et profondément martiniquais. Tout cela est possible grâce à eux. Alors nous leur avons dit merci, tout simplement.

Les distributeurs et la CTM ont appliqué leur part du protocole dès le 2 janvier permettant une baisse des prix de 9%. Ici, à Carrefour Cluny.



Les distributeurs et la CTM ont appliqué leur part du protocole dès le 2 janvier permettant une baisse des prix de 9%. Ici, à Carrefour Cluny.

Les distributeurs et la CTM ont appliqué leur part du protocole dès le 2 janvier permettant une baisse des prix de 9%. Ici, à Carrefour Cluny. • *Ericka Morjon*



La Fédération française des banques alimentaires et GBH ont renouvelé, en juin 2024, leur convention de partenariat.



La Fédération française des banques alimentaires et GBH ont renouvelé, en juin 2024, leur convention de partenariat.

La Fédération française des banques alimentaires et GBH ont renouvelé, en juin 2024, leur convention de partenariat. • DR



GBH a signé le protocole d'objectifs et de moyens contre la vie chère du 16 octobre dernier.

GBH a signé le protocole d'objectifs et de moyens contre la vie chère du 16 octobre dernier. • Jean-Marc Etifier

*Propos recueillis par Ericka Morjon*

