

L'ESPRIT D'ENTREPRISE DANS LA FAMILLE CHANE-NAM :

UN SIÈCLE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE

- *Ah, enfin un garçon ! Il pourra me succéder dans la boutique et les affaires. On l'appellera Raphaël.*

Du sceau de l'archange, la voix paternelle venait de marquer, après quatre filles, le destin de ce fils à peine né ; mais ce père bien intentionné ne savait pas à quel point son fils dépasserait de loin ses ambitions, et hisserait son nom, pour des décennies, au rang des grands industriels agroalimentaires de La Réunion. C'était le 28 septembre 1934 au 43 de la rue des Bons Enfants.

L'aurore naissait.

Voilà l'incipit d'une biographie écrite comme un roman qui vient de sortir aux Éditions Riveneuve (Paris)

Pour ceux que cela amuserait, ce 28 septembre 1934, Dieu créa [aussi] la femme ! 5 place

L'esprit d'entreprise dans la famille Chane-Nam : un siècle de commerce et d'industrie

Écrit par Yves Bosquet (PRAG à l'Université)

Mardi, 20 Septembre 2011 00:00

Violet dans le 15^{ème} arrondissement de Paris, naît aussi la future BB. Raphaël en plaisante, disant qu'il regrette de n'avoir pas partagé le berceau de Bardot. Honni soit qui concupiscence y verrait en ces temps DSKaiens !

Pourquoi le prénom de 'Raphaël' a-t-il plu à Antoine, le père ? Sur un calendrier chrétien, il se peut qu'il ait lu le nom des archanges Michel, Gabriel et Raphaël, fêtés le lendemain de la naissance de son fils. Il a choisi, assurément sans le savoir, le prénom qui signifie « Dieu seul guérit ». De quoi ? Du mal qu'il y a à entreprendre dans le monde économique et à réussir sa vie peut-être !

Comment s'organisera mon propos et de quoi sera-t-il question ?

TITRE : L'esprit d'entreprise dans la famille Chane-Nam : un siècle de commerce et d'industrie

Vous vous attendriez peut-être à ce que je tienne des propos très éclairés sur l'entreprise et l'économie.

Je vous détrompe bien vite sachant que ma profession d'enseignant à l'Université en techniques d'expression ne me donne pas la compétence pour dresser devant vous des théories sur le commerce ou l'industrie. Comme dans une phrase simple, il sera simplement question de sujet, de verbe et de complément :

- le sujet par excellence ce sera Raphaël, naturellement, et toute la famille CHANE-NAM.

- comme le verbe s'est fait chair, dit la Bible, je veux bien être le porteur de parole en tant qu'auteur de la biographie romancée intitulée « le merle blanc »

- quant au complément, puisqu'à toute action il en faut un ou plusieurs, ce sera vous qui êtes là en tant que récepteurs

Mon propos a donc pour objet de présenter l'itinéraire de Raphaël (et de la famille) qui l'a conduit de la boutique des Bons Enfants à la Zone industrielle de Saint-Pierre avec l'esprit innovant que cela suppose. J'examinerai donc chemin faisant un certain nombre de caractéristiques qui mènent à la réussite ou qui la sous-tendent.

J'organiserai mon examen des faits en deux parties :

1. La période commerciale qui est aussi celle de la formation de Raphaël :

- avec la figure dominante du Père dont le flair commerçant a assuré la prospérité de la famille Chane-Nam

- et la figure montante du Fils, en tant que porteur d'un destin hors du commun

2. L'essor industriel avec trois réussites marquantes choisies dans le lot de toutes les unités de production du Groupe Chane-Nam

- les glaces MIKO et la fortune au bout du pot

L'esprit d'entreprise dans la famille Chane-Nam : un siècle de commerce et d'industrie

Écrit par Yves Bosquet (PRAG à l'Université)

Mardi, 20 Septembre 2011 00:00

- les jus de fruits Caprisonne comme délice des dieux en tant qu'entreprise juteuse

- et le développement de l'Aurore « aura process » en tant que découverte assez fabuleuse réalisée en partenariat avec des chercheurs de l'Université.

- s'il me reste un peu de temps, j'évoquerai aussi les difficultés du Groupe au début de ce siècle (2000/2002) et la transformation intérieure de Raphaël qui en a fait un calligraphe de talent.

J'aborde donc mon premier point : La période commerciale, celle de la formation de Raphaël

Tout d'abord, la figure prééminente et tutélaire d'Antoine, le PÈRE

Si les Bons Enfants ont accueilli comme naturel le berceau du nouveau-né, le poupon n'est que le produit de la longue tribulation de sa parentèle dans l'outremer français. Point de "goyave de France" sur cette branche réunionnaise, mais letchis et intelligence de Chine !

Antoine Chane-Nam, le père, appartient en effet au lignage de ceux qui ont osé quitter les rivages de leur Chine natale pour former les tigrons de la diaspora ...

Le calendrier remonte dès lors à 1890, au temps du grand pionnier de la famille, un certain Chane Pak Yun, l'oncle d'Antoine père de Raphaël.

La misère ravage les campagnes, et le petit village de Shajiao, [Sa kyao] dans le district de Shunde [Soun té], au sud de la province de Guangdong, n'échappe pas aux maux qui frappent les populations.

La région vit de cultures maraîchères et de sériciculture, comme petite industrie de la soie en appoint ; mais le riz fait grise mine et les autres céréales peinent à nourrir les centaines de milliers de ventres ; quant aux vers à soie, bombyx mori, ils filent un « mauvais coton », frappés par la maladie des vers. Las d'espérer un meilleur sort Chane Pak Yun boucle alors sa valise, et, la tenant d'une main, de l'autre il salue femme et enfants laissés au pays, incertains de l'avenir du téméraire aventurier.

Où va-t-il ? Droit devant, c'est-à-dire quelque part dans l'océan Indien. Serait-ce l'une des îles ? La grande, Madagascar, ou l'une des petites, Maurice ou La Réunion ? La légende court, en effet, dans le lointain Orient que ces îles regorgent d'or et de pierres précieuses, et cela court depuis le XVII^e siècle, alors qu'Étienne de Flacourt en était le Gouverneur. Or ou non, le bateau dépose Chane-Pak-Yun à La Pointe des Galets.

S'est-il fait accueillir ? Nul ne le sait. Pourquoi a-t-il choisi de remonter le lit de la rivière Saint-Étienne pour s'accrocher à l'Entre-Deux plutôt que se fixer à Saint-Pierre, la « Capitale du Sud » ou à Saint-Louis ? Nul ne le sait non plus, mais il y ouvre boutique de denrées alimentaires et charcuterie-boucherie. Sans être prospère, le commerce va son train et devient le point de ravitaillement des Entre-Deusiens, tout spécialement quand ils sont en manque de « l'arak », ce rhum blanc très fort et de qualité médiocre qui décape le gosier.

13 ans plus tard, Antoine, fils orphelin de Chane-Pak-Yène sentira couler dans ses veines l'appel du grand large, suivi en cela par sa sœur Chan G. Kee.

« Le lapin futé a trois terriers », dit un proverbe chinois : Chane Fun Nam (Antoine) creuse le

sien, après un séjour de onze ans auprès de ses cousins de l'Entre-Deux, dans la rue principale à Saint-Joseph ; Chan G. Kee s'établit sous le flambeau de la statue de la Liberté, à New York ; Laï Tune, leur mère, a le soin d'honorer mari et ancêtres dans leur terre d'enfance, à Shajiao [Sa kyao]

Les mânes de Chane-Pak-Yène peuvent encore frémir d'orgueil si l'on considère les cinq générations qui traversent tout le 20^è siècle jusqu'à aujourd'hui. L'orgueil serait peut-être mal venu mais l'on peut vraiment montrer comme exemplaire cette famille solidement ramifiée qui a su travailler à la réussite commerciale et industrielle dont je vais retracer quelques éléments.

Néanmoins pour modérer mon propos, et pour que vous ne me taxiez pas déjà de parti pris ou d'éloge excessif, je voudrais offrir à votre réflexion les analyses de Wei Aoyu (professeur en histoire de la Chine à Paris 3 et formateur au management interculturel à HEC) dans la préface du « Merle blanc » :

« La force familiale s'avère très positive, permettant de porter des projets ambitieux à une certaine hauteur avec la synergie créée et les efforts conjugués, et cela se rencontre peu dans des entreprises non familiales.

Or, cette force a aussi ses limites : déchirures internes à cause de perceptions différentes, manque de motivation de certains pour innover, mais également manque de rigueur dans le respect du processus scientifique ou technologique ou dans la gestion de planification et d'anticipation. C'est dans les efforts conjugués que se trouvent les risques, c'est dans les pratiques habituelles familiales, dans les détails de la vie sociale et économique déterminés par la force traditionnelle que se cache le diable. Voilà le paradoxe et c'est ce paradoxe qui conduira le sort de Raphaël vers une direction autre que celle qu'il imagine. »

Mais restons focalisés sur la 2^e génération avec Antoine. En 1924, après 11 années d'apprentissage et d'économies, Antoine ouvre boutique à Saint-Joseph, à deux pas de l'église, et tout en face de la Mairie (Aujourd'hui, la Mairie a « traversé » la rue, après construction d'un nouveau bâtiment, 277 rue Raphaël Babet, et jouxte l'ancien magasin Chane-Nam.) Le flair appartient au blaireau comme la fibre commerciale tisse l'esprit chinois : qui aurait pu lui conseiller meilleur emplacement ? Les Saint-Joséphois, toutes bénédictions reçues par le curé, vont à la boutique remplir leur cabas à la sortie de l'église, tandis que les administrés, les mêmes d'ailleurs, arrêtent leur charrette à bœufs pour se décrasser le gosier « chez le Chinois »

Le boutiquier trime dur pour achalander son étal, mais il peut se sentir heureux, car à 22 ans, il tient boutique, et les affaires prospèrent.

Un an plus tard en 1925, sa mère lui envoie de Chine une jeune épouse de 17 ans : elle s'appelle Sam Sing (sur la photo vers ses 60 ans après 16 maternités / dcd à 63 ans en 81)

En 1934, nouvelle étape : Chane Fun Nam (Antoine) se laisse porter par le souffle du dragon d'or. Ses bénéfices à Saint-Joseph en dix années de peine, d'économies et de comptabilité serrée lui permettent de s'installer dans la capitale du Sud : Saint-Pierre le reçoit au 20 (actuellement 32) de la, bien nommée, rue des Bons Enfants. Il loue cette boutique de 50 m² à la famille Douyère, avant de l'acquérir plus tard quand les héritiers s'en déferont.

Je fais une digression rapide sur la dénomination de la famille :

En ces années d'avant-guerre, la Chine a déjà jeté sur les rives réunionnaises quelque 3 000 de ses ressortissants qui fuient la misère (Voir Édith WONG-HEE-KAM, *La diaspora chinoise aux Mascareignes* : le cas de La Réunion, Paris, L'Harmattan, 1996, p. 82 : « En 1921, les services des contributions directes estiment la population chinoise (non naturalisée) à 1052 ; en 1925 à 1656 ; en 1931 à 2242 ; en 1936 à 2845 ; et en 1941 à 3853 ». La notion de « clandestins » n'est pas encore de vogue !). Mais

l'administration d'alors et plus encore les populations locales sont encore peu familiarisées avec les patronymes chinois ; et pleuvent dans les registres et les usages, des déformations et des incongruités notoires.

Les amis du jeune Chane Fun Nam (Antoine) à l'Entre-Deux l'appelaient de son prénom Nam, conformément à la coutume chinoise ; mais dans le petit village de Saint-Joseph, l'on n'accordait au boutiquier que son nom patrilinéaire, « Chane ». Mais, Nam a aussi un « petit nom gâté », car la majorité de ses amis chinois l'appelaient "Ky Xhi Nam". En général, les Chinois, à cette époque, surnomment « ky-xhi », c'est-à-dire « mécanique », les personnes qui ne sont point trop idiotes et qui trouvent réponse à tout. On l'appelait Nam comme commis à l'Entre-Deux et Chane comme patron à Saint-Joseph. Saint-Pierre appliquera mécaniquement à Ky Xhi la loi de Salomon en tranchant par le milieu le débat patronymique : Chane-Nam sera son nom ! Et pfft, Fun disparaît ! Pas assez fun peut-être !!

Sur le plan civique, le 30 avril 1940, toute la famille Chane-Nam est versée dans les registres de la Mairie de Saint-Pierre : à 38 ans, Nam sera officiellement prénommé Antoine, le « saint qui trouve tout ». Nouveau commencement. Et Sing sera Marie en même temps que mariée, et mère de ses enfants !

Liu Sion Live (maître de conférences en anthropologie à l'Université) parle de déconstruction de l'identité.

Les noms chinois sont généralement composés de trois caractères : nom de famille en premier, nom de génération en second, et prénom porteur des aspirations des parents en dernier. L'Etat civil a opéré une chirurgie simplificatoire, mais il faut ajouter que la transcription du patronyme Chan (méditation silencieuse) a été pourvue d'un « e » final pour respecter la prononciation qui fait sonner en français le « n » de Chane.

Retour à l'esprit d'entreprise avec la boutique de Saint-Pierre et les années d'apprentissage de Raphaël sous la férule du Père :

À Saint-Pierre, la famille lance le fleuron de son activité d'alors : les pâtisseries Chane-Nam, lesquelles acquerront rapidement la notoriété. Et puisque l'on sait que le premier fils est né cette année-là en 1934, c'est à lui, Raphaël, que reviendra de porter le nom en même temps que la renommée.

Septembre 1943 : après deux années consacrées aux apprentissages élémentaires, Raphaël, plutôt bon élève, est admis en cours moyen, avec l'espoir de décrocher l'année suivante son Certificat d'Études. Pourtant son Père en a décidé autrement : il s'est mis en tête avec ses amis de fonder une école chinoise. Avoir quitté son pays pour fuir la misère, sans espoir de retour, lui paraît irrationnel. Commerçant dans l'âme, comptable avisé, Antoine Chane-Nam, primo arrivant, s'attache modérément à sa terre d'accueil ; il vit en "développement séparé" selon l'expression de Pierre Picquart (professeur en géopolitique à Paris 8), « appliquant règles et coutumes locales chinoises », car chantent dans sa tête l'appel du sang et la Mère Patrie ancestrale. Sur place, il s'est donc inséré dans un réseau d'entraide puissant qui lui a valu de réussir. À son tour, il veut préparer les jeunes générations à une réimplantation au berceau de la famille « dans un projet collectif de groupe et de stratégie de réussite individuelle » ; en cela, il est persuadé que l'éducation en langue et culture chinoises est le ressort indispensable de la réinsertion. Voilà ce que j'appellerai une entreprise éducative non dénuée de réflexion.

Raphaël se souvient d'avoir été attiré par *l'épopée des Trois Royaumes* de Luo-Guan-Zhong sous la toute-puissante dynastie des Han qui fut ravagée par la lutte acharnée entre eunuques cupides et ministres félons. Ces leçons de jeunesse et d'histoire sont précieuses car l'adulte pourra s'en prévaloir dans l'exercice de ses pouvoirs ; et pour les jeunes esprits, les longs poèmes qui vantent la bravoure et l'audace sont tonifiants :

Confucius siège, lui aussi, sur un trône, avec tous les préceptes moraux dont Raphaël se nourrit : « *La vie d'un être ne vaut que par la droiture. Sans droiture, elle ne tient qu'au hasard* » , ou encore celui-ci : «

Chacun suit sa pente ; l'être mesquin en la descendant, le confucéen en la remontant ».

Puisque le Merle Blanc est le fil rouge de l'entreprise Chane Nam, je vous dois une explication à ce sujet. Pour défier une personne de réaliser l'impossible (comme de présenter par exemple un siècle de commerce et d'industrie en une petite heure !), on a l'habitude de dire :

« Si vous faites cela, je vous donnerai un merle blanc ». Allez savoir.

Un beau matin de janvier 1946, un braconnier de Jean-Petit arrive aux Bons Enfants et propose à son "dalon" (*copain, camarade*) chasseur Antoine Chane Nam un oiseau blanc ligoté. Antoine était un bon fusil, quand il chassait dans les Hauts de Saint-Joseph. D'ailleurs, boutique et chasse ne sont-elles pas mêmes pratiques ? Antoine marchande donc l'oiseau et l'obtient à petit prix

Et l'oiseau blanc est libéré de ses liens pour aller en sa cage siffler sa nostalgie ; la glu l'a pris, et c'est lui qui fera le spectacle !

Antoine se rengorge alors dans l'orgueil de son oiseau fétiche ; et de ce jour, le Merle Blanc devient le phénix des hôtes de ces lieux. « *Qu'il est glorieux, mais qu'il est pénible d'être en ce monde un merle exceptionnel* » a déjà écrit Musset
un siècle plus tôt dans son
Histoire d'un Merle Blanc.

En 1954, Antoine Chane-Nam décide de restaurer son édifice commercial. La cage du merle est accrochée au balcon. Et battu par le vent, ou frigorifié par l'hiver tropical, « las, voyez comme en peu d'espace, il a dessus la place, ses beautés laissé choir », dirait Ronsard !

Antoine bondit, arrache le merle à sa cage, le tourne, le retourne pour le réchauffer, lui souffle dans le bec pour lui réinsuffler l'air, la vie.

- Tic, tac, ton oiseau t'a quitté ! cf Bobby LAPOINTE : *Ta Katie T'a Quitté*

Rien n'y fait, il a trépassé. Crevé le merle !

La mort dans l'âme, Antoine rend au Bon Dieu des oiseaux, son oiseau fétiche, et sur la façade de sa boutique, il fait graver en belles lettres blanches sur fond noir :

Au Merle Blanc

CHANE-NAM

Pour résumer le rôle du Père dans l'esprit d'entreprise de la famille, je dirais comme ses enfants ont pu le penser : « si té pas li, nou té pas là » (traduction commentaire : s'il n'avait pas été là, nous ne serions pas ce que nous sommes)

Après la figure dominante d'Antoine, entreprenant et même sensible comme vous venez de le voir, je passe au fils : Raphaël met ses pas dans les pas du père

Dans les années 50, le boulevard Hubert-Delisle devient déjà le pôle attractif des activités festives.

Personne ne s'étonne, dès lors, qu'Antoine, comptant sur le dynamisme du fils aîné (Raphael a tout juste, 20 ans), ait l'idée de construire un bar en bordure de plage, les piliers dans l'eau.

Les services de l'urbanisme, avec la signature du Maire Raymond Hoarau, donnent leur aval à ce précurseur des florissants « camions-bars » réunionnais. Bar est peu dire, car il est jouté d'une grande salle. Et une fois le mois, la musique du samedi soir entraîne, dans un pas de danse effréné, les couples de fêtards venus des hauts de la ville comme des environs.

Au bar, Raphaël se taille de solides amitiés, car le jeune homme est hospitalier ; il sait écouter son monde et ses interlocuteurs aiment cet homme simple. Y aurait-il du Confucius en lui ? Raphaël se plaît à croire que la naissance du Maître, un 28 septembre comme lui selon la légende, le prédestine à suivre cette longue tradition de sagesse (Confucius serait né en -551 av JC). Le Sage dit en effet : « *L'homme honorable donne une attention spéciale à neuf choses* » :

- *il s'applique à bien voir ce qu'il regarde,*

- *à bien entendre ce qu'il écoute* ;

- *il a soin d'avoir un air affable,*

- *d'avoir une attitude déférente,*

- *d'être sincère dans ses paroles,*

- *d'être diligent dans ses actions* ;

- *dans ses doutes, il a soin d'interroger* ;

- *lorsqu'il est mécontent, il pense aux suites fâcheuses de la colère* ;

- *en face d'un bien à obtenir, il se rappelle la justice. »*

Tournant du destin très important après le mariage en 1959

Le premier jour de décembre 1962, Raphaël roule paisiblement sur la route côtière de l'Etang-Salé. Avec lui, son beau-frère mauricien, en visite pour la première fois à la Réunion, depuis le mariage d'Annie sa sœur. Soudain, une voiture déboule « à tombeau ouvert » en sens inverse, fait une embardée sur sa gauche, évite un premier véhicule, zigzague, frôle de justesse un deuxième véhicule, se rabat sur sa droite, puis vient s'encastrier dans la portière de Raphaël. Fracas terrible !

La seconde suivante, Raphaël gît dans le fossé, en dehors de l'habitacle, l'esprit hébété, les yeux hagards, envahi par la douleur folle qui le gagne depuis la jambe.

Raphaël Chane-Nam est transporté, le fémur gauche fracturé, sur le plateau de la camionnette d'Antoine Comorapoullé jusqu'à l'hôpital de Saint-Pierre.

L'hôpital de la rue François de Mahy est nommé par dérision « Lambaréné pays » compte tenu de l'état de délabrement de l'édifice avant la construction du fleuron de la santé à Terre Rouge en 1980. Ce vieil hôpital de Saint-Pierre n'est qu'un cloaque : cafards et rats y quêtent les immondices. Et dans les plaies purulentes s'incrument les pires « bestioles » qui soient, bacilles de Koch, ou staphylocoques dorés.

Après trois semaines de lit, Raphaël n'est pas remis : il garde à la jambe un drain qui récolte le pus jaune et malodorant de la plaie mal refermée.

Toute la longue saison de 1963 n'apporte pas d'amélioration. Raphaël est ballotté entre kinés et médecins jusqu'au jour où sur un conseil judicieux il va se faire soigner et réopérer à la clinique des frères Judet à Paris. Il en sort guéri même s'il continue de boiter.

Pour fêter sa guérison, Raphaël va tout droit à la foire de Paris, porte de Versailles, comme cela, en badaud qui jouit de sa liberté de mouvement et d'une humeur vagabonde.

« Marche doucement, Raphaël, car tu marches sur les rêves de ton destin » aurait pu lui souffler sa voix intérieure. Et comme le chien que le flair mène à sa proie, il tombe en arrêt devant un stand d'équipement et d'aménagement de magasins. Est-ce là que le menait l'accident du maudit décembre ?

Quand le destin joue de mauvais tours, vous le savez, cela ouvre de nouveaux horizons et impose de nouvelles orientations.

Raphaël fait donc sa révolution commerciale et avec l'approbation de son père transforme intégralement la boutique de 50 m² en supérette de 150 m² avec la spécialité « épicerie fine »

(vins fins, fromages de toutes espèces, produits frais, pâtisseries).

Je cite Raphaël :

- C'est la première fois que je me suis vraiment senti responsable des affaires et de la famille. Depuis ce jour, j'ai acquis une confiance totale en moi, et je me suis investi sans réserve et sans crainte dans ce projet de transformation et de rénovation.

En fils de chasseur, Raphaël et tout l'aréopage familial se plaisent à flairer les goûts de la clientèle, anticiper les évolutions, cerner les désirs, offrir des produits qui satisfassent, ou mieux encore qui donnent au consommateur le sentiment d'une certaine appartenance sociale.

Il faut savoir encore que commercer, c'est faire face à la concurrence, et se positionner. Or, les idées novatrices finissent curieusement par véhiculer des « courants de surface » que les conversations ou les journaux relaient volontiers et qui créent de nouveaux marchés.

Un an plus tard en mars 65, Raphael retourne à Paris pour se faire réopérer et réduire le raccourcissement de sa jambe. Un rdv différé et le voilà à New York chez sa tante

L'homme qui revient des États-Unis ne sait pas vraiment où ses pas le mènent au-delà de l'épicerie fine et de la clinique des frères Judet, mais les retrouvailles avec sa tante et ses cousins l'ont fortifié et régénéré ; dans sa tête, il y a du vent et des voiles ; l'esprit d'entreprise l'habite au même titre qu'il vit désormais sur trois continents :

- Avec du recul, je peux dire que mon accident a conditionné ma carrière ; par les voyages et les découvertes qu'il m'a permis de faire, il a été le début de l'ascension du groupe familial.

La surface de la supérette reste limitée pour qui voit grand, et d'autres épiciers fins peuvent concurrencer le créneau. Il faut dire que la spécialité réunionnaise est de copier à outrance : il suffit que l'un crée une structure originale pour que l'autre en recrée une à l'identique, quasi sur

le trottoir d'en face, pensant que la notoriété du premier profitera au second. Alors délocaliser ? Ou implanter des succursales dans d'autres villes ? C'est s'exposer encore à la copie et multiplier les contraintes de gestion.

À dire le vrai, toutes les orientations commerciales n'ont plus grâce aux yeux de Raphaël : son Amérique à lui, la grande idée qui lui trotte dans la tête, c'est de se lancer dans l'industrie.

Et puis Raphaël ne manque pas de philosopher disant que commercer revient à s'enrichir seulement par des échanges de marchandises que d'autres ont fabriquées. Mais fabriquer soi-même, c'est participer à la prospérité du pays, à l'emploi, c'est apporter, par son travail, de la valeur ajoutée à des produits de base. Et combien d'employés verraient s'améliorer leurs conditions de vie quand le chômage frise l'indécence... Annie, son épouse, ne manque pas, en retour, de se moquer un tantinet de son homme disant qu'il se prend la tête. En somme, bientôt une stèle : « À Raphaël, La Réunion reconnaissante » !

Cela ne fait que commencer !

J'en arrive donc à mon second point : L'essor industriel

Regardez plutôt : **ÉTAPES DE LA CONSTITUTION DU GROUPE CHANE-NAM**

1965 > SARL CHANE –NAM

Août 1968 > Création SEICAR S.A - capital 32 000 000 CFA>Produits MIKO

1971 à 1978 > Bonbons DÉVÉ

Octobre 1972 >Rachat de la SICAP > Produits de porc

1980 > Revente aux Armements des Mascareignes

Novembre 1977> Création SOVIPAR S.A - capital de 480 000 F>Produits 3 de cœur

(pâtisseries/viennoiseries)

Novembre 1982 >Prise de participation de la Sté Générale Biscuit France (40%)>Produits LU (biscuits)

Novembre 1980 >STÉ GÉNÉRALE DE DISTRIBUTION- capital 1 120 000 F >Activités de négoce

Juillet 1983> Création Merle Blanc sa - capital 2 300 000 F>produits Caprisonne

Mars 1985 >Prise de participation à la CARTONNERIE RÉUNIONNAISE>Produits d'emballage en carton

1990> Revente à la SITAR

Juillet 1986 > FOIRE INDUSTRIELLE Saint-Pierre>Iles océan Indien

Juillet 1988 >Rachat SOLPAK - 9 500 000 F> Jus de fruits

Mai 1990 > Prise de participation 250 000 F - à SUD AÉRO SERVICES> Transport avion
Pierrefonds/Gillot et 1991 > Dépôt de bilan

Décembre 1990 > Création AURORE-DÉVELOPPEMENT - 51% Famille CHANE-NAM

Raphaël 49% chercheurs - capital 250 000 F> Recherche en extraction d'arômes

Décembre 1994 >Transformation en AURA-INDUSTRIE capital accru 1 810 000 F >
Participation INRA

Je ne puis examiner tout ce riche parcours industriel dans le peu de temps qui m'est imparti ; c'est pourquoi je me cantonnerai aux unités de production les plus significatives de l'esprit d'entreprise.

POINT 1 : SEICAR MIKO(société d'expansion pour l'industrie et le commerce alimentaire)

Étant donné, cependant, sa totale inexpérience dans le Nouveau Monde industriel auquel il aspire, Raphaël fait appel à Marcel Charrier, assistant technique de la SATEC (Société d'Assistance Technique, Économique et Commerciale) future SOFIDER –Société Financière pour le Développement de La Réunion.

Originaire du Mans dans la Sarthe, Marcel Charrier est arrivé à La Réunion dans les valises de Michel Debré, en 1964, car le Député a pris conscience de l'impérieuse nécessité de développer le tissu industriel, et il lance à La Réunion une stratégie de développement fondée sur l'import-substitution. (pour les pays dont l'économie est dépendante des [importations](#) et qui veulent s'industrialiser, il faut substituer aux importations une production locale. J'ajoute avec le concours des grandes industries métropolitaines ou étrangères)

La CILAM sera la première-née d'une série de réussites, avant Les Salaisons de Bourbon, Edena, Les Nouvelles Galeries.

Antoine, le père, laisse carte blanche à son fils. Le plus difficile est donc de trouver un franchiseur de grande marque assez entreprenant pour s'intéresser à la petite île du bout du monde, et qui fasse confiance en plus à la petite SARL Chane-Nam.

Dans l'univers glacé, comment se repérer et à qui se fier ? Motta, Gervais, Miko ?

C'est en feuilletant la revue « Paris Match » qu'il jette son dévolu sur Motta car un article y présente un rapide historique des glaces ; je vous épargne l'historique de peur que cela vous laisse froids !

RDV est pris avec le directeur et la réponse est réfrigérante : « *Il n'est pas possible de donner une franchise à qui ne fabrique pas ses glaces avec du lait frais, et jusqu'alors aucune fabrication de glaces Motta n'est faite sous licence* ». ».

Raphaël ne désarme pas, et lorsqu'il tient à un projet, il ne le lâche pas. Il change son fusil d'épaule ; il se rapproche des esquimaux Gervais, commercialisés depuis 1928 en France par Nestlé. Il est reçu par le directeur M. Cotte et l'affaire prend bonne tournure.

Fin août 1966, arrive un pli : le Directeur de Gervais Paris fait valoir que la Direction en Suisse souhaite que la première étape de la collaboration se fasse, pendant la première année, sous forme d'importation de glaces plutôt que de fabrication locale. Raphaël réfléchit longuement, et en vient à la conclusion qu'il n'est pas possible d'importer les glaces et de les vendre à un prix compétitif abordable. Adélis est déjà installé sur le créneau. Fâcheux retour d'ambition !

Pour qui rêve d'industrie, le commerce n'est plus que routine ; Raphaël a pris son envol ; vendre les produits d'autres fabricants ou producteurs, fussent-ils locaux ou extérieurs, reste lucratif, mais cela ne correspond plus à ses aspirations : il veut créer.

Entêtement ou volonté à toute épreuve ? Les meilleurs projets sont souvent soumis aux traverses de la réalité, et le porteur du projet doit en épurer les contours, et « se blinder » pour essayer les refus et contrariétés. Raphaël s'accroche à son projet comme tique sur peau de bœuf : rien ne peut le dissuader du bien-fondé de son idée, même si elle est ostensiblement remise en cause par les faits.

Il se dit que les glaciers, italo-français et suisse, le mésestiment peut-être, le considérant comme trop inexpérimenté. Il balaie d'un revers de manche cette fausse opinion. Lorsqu'on est de la veine des Seigneurs de Chine et que l'on s'est nourri de l'héroïsme de ses légendes, il n'est combat vaillant qui ne se puisse affronter.

Il est convaincu après l'étude de marché réalisée par la SATEC, et son homme de confiance Marcel Charrier, que les glaces à La Réunion peuvent faire fortune, non seulement à cause du climat tropical, mais aussi à cause du goût prononcé des Réunionnais pour les aliments sucrés.

Au cours de ses séjours parisiens, Raphaël a eu l'occasion de fréquenter les cinémas ; les écrans l'ont ainsi ébloui d'une autre publicité glacée et les spectateurs à l'entracte s'arrachent le cacatoès et son panier de Miko !

Un petit télégramme après le jour de l'an 67, et le tour est joué, une nouvelle fois : M. Louis Ortiz accepte de prendre date avec l'homme qui piaffe de surfer sur la glace.

Louis Ortiz, fils de Luis, a pris la direction de Miko, comme Raphaël pour la boutique Merle Blanc. Louis Ortiz assure la direction administrative et la marche de l'entreprise en tant qu'aîné des trois frères ; Miko est une entreprise familiale, vous l'avez compris

Louis Ortiz se fait alors conter le menu de la famille Chane-Nam, expatriée de Chine sur l'îlot indianocéanique de la Réunion : l'aventure d'Antoine, la croissance des affaires, la fratrie, la tante aux Amériques, la belle-famille mauricienne et même britannique, les petits Chane-Nam, la géographie de l'île, les relations avec les habitants autochtones, les traditions chinoises...

tout y passe. ET après un repas pris en commun Louis Ortiz déclare à peu près ceci à Raphaël :

- Vous êtes l'aîné d'une famille d'émigrés, moi aussi

- Vous avez vendu des glaces avec votre vélo, moi aussi.

- J'ai tout juste mon Certificat, à peu près comme vous.

- Nous avons donc beaucoup de points communs. Vous m'avez fait bonne impression ; j'ai confiance en vous. Je vous donne donc, dès à présent, mon accord de coopération. Désormais, vous êtes Miko de Saint-Pierre, et moi, je suis Miko de Saint-Dizier : trinquons à La Réunion... de nos destinées !

Juste un mot complémentaire sur l'appellation Miko : le mot viendrait du nom du fox-terrier de l'un des dirigeants de l'affaire, ou plus probablement d'un mot-valise de l'anglais: milk et chocolate.

La réussite de Raphaël, dans ce coup-là, vous l'avez compris c'est sa bonhomie légendaire ; l'homme aime à se raconter et quand il trouve une oreille attentive il se laisse aller à des confidences qui au final assurent la confiance de son interlocuteur. Certes les dossiers bien ficelés ouvrent la première porte mais la confiance constitue le dernier argument. Il suffit de regarder ce qu'il en est sur les marchés boursiers. Raphaël a la gagne avec lui : il donne confiance !

En interne, si le groupe familial fait corps avec les projets industriels, plus d'un frère se demande où l'ambitieux Raphaël les mène ; tous ont la fibre commerçante, mais c'est à une révolution d'échelle que la fabrication de glaces les livre. Toute mutation aussi brutale crée

aussi bien des angoisses que des résistances. Mais là encore la bénédiction paternelle aplanit les difficultés.

Toute l'année 1967 devient bouillonnante. La grosse affaire relève des plans techniques, et lorsqu'on n'est pas expert en industrie, le secours vient en l'occurrence de Hugo Fuchs, patron de Gram France, une succursale danoise, qui, à partir du cahier des charges, élabore les solutions techniques. Tout l'équipement industriel passe par ses services : chaîne de production, postes de travail, encaissage, manipulation.

Pour l'aspect financier, la Banque de La Réunion suit le dossier de près et pourvoit au règlement des factures, après signature d'un prêt en bonne et dûe forme.

Petite histoire personnelle et grande histoire nationale, Raphaël se trouve à Paris en mai 68 et il ne sait trop quoi penser de cette page-là. Bien sûr, il a saisi toute la somme des revendications sociales, engluées dans la nasse révolutionnaire du « grand soir » aux cris de « Libérez nos camarades ! » ; mais était-ce bien nécessaire de causer tant de dégâts, de bloquer toutes les entreprises, de paralyser le pays pendant des semaines ?

Raphaël se sent bien peu de chose sur l'échiquier politique, mais à son échelle, il a compris que le chef d'entreprise qu'il se prépare à devenir, doit voir loin, être un précurseur. En même temps, il doit veiller à ne pas perdre de vue son rétroviseur pour s'assurer de la bonne marche des troupes. Le slogan des ouvriers grévistes chez Renault ne manque pas de le plonger dans de longues méditations : « *Le patron a besoin de toi, tu n'as pas besoin de lui* ».

Dieu soit loué, une entreprise familiale échappe aux prurits sociaux des masses salariées... croit-il pour l'instant !

Le 26 août de cette année 1968, la Société d'Expansion pour l'Industrie et le Commerce Alimentaire à La Réunion (SEICAR) est officiellement constituée avec un capital de 32 000 000 francs CFA (soit 712 000 euros).

L'implantation de la future entreprise se précise. Pour diversifier les activités de la Ville, et compenser un dégraissage d'usine à Grands-Bois, Alfred Isautier, le Sénateur-Maire, est obsédé par la création d'une zone industrielle qui serait le pendant, à l'ouest, de la fameuse usine de cannes de Grands-Bois. Isautier, voilà encore un homme dont l'esprit d'entreprise est notoire ; vous aurez vu au passage qu'entreprendre c'est aussi trouver de bons alliés dont les projets soient convergents

La SEICAR acquiert donc un terrain de 10 000 mètres carrés. L'usine elle-même occupera une surface au sol de 1 500 mètres carrés. Je passe sur la construction et le montage qui prennent toute l'année 69.

La chaîne de production de crèmes glacées est la plus délicate ; elle mobilise une série concrète d'étapes, à partir des cuves : pasteurisation, homogénéisation et turbinage, puis passage dans un tourniquet avec pose de bâtonnet, ensachage.

Quand on sait que la remplisseuse peut atteindre un débit de 10 000 sucettes à l'heure, toute la famille Chane-Nam, et les Réunionnais associés, peuvent se sentir flattés de participer, ne fût-ce que du bout de la langue, à de telles prouesses technologiques !

Le 9 décembre 1969, le premier Miko, pur produit de La Réunion, aussi vrai qu'un Miko France,

sort de la chaîne de fabrication. Toute la série des productions est essayée : sucettes sorbets, sucettes au lait, petits pots, royal cônes, glaces familiales en litre, et même à la dimension des collectivités, la version cinq litres.

En ce début décembre, la gendarmerie, sise sur le front de mer de Saint-Pierre, organise sa traditionnelle kermesse. Raphaël flaire une nouvelle fois, dans la circonstance, un excellent moyen de procéder au lancement de ses sucettes et « royal cônes » Miko.

Au préalable, il fait une demande d'autorisation officielle en Mairie pour vendre ses nouvelles glaces sur le Boulevard Hubert Delisle, sans préciser le lieu exact. Ruse de Sioux qui ne nuit pas au pays des Esquimaux ! Ne jamais jouer avec la loi, mais rester suffisamment flou pour exploiter la marge, voilà encore une loi du commerce bien intégrée ! Il est convenu entre les quatre frères que le samedi 13, tôt le matin, Jean stationne intentionnellement le camion frigorifique Miko sur le large trottoir, en face du portail de la gendarmerie. La cloche de midi n'a pas encore tinté que le chargement du camion est entièrement dévalisé. Sur plusieurs dizaines de mètres, au long du boulevard, des centaines d'emballages de sucettes et royal cônes jonchent le sol. Jeter, jeter à terre le papier souillé comme tous les détritrus, telles sont les fâcheuses habitudes réunionnaises et humaines : « zot i jette, lé zot lé la pou ramasse ».

Publicité gratuite assurée, mais respect de l'environnement douteux.

La saison 70 n'est pas achevée qu'il faut doubler le nombre des camions de 9 mètres cubes de stockage : 4 d'entre eux assurent la distribution du Sud et de l'Ouest, et 4 autres le Nord et l'Est. Un plus gros camion de livraison de 17 mètres cubes n'est livré qu'un an plus tard. Il n'est plus possible d'avoir un quelconque doute sur le succès commercial des glaces Miko. La petite entreprise ne fait pourtant que balbutier, si l'on sait que la consommation de glaces à La Réunion est de l'ordre de 0,7 litre par habitant comparativement aux 4 litres annuels de Métropole, et plus du double aux États-Unis et dans les pays nordiques.

Lorsque les services de la DDASS, stimulés par Debré, auront réellement mesuré l'état de santé de la population, ils sauront exprimer l'attrance forte des Réunionnais pour le goût sucré. Même s'il tient à beaucoup d'autres raisons que l'apport glucidique, le nombre de diabétiques, statistiquement établi plus tard (Source : enquête de 1994, conférence du Dr Favier devant Les Amis de l'Université), est « 2,4 fois supérieur à ce qu'il est en Métropole ». Un vrai bon créneau à exploiter pour les fabricants de boissons, bonbons et friandises en tous genres, moins soucieux de santé publique que de profits financiers, sonnants et trébuchants.

1970 est une année fructueuse : 1 200 000 francs CFA de bénéfices pour premier bilan (24 000 euros aujourd'hui). Toute la famille Chane-Nam peut se féliciter d'avoir retroussé les manches et mis les bouchées doubles ; le Merle Blanc peut siffler d'aise !

À quelque temps de là, au cours d'un entretien avec Marcel Charrier, Raphaël se laisse aller à la confiance en songeant à son image d'homme :

- Après le premier succès commercial de l'année, mon image personnelle s'est affirmée auprès du public réunionnais, et vis-à-vis des Autorités locales ; je suis considéré comme un symbole de réussite industrielle. Ce n'est pas sans avantages pour le développement futur de nos affaires. Certaines personnes me donnent même le surnom de « Monsieur Miko » : ça m'amuse autant que ça me flatte.

- Malheureusement, comme en toute chose, tout ce que j'ai fait n'est pas sans inconvénient. Le succès peut engendrer des jalousies, et c'est mon quotidien. Dans le milieu chinois, plus particulièrement dans le Sud, petit à petit, je constate que mes amis d'autrefois se détournent de moi et s'éloignent. Souvent, il me revient des critiques négatives : « Ah, lui Raphaël, le voilà devenu comme la banane : jaune de peau, blanc à l'intérieur ! ».

Foin de tout cela, Raphaël va de l'avant ! Comment, à présent, expliquer que l'esprit

d'entreprise qui prévaut chez Raphaël et la famille soit accompagné de la réussite ? Sans nul doute le fait de travailler en franchise y est pour beaucoup. Le succès de la recette est prouvé par « Miko Réunion » et « Lu Réunion ».

- L'assistance technique pour la mise en place des installations,

- le transfert de savoir-faire pour la mise au point des produits,

- le conseil en gestion,

- et l'appui marketing : ce sont là les éléments essentiels de la réussite sur un marché étroit, et de plus en plus concurrentiel, où aucune erreur n'est permise.

Réussite ! Réussite ! Le mot est de mise et donne des ailes. Toute entreprise en expansion se prévaut du terme. Où Raphaël, l'autodidacte, trouve-t-il ainsi son audace ?

Psychologiquement, (Anne POMMIER in *L'entreprise.com*

« Les-7-qualites-pour-devenir-chef-d'entreprise », résumées par Patrick JOLLY) si l'on veut dresser un tableau schématique, Raphaël est aussi entier qu'impénétrable, et il ne se pose pas de questions existentielles qui parasiteraient sa confiance totale en lui :

- *Sens de l'adaptation et de la stratégie* ? Il le possède, comme a si bien su en user Antoine, son révérend père tuteur ;

- *Goût du risque* ? Il sait oser le tout pour le tout et ne pas se réfugier dans la sécurité cotonneuse ;

- *Pragmatisme et empirisme* ? Ses tours de pédale dans les rues de Saint-Pierre et son bar de la plage lui ont donné prise avec la vie de la rue. Quant au sens du commerce, il le tient de ses ancêtres ;

- *Forte personnalité* ? Peut-être, mais de manière subtile, sans autoritarisme, tout en usant

de l'art de la persuasion, quand il ne flirte pas avec un tantinet de manipulation ;

- *Amour de l'argent* ? Certes ! Non pour thésauriser, mais pour en jouer en tentant de nouveaux coups et investissements, sachant que « celui qui a de l'argent met dans sa poche ceux qui n'en ont pas » dirait Léon Tolstoï.

- *Imagination fertile* ? Non ; débordante ! Il sait d'instinct qu'une petite entreprise industrielle peut affronter de plus grosses entreprises pourvu qu'elle sache s'en faire des alliées ou les contourner par ruse ;

- *Diplomatie ou sens du compromis tactique* ? De toute évidence, mais non feinte et non apprise : être soi en toute bonhomie et fendre la cuirasse quand il le faut, pour convaincre.

The last, but non the least, un huitième point mérite d'être tracé, comme le beau « 8 » symbole d'éternité dans la Chine céleste : la chance ! Inutile de remonter jusqu'au *Livre des mutations* pour percevoir à quel point Raphaël est doté d'un atout gagnant dans ses cartes (Le « livre des changements » montre aussi que nulle position n'est jamais acquise, et que chaque signe peut, à terme, se transformer en son contraire !). Le compagnon loser, toujours blousé, n'est pas son double : lui, pour l'instant, c'est un gagnant !

Chez Raphaël, la révolution industrielle n'est pas programmée à long terme, mais la confiance en lui, née de l'expérience, le guide autant que les circonstances

En voici un autre exemple caractéristique : début 1982, il a répondu à une proposition émanant de la société allemande Rudolf Wild ; l'idée est d'introduire sur le marché réunionnais cette nouvelle boisson fruitée. Et comme Raphaël n'est pas homme à rejeter d'un revers de main toute innovation, il accueille la juteuse proposition d'un esprit curieux.

Si un journaliste demande à Raphaël « comment on s'y prend pour partir de rien et arriver quelque part », il répond tout à trac :

- Dans les affaires, il y a les études de marché (qui dorment souvent dans les tiroirs et les

encombrent), mais aussi les opportunités. Pour Caprisonne, la firme n'avait jamais entendu parler de notre groupe. Par le biais de la Chambre de commerce, ils ont contacté par lettre cinq sociétés locales pour introduire leur produit dans l'île. Nous avons coiffé sur le poteau toutes les autres entreprises parce que, plus réactifs, nous avons répondu dans les 24 heures. Dans toute entreprise, il faut savoir prendre des risques. (Extrait de l'interview accordée au *Quotidien* le 9 avril 1989.)

N'est-ce pas un caprice dans le cas présent ? Quelle différence en effet le jus de Caprisonne peut-il bien avoir avec Solpak déjà fabriqué à Sainte-Suzanne ? Sauf à vouloir taquiner la concurrence, il n'y a peut-être pas place sur le marché local pour une autre marque de jus de fruits, d'autant que Chane-Ou-Teung, à Saint-Louis, pourvoit déjà le marché en eaux pétillantes et autres boissons fruitées gazeuses.

Mais le démon de la concurrence agite l'esprit de Raphaël : faire sa place à tout prix, quitte à gêner l'autre aux entournures ! Et puisque l'idée en a germé, la raison a tôt fait de bâtir des justifications.

Raphaël réunit donc la fratrie et son équipe de commerciaux pour s'ouvrir de son projet, et le faire avaliser. Contre toute attente, son auditoire renâcle, très sceptique quant à la possibilité de lancer Caprisonne sur le marché ; pour eux, la rue ne suivrait pas : les enfants comme les familles se gorgent de Solpak

Habitué à plus de docilité dans ses entreprises et de respect pour sa clairvoyance, l'homme des projets ne manque pas de sentir monter en lui la petite voix sifflante de l'incompréhension. Dans tout projet comme dans toute idée un peu novatrice, pour démarrer la machine, ce sont d'abord les freins de l'entourage qu'il faut desserrer ! Alors il assène quelques vérités, pour lui très évidentes, plus qu'il n'argumente :

- UN : Solpak a vieilli ;

- DEUX : La qualité Caprisonne est supérieure à Solpak dans tous les parfums ;

- TROIS : Caprisonne est une marque de notoriété internationale (NDLR en cela, il n'a pas tort, car aux États-Unis comme en France et dans plus de 100 pays jusqu'en Corée, la marque est largement commercialisée sous son nom anglicisé Caprisun ; c'est la 3^{ème} marque au monde de boissons sucrées, avec jus de fruits naturels) ;

- ET QUATRE, SI ÇA NE SUFFIT PAS : Caprisonne est un concurrent fort dont l'arrivée va faire exploser le marché des boissons fruitées.

Personne n'a l'air d'approuver son idée. Il y a de la guerre dans l'air, et les sirènes de la colère attisent son désir d'en découdre. Quand on veut tuer... Solpak, on prend la rage ! Raphaël, contre son habitude, ne se contient plus :

- C'est pas possible une telle « couillonisse » ! Le projet est bon ; avec ou sans vous, je monterai cette usine ; alors, choisissez : ou vous me suivez, ou je monte Caprisonne tout seul, avec mes enfants !

La menace est lourde. Et tous savent ce qu'ils doivent au frère aîné sur lequel plane toujours l'aura du Père.

Il est extrêmement rare que Raphaël se mette en colère de la sorte, jouant d'ordinaire la persuasion plutôt que l'emportement ; habituellement, il se veut fidèle à des principes plus pacifiques : ne pas forcer la décision, mais, par lent acheminement de pensée, amener son interlocuteur à partager sa conviction. Trop pressé sans doute par l'urgence, Raphaël n'a pas laissé aux autres, cette fois, le temps de la réflexion, en affinant son projet par petites touches. La nouveauté a un peu heurté ses frères, sans doute enclins à se satisfaire de leur quotidien, avec les charges de responsabilité technique, matérielle et humaine que leur entreprise suppose. La soif dévorante de gagner en importance, d'œuvrer pour l'industrialisation de La Réunion et l'emploi, n'est pas leur préoccupation, car ils ne fréquentent pas les mêmes milieux,

là où bouillonne l'esprit d'innovation.

L'incartade a lieu en mai 1982. Il reste que forcer quelqu'un, c'est lui permettre de se rebeller, ou lorsque les affaires tournent mal de se retourner contre l'auteur du projet avec une violence d'autant moins contrôlée que l'acte aura été accouché sans ménagement

Tambour battant, Raphaël fait passer commande à l'usine allemande du Bade Wurtemberg d'un premier conteneur expérimental, persuadé de tenir avec le produit Caprisonne le verger divin et la force de vente.

À titre de lancement, Raphaël s'est accordé, au cours de ses entretiens avec Rudolf Wild, au siège social d'Heidelberg, pour importer les jus Caprisonne d'Allemagne au moins pendant six mois, avant d'envisager une production locale. Et l'entente cordiale s'établit.

À Saint-Pierre, une grosse campagne de communication s'orchestre autour de ce produit « plein de soleil et de vitamines ». 500 000 francs (équival. 155 000€) sont investis en spots publicitaires pour les radios locales, les journaux, les panneaux d'affichage et les tracts.

Tous les événements sportifs exceptionnels de la planète sont aussi de belles opportunités pour les marques commerciales. Raphaël ayant habité à moins de 200 mètres du stade de la Cayenne connaît bien la passion folle des Réunionnais pour le football. La Coupe du monde des moins de 20 ans en 1983, avec ses vedettes internationales, est donc trop belle pour rater un but commercial. Comprendre "pourquoi les fans sont des fans" n'est pas son problème, mais entrer en symbiose avec le culte du foot mérite imagination. Le processus d'identification aux équipes qui fait brailler et danser les gens dans la rue mérite d'être exploité ; à la liesse populaire, servir l'ivresse enchanteresse : du Caprisonne mexicain à pleine coupe !

Rebondir devient le maître mot ! Alain Graulich fait donc chauffer son agence pour créer le support d'image ; tous les emballages de Caprisonne s'ornent bientôt de la photo d'« Un Mexicain basané/ Un sombrero sur le 'chef'/ En guise de parasol » chanterait Marcel Amont

Après six mois de commercialisation à La Réunion, les enfants sont captifs, et les mamans « caprisonnées ». On le serait à moins, car en Allemagne, Caprisonne « a mis le paquet » sur la publicité, avec le buste du célèbre champion de boxe Cassius Clay, alias Mohamed Ali, poing en avant, martelant, en version allemande : "Hört man zu: Der Größte erzählt euch keine Märchen: Capri-Sonne schmeckt wirklich toll." (traduction littérale : "Écoutez-moi ! Le Grand ne vous raconte pas d'histoire ! Capri-Sonne a vraiment bon goût"). Les jus importés ont gagné 30 % des parts du marché local.

Pour dire le vrai, Raphael revient de loin, car les qualités de Caprisonne sont moindres que celles de Solpak : conditionnement en doypack trop mou alors que Solpak est plus dur (Le doypack est un mot-valise pour DOYen-PACKaging : ce mode de conditionnement a été inventé en 1962 par le Français Louis Doyen, président de Thimonnier Participations. La marque Doypack est déposée internationalement et reste la propriété de Louis Doyen. À l'origine, ce sachet a été conçu pour le conditionnement de jus de fruits, puis d'olives (source Wikipedia)); 10 % de jus seulement alors que Solpak en contient 20 % ; produit pour enfants alors que Solpak se boit en adulte. Rien n'a résisté au punch de Mohamed Ali !

L'homme des défis reprend donc langue avec son homologue Rudolf Wild et tous deux conviennent que Caprisonne peut s'installer au cœur de l'océan Indien. Toute l'intelligence de Raphaël et de ses conseillers est là : faire des affaires certes, mais se garder des risques de faillite liés à la nécessité de partir de rien et d'affronter les concurrents en position de fragilité. Le groupe Wild lui apporte la marque, les autorisations de fabrication, l'installation technique de la chaîne de production, la fourniture des concentrés aromatiques et des emballages, sans compter le précieux mentorat.

Entreprendre, c'est aussi manipuler de grosses sommes d'argent : l'ensemble de l'équipement de l'usine représente la coquette somme de 3 500 000 francs (équivalant à 1 090 000€). La famille Chane-Nam dispose d'un petit bas de laine avec les bénéfiques Miko/Lu/ « 3 de cœur » ; les banques débloquent un crédit pour le second tiers, et la SOFIDER pourvoit au dernier tiers du capital.

Sous le soleil devenu ardent de novembre 1983, Caprisonne, « le soleil qui peut se boire » se

laisse empaqueter en Réunion, un beau dimanche matin ; toute la famille Chane-Nam et amis réunis jubilent. Et le Merle Blanc de siffler, car le label ressuscité de la supérette des Bons Enfants couve désormais les destinées des jus de fruits sous la forme d'une SA (Société Anonyme) dont les garçons Chane-Nam détiennent chacun 925 parts et les filles, 500. Tous égaux dans le nid, mais les filles un peu moins, selon la vraie tradition chinoise ! Et l'esprit d'entreprise peut continuer.

« Capri Sonn c'est fini ! » Non, mais Raphaël n'a plus entièrement la tête à Caprisonne : il loge déjà en ses cartons un autre projet.

« Un rêveur est celui qui ne trouve son chemin qu'au clair de lune et qui aperçoit l'aurore avant les autres hommes » déclare Oscar Wilde.

Pour l'instant, chez Raphaël, le rêve et la lune vont où va la fortune.

Une aurore nouvelle nimbe le matin du 31 mars 1989, car Raphaël s'associe avec les agrochimistes de l'Université de La Réunion et signe convention avec le Président Michel Carayol. Après avoir appuyé son développement sur la base des transferts de technologies par le biais de différentes franchises, le Groupe Chane-Nam se lance en effet dans un ambitieux projet de recherche-développement : l'extraction d'arômes et de jus de fruits. Jean-Claude Pieribattesti en est l'inventeur.

Avant ce jour de consécration, le jeune professeur-chercheur de l'Université est passé par l'obscurité et infinie élaboration du procédé appelé « flash détente » ou « vapor cracking » Tout a commencé lorsque Jean-Claude Pieribattesti s'est penché sur l'extraction des huiles essentielles ; il a aussi rencontré un bricoleur de génie en la personne de Marcel Hunez, professeur de chaudronnerie au lycée du Butor à Saint-Denis. Marcel Hunez en vient à fabriquer pour son ami Pieribattesti un appareil pour extraire les jus de tous ces fruits si bons à

Écrit par Yves Bosquet (PRAG à l'Université)
Mardi, 20 Septembre 2011 00:00

La Réunion : l'un fabrique et manipule, l'autre analyse les résultats. Marcel Hunez rapporte, enthousiasmé qu'en l'absence de sa femme, terrorisée par ses expériences, il s'est lancé un jour dans l'extraction de l'arôme de fraise dans sa propre cuisine.

Température 60 degrés, 600 grammes/vapeur : la minichaudière à pression se trémousse sur le feu. Odeur pestilentielle de DDT ! (Vous pensez bien, avec tout ce que les horticulteurs balancent comme pesticides sur leurs fraises !)

Il emporte bien loin, dans le fond du jardin, la cocotte puante et la douche copieusement avec le robinet d'eau froide. Au matin, pour être sûr que le cadavre ne bouge plus et que la victime ne « cocotte » plus, Marcel revient à son autoclave ; Tiens, curieux, la vérité serait-elle au fond de la marmite ? (Le cuisinier Michel Oliver, animateur de la célèbre émission culinaire des années 70/80, nous pardonnera l'audace de parodier sa recette télévisuelle)

Tout au fond, en effet, dort un nectar de jus bien rose ! Miracle de la chimie naturelle : le froid projeté du robinet a opéré la magie ; il a créé un vide inopiné et permis d'extraire le jus de la fraise, pur et sans pulpe ! Le compère Pieribattesti est alerté : le procédé est né.

Un brevet d'invention au stade pilote est donc déposé au nom des deux inventeurs Pieribattesti & Hunez le 28 août 1984. Pour résumer très rapidement contact est pris avec l'Institut National de la Recherche Agronomique (INRA) où l'ingénieur Pierre-Olivier Cogat frémit déjà de convoitise.

- Génial ! s'écrie-t-il.

En tant que sous-directeur de l'Union nationale des groupements de distillateurs d'alcool (UNGDA), il perçoit les promesses d'avenir que représente le brevet d'invention des deux Réunionnais pour la vinification. Lorsque ces deux derniers lui présentent leur procédé, il a tôt fait d'en améliorer le schéma, de sorte qu'un nouveau brevet à trois est déposé le 14 octobre 1988. Reste encore à expérimenter l'appareil en grandeur industrielle.

À ce stade, Raphaël entre dans la danse, car il n'est pas homme à laisser traîner ses oreilles

sans récolter bonne vendange d'idées, de sorte que les chercheurs de l'Université et de l'INRA trouvent chez lui un terrain d'expérimentation à leur dimension. Pour le Groupe Chane-Nam, c'est le matin du monde ! Dans le JIR du 1^{er} avril 1989, on peut lire : « *Il ne s'agit plus d'une stratégie d'approvisionnement du marché local ou régional, mais d'une stratégie de fourniture du marché mondial.* »

En 1969, Raphaël inaugurait la fabrication industrielle ; en 1989, Raphaël propulse la recherche industrielle. Rencontres de destins exemplaires que rythme le balancier du temps : c'étaient hier les trois glaciers Ortiz comme franchiseurs, ce sont à présent les trois inventeurs Pieribattesti, Hunez, Cogat comme flash-détenteurs. Jusqu'où ne pas aller ?

Voilà bien la nouvelle « folie » de Raphaël !

Qu'en est-il du procédé ? Il nécessite de diffuser de la vapeur, de haut en bas, dans la chambre de distillation pour traverser la masse végétale. Cette première étape d'étuvage consiste à porter cette masse végétale jusqu'à la température de 80°C, indispensable à la mise en œuvre du procédé « flash-détente ». Cette température vise également à détruire la flore bactérienne.

La seconde étape révolutionnaire est celle de la détente : par une mise sous vide brutale de 30Mbar, une partie de l'eau de constitution, c'est-à-dire les eaux aromatiques évaluées à 10 %, subissent une évaporation brutale cependant que les fibres du matériau végétal se désintègrent, libérant leurs arômes : c'est le vapocraquage. Le tout est alors soumis à un refroidissement brutal de l'ordre de 30° C.

Raphaël qui a tout appris du vocabulaire scientifique ne jure plus que par la teneur en anthocyanes des fruits et légumes, qui leur donne leur si belle couleur : un kilo de « bringelles » (aubergines) en contient par exemple 7,5 grammes par kilo ! Et maintenant qu'il a appris que les anthocyanes ont des propriétés [antioxydantes](#), qui favorisent la santé et luttent notamment contre le vieillissement cellulaire, il faut presque le retenir pour qu'il n'aille pas régénérer ses 58 printemps en s'abreuvant directement aux cuves de l'alambic !

Expérimenté sur toutes sortes de fruits et légumes, voire crustacés, le procédé augure un destin industriel fabuleux.

Apprentis sorciers et autres avatars en sorcellerie peuvent rêver ! Réaliser les fantasmes de Jean-Baptiste Grenouille, le héros du *Parfum* de Patrick Süskind, et distiller autant de parfums féminins évanescents ? Que l'on se rassure : point de jouvencelles dans la marmite de Raphaël !

Il apparaît de toute évidence que Raphaël a quitté sa cour d'usine. Il a pris l'air du grand large et rien dans sa progression ne semble lui faire obstacle. Son « enfant bénie » est bien l'extraction des arômes avec Aurore Développement.

Quand le vin est tiré, il faut le boire... surtout quand il est frais, parfumé, et bien charpenté ! Dans les colonnes du *Vaucluse* en date du 27 décembre 1996, André Raspail, directeur de la cave de Coste-Rousse à Tulette, ne tarit pas d'éloges sur le procédé « flash-détente » :

- C'est une très grande avancée dans la vinification moderne que ce flash-détente inventé à La Réunion et développé par le Groupe Chane-Nam avec l'INRA. Allez donc goûter les vins de flash et les vins sans flash !

L'affaire n'est pas moins juteuse en manne financière. Une licence de brevet a été concédée au Groupe Pera, équipementier spécialisé dans les caves vinicoles, et sis à Florensac dans l'Hérault région du Languedoc-Rousillon. La redevance est de 15 000€ l'année, et de 10 % sur le prix de vente de chaque appareil.

Une autre usine du même type est installée dans l'Aude (région du Languedoc-Rousillon)

Olivier Soufflet, journaliste de *Leader Réunion (1997)* écrit que la réputation de Raphaël Chane-Nam est largement sortie du cadre réunionnais grâce au procédé d'extraction des arômes d'Aurore Développement, mais s'étonne que le procédé n'ait encore trouvé aucune application dans l'océan Indien. N'est-ce pas un paradoxe ?

- Nous étudions un projet avec un important industriel pakistanais. Nous livrons cinq unités supplémentaires cette année (1997) en Métropole. À l'étranger, nous avons signé début mai, au Brésil, une unité de traitement de fruits à Salvador de Bahia.

- Peut-on parler d'un renouveau du Groupe Chane-Nam ?

- Les entreprises qui n'avancent pas régressent.

Et la marche en avant continue avant que l'orage ne fonde sur le GROUPE (mais c'est un autre sujet brièvement résumé ici)

Novembre 1992 > Modification objet social par fusion-absorption des autres sociétés

HOLDING MERLE BLANC

1997/1998 > PROCÈS AUX BANQUES BNPI/BR/BFC> Intérêts abusifs

Juillet 1999 > Création SOCOBRI ; 51% Famille CHANE-NAM Raphaël; 49% CHANE-HIVE SA> Lait Président

Décembre 2002 > cession des parts à CHANE-HIVE SA

29 janvier 2002 >Redressement judiciaire

19 mars 2002 >Liquidation judiciaire>49 jours de délai

NOUVEL ESSOR > Raphael se réalise dans la calligraphie

Pour conclusion sur l'esprit d'entreprise (critères de Claude Armanon HEC Montréal janvier 2005) : entreprendre c'est :

- créer : avoir du flair, réaliser des études de marché, travailler des dossiers

- oser : n'avoir pas peur du changement, ni des erreurs (mais savoir les corriger), « miser pour voir »

- vendre : convaincre et entraîner, créer des liens commerciaux et personnels

- continuer, toujours continuer : un pas après l'autre (et même deux en même temps), ne jamais lâcher (travailler, travailler, travailler...)

- fêter : vivre les petits bonheurs d'avoir atteint les objectifs et partager sa passion

- laisser sa trace : faire sa marque et l'inscrire dans l'histoire et la mémoire comme l'est à La Réunion le « GROUPE CHANE NAM »

Le nom chinois de Raphaël est Shao-Chen-Hong qui signifie « faculté de se projeter dans l'avenir », ou « sagesse de voir à long terme »

Le programme de vie est donc accompli

Les droits d'auteur seront intégralement reversés :

- aux ENFANTS DES LÉPREUX DE CALCUTTA (ass° créée par DominiqueLAPIERRE)
- et aux victimes de l'agent orange au Vietnam (ass° ORANGE DIHOXYN créée par HO Hai Quang)