

Portraits et Parcours

Jérôme Philipon (ENSIA 1982)

Jérôme Philipon (ENSIA 1982), président du Directoire de Champagne Bollinger



Jérôme Philipon

Jérôme Philipon évoque pour Symbiose son parcours professionnel et humain. Très tôt, ce fils et petit-fils d'agriculteurs de l'Aisne a rêvé de grands horizons différents de ceux des plaines de son enfance : « *Quand vous ne déménagez jamais, vous avez envie d'aller vers le grand large* ». Ses études à Reims et en prépa (à

Ginette), sa double formation à l'ENSIA et à l'ESSEC puis ses débuts de vie professionnelle, lui donnent l'occasion de réaliser ce rêve. Lui qui n'appartenait pas au milieu du Champagne, il ignorait alors qu'il retrouverait un jour ses amis de lycée qui en étaient issus, après un détour de plus de dix ans par l'Asie.

En rentrant chez Nestlé en 1987, il réalise son objectif : « *être cadre dans un grand groupe agroalimentaire à l'international* ». Au début des années 1990 il est interpellé par le titre de la revue américaine Business Week intitulé « *Go East Young Man* »⁽¹⁾ révélant le potentiel de croissance phénoménal de l'Asie. Sitôt marié, il part avec son épouse diplômée de l'ESSEC, aux Philippines, avec un double poste. « *Je me suis retrouvé très vite à 32 ans à la tête de 700 personnes, ce qui était totalement inenvisageable en Europe. Je découvrais le management des hommes, avec des cadres souvent formés aux Etats-Unis, parlant bien anglais et de culture catholique* ». La suite comble ses ambitions : il passe chez Coca Cola, roi du business américain, qui lui propose très vite une voie menant à une direction géné-

« **Je me suis retrouvé très vite à 32 ans à la tête de 700 personnes, ce qui était totalement inenvisageable en Europe.** »

rale de pays (la Corée du Sud), puis dans la zone Asie-Pacifique avec un poste basé à Bangkok où il reste de 2001 à 2005. « *J'étais détaché par Coca Cola pour m'occuper de leur joint-venture avec Nestlé*⁽²⁾. *Le fait de connaître les deux partenaires m'a facilité les choses car il s'agit de deux cultures d'entreprise assez différentes.* »

L'Asie le fascine, avec son dynamisme et la diversité de ses cultures ; il va bientôt en découvrir la violence.

(1) C'est la référence à la conquête de l'ouest américain.

(2) Une joint-venture créée par Nestlé et Coca Cola.

En 2004, à 42 ans, Jérôme est en pleine ascension professionnelle et la famille connaît une sorte de plénitude dans sa vie à Bangkok avec quatre enfants. Le lendemain de Noël, dans le sud de la Thaïlande, il perd ses trois fils emportés avec lui par un tsunami. « *Je ne connaissais pas ce mot même si j'avais suivi en prépa des cours sur la tectonique des plaques. Quand la vague ressentie le tremblement de terre trois heures avant. Ce drame est fondamental, sinon je serais encore en Asie. Nous n'avions pas du tout l'idée de rentrer en France. Nous avons senti, ma femme et moi, soudés par l'épreuve, le besoin de nous rapprocher de nos proches qui nous ont beaucoup soutenus* ».

Six mois plus tard, à Paris, toujours chez Coca Cola, il a besoin de se poser pour réfléchir. L'homme du marketing et des grands groupes cède le pas à l'ingénieur de la vie qu'il n'a jamais cessé d'être. Il retrouve ses racines terriennes et saisit l'opportunité de prendre la présidence de Champagne Bollinger en 2007. Il est attiré par cette entreprise familiale à taille humaine (qui réalise 85 % de son chiffre d'affaires à l'export), par les valeurs qu'il partage avec les actionnaires, la joie d'arpenter les vignes mais aussi de rencontrer des clients dans le monde entier. Il apprécie de rentrer dans un univers où on prend le temps de transmettre un savoir et découvre qu'avec l'œnologie on apprend tous les jours, que l'homme de marketing peut y trouver son compte. « *Le champagne, c'est fantastique, c'est le roi des vins. C'est partout le premier symbole de la célébration et de la fête* ».

Jérôme évoque sa « renaissance », sa formation agro et les qualités qu'elle lui a permis de développer, ses cours de biologie végétale en prépa et de sciences de l'ingénieur à l'ENSIA. Il recommande à ses camarades de ne jamais s'estimer coincé par leur formation. « *L'Agro mène à tout et on est libre de saisir les opportunités dont est faite une carrière, à condition de les reconnaître. Nos écoles forment des gens souples qui ont le goût d'apprendre et de surmonter les obstacles et les difficultés* ». Il en est un bel exemple.

■ Solange van Robais

CV

FORMATION

1982-1984	ENSIA (Ecole Nationale Supérieure des Industries Alimentaires)
1984-1985	IGIA/ESSEC (3 ^e cycle agro-alimentaire ESSEC)
1996-1997	IMD, Lausanne (Program for Executive Development)

EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE

1983	Merchandising Representative <i>Food and Wines from France - Dallas - USA</i>
1985-1987	Coopération au CODERUM <i>Promotion du Rhum agricole martiniquais - Martinique</i>
1987-1990	Chef de Produits <i>SOPAD NESTLÉ - France</i>
1991-1993	Chef de Groupe Marketing – Crèmes glacées <i>France glaces Findus (Groupe NESTLÉ)</i>
1993-1994	Directeur Marketing <i>NESTLÉ Ice Cream - Grande-Bretagne</i>
1994-1998	Senior Vice-Président Marketing, Ventes et Distribution <i>NESTLÉ Ice-cream and Dairy Products - Philippines</i>
1998-1999	Deputy President <i>COCA-COLA - Philippines</i>
1999-2001	Président <i>COCA-COLA - Corée du Sud & Pacifique</i>
2001-2005	Président Asie Pacifique <i>BEVERAGE PARTNERS WORLDWIDE - Basé en Thaïlande</i>
2005-2007	Directeur Organisation <i>COCA-COLA EUROPE - Basé à Paris - France</i>
2007	Directeur Général
Depuis 01/07/2008	Président <i>CHAMPAGNE BOLLINGER - France</i>

