

NOUVEL HAY MAGAZINE

SANS FRONTIÈRES

Mulliez



D'Auchan à Leroy Merlin en passant par Decathlon, cette famille nombreuse a des enseignes prospères. Parfois qualifiée de « secte », elle cultive l'art du secret depuis soixante-dix ans. ..

C'est un immeuble de bureaux : constructions modernes, façades anonymes nichées dans les périphéries. Il se situe boulevard de Cambrai, à Roubaix (Nord), c'est le siège de l'Association familiale Mulliez (AFM), l'une des familles les plus fortunées de France.

L'une des plus secrètes, aussi. Des Mulliez on ne connaît ni les prénoms ni les visages : soixante-dix ans que, de génération en génération, ils sont invisibles, à l'abri des regards et de la curiosité, alimentant fantasmes et spéculations. Leur devise : « Le bruit ne fait pas de bien, le bien ne fait pas de bruit. »

Mais leurs produits sont partout et leurs enseignes sont familières. Auchan, Leroy Merlin, Boulanger, Decathlon, Kiabi, Pimkie, Norauto, Flunch, ce que consomment les Français viennent des Mulliez. 130 marques ou enseignes, 700 000 salariés dans le monde, un chiffre d'affaires de près de 100 milliards d'euros par an.

L'aventure Mulliez est à la fois une réussite spectaculaire et une succession menée de main de maître. Les descendants du fabricant de laine Louis Mulliez (1877-1952), catholique fervent, sont 1 400, dont 800 émargent à l'AFM. Dans certaines branches, cinq générations se succèdent. Les Mulliez ont réussi le capitalisme familial : (« la première génération crée, la deuxième gère, la troisième tue », ce n'est pas eux)

. C'est un modèle unique au monde, qui préserve leur patrimoine & leurs liens familiaux.

Barthélémy Guislain est le patron de la puissante AFM, cette association de cousins sans base juridique et légale qui veille aux intérêts des actionnaires familiaux

. A 48 ans, marié à une Mulliez - il a fait un parcours comme les Mulliez aime et valorise, gravissant les échelons, de directeur de magasin à président du conseil de gérance de l'AFM