



Matthieu Charpentier Un jeune loup chez Royal Canin

A 25 ans, Matthieu est parachuté à la direction de la communication de l'industriel Royal Canin. Il remplace Bruno Gallitelli, d'environ trente ans son aîné, parti diriger la filiale Internet du groupe.

Matthieu Charpentier est fasciné par le pouvoir de l'information. C'est pour la maîtriser qu'il est entré chez Royal Canin, groupe industriel d'alimentation pour animaux domestiques, de plus de mille personnes. Il y assure la communication financière, institution-

nelle et interne depuis avril dernier. Cet étudiant en économie, finance et sciences politiques a bien été attiré, dans un premier temps, par les sémaphores des médias. Mais un stage à la rédaction de France 2 puis un autre en presse écrite l'ont convaincu que « l'univers était sclérosé ». Entre

le pouvoir des grands patrons et le manque de recul face à l'actualité, il estime que les journalistes tombent dans « le consensus mou ». L'expression lui arrache une grimace, immédiatement suivie d'un petit sourire. « Finalement le quatrième pouvoir ne serait-il pas du côté de ceux qui fournissent l'information ? » pense-t-il. Depuis un mois qu'on lui a confié le poste, il se contente pour l'instant de mettre ses pas dans ceux de son prédécesseur : communication des chiffres à la presse, veille économique, gestion de l'intranet, etc. Le jeune cadre admet volontiers que pour lui, « l'information n'est pas une fin mais un moyen de faire passer des messages ». Ceux du président, en l'occurrence. « Si on a confiance dans le président, il n'y a pas de raison qu'on ne le suive pas » déclare-t-il sans sourciller. Heureusement, Matthieu Charpentier a une panoplie d'outils et d'idées pour rendre la stratégie du président aussi abordable que possible à l'ensemble des collaborateurs. On ne s'étonne pas vraiment d'apprendre que l'homme a fait ses premières armes dans la communication politique. Il crée son poste auprès du maire de la petite commune de Semoy, à qui il propose d'améliorer son image et celle de son village. Il enchaîne à l'échelon géographique supérieur en s'occupant de la communication des PME/PMI du bassin économique régional. S'il est aujourd'hui lié à Royal Canin, le communicant admet qu'il n'a pas totalement renoncé à l'idée d'intégrer la presse, mais cette fois « par la grande porte ».

H.H

Son parcours

1996 : Maîtrise d'économie et finances à Orléans

1995 : B.A d'économie appliquée en Ecosse

1998 : Institut d'Etudes Politiques de Toulouse, filière média-communication.

1999 : chargé de communication à la mairie de Semoy, dans le Loiret puis pour la Chambre régionale de commerce et d'industrie.

2000 : Responsable communication du groupe Royal Canin.