

CLAUDE SORDET  
JEAN-FRANÇOIS WANTZ

# Paul-Louis Halley

*De Promodès à Carrefour*

Préface de Jacques Dermagne  
Postfaces de Robert Halley et d'Olivier Halley

Éditions  
d'Organisation

---

# SOMMAIRE

<b>Sommaire</b> .....	V
<i>Préface</i>	
<b>par Jacques Dermagne</b> .....	IX
Promodès, ou la promotion des semailles .....	IX
<i>Chapitre 1</i>	
<b>Un fabuleux destin à la croisée de deux familles</b> .....	1
Les années noires .....	3
In the mood .....	4
Bonjour sagesse .....	6
Du succursalisme à la franchise .....	8
L'indépendance dans l'interdépendance .....	9
Cap sur l'hypermarché .....	10
S'ouvrir à l'international .....	11
La diversité fait la force .....	12
Le souci du bien acheter .....	13
Les dates clés .....	14
<i>Chapitre 2</i>	
<b>Un stratège opportuniste</b> .....	23
Aide-toi, le ciel t'aidera... ..	24
Le bâton de pèlerin .....	27
L'entente cordiale ou la stratégie du commandement .....	30
La phase succursaliste: l'une des plus belles réussites .....	31
Hypermarchés: à la recherche du temps perdu .....	35
Un pionnier du développement hors de l'Hexagone .....	39
Technique du saupoudrage ou de la goutte d'huile? .....	41

Destination : l'international, avec Continente .....	44
Día, une très grande réalisation .....	48
Stratégie et culture d'entreprise .....	50

### Chapitre 3

<b>Les grandes manœuvres</b> .....	53
Du côté d'Euromarché .....	54
Du côté des Docks de France .....	55
Du côté d'Auchan .....	57
Du côté de Cora .....	58
Du côté de Casino .....	59
La grande décision .....	61
Du côté de Carrefour : le point de vue de Paul-Louis Halley .	63
Du côté de Carrefour : le point de vue de Daniel Bernard .....	66

### Chapitre 4

<b>Une lignée de grands négociants</b> .....	73
La spéculation à la base du négoce .....	73
Dans la famille Halley, le père .....	74
À chacun sa fibre, à chacun ses excellences .....	75
Le grand virement de bord .....	76
On n'attrape pas les mouches avec du vinaigre .....	80
Des hommes d'une éthique irréprochable .....	82
Le faux problème des relations industrie-commerce .....	84
Repenser la logistique et sa finalité .....	85
À chacun son juste dû .....	90
Un pionnier des marques de distribution .....	92
Le consommateur : richesse de l'entreprise .....	93

### Chapitre 5

<b>Du bon usage du partenariat</b> .....	97
Il était une fois dans l'Ouest .....	97
Le mariage de la carpe et du lapin ? .....	99
Les racines du succès .....	102
Quand le plus indépendant devient le principal partenaire de Promodès .....	105

*Chapitre 6*

<b>Un pionnier du développement hors de l'Hexagone .....</b>	<b>109</b>
Partenaire cherche aventure commerciale .....	109
Le passage du Rhin .....	110
Une partie de la péninsule ibérique... ..	112
...Puis l'autre .....	114
È bella l'Italia! .....	115
Entre les Hellènes et les Grecs .....	115
Première extrême expérience avec Far Eastern Conti .....	116
Ère de Java pour Promodès .....	118
Le paradoxe chinois .....	119
Le rôle de la distribution moderne dans les pays émergents ..	121

*Chapitre 7*

<b>L'art de naviguer aux instruments .....</b>	<b>123</b>
Précurseurs parce que venus d'ailleurs .....	123
Les hommes du chiffre .....	126
Au temps de la gomme et du crayon .....	128
À bon financier, bon commerçant .....	130
Décisions financières dans le Saint des Saints .....	131

*Chapitre 8*

<b>De l'originalité et de l'efficacité dans le management des hommes .....</b>	<b>135</b>
Le choix des hommes .....	136
La pratique mène à l'éthique .....	138
Le diplôme ne fait pas le moine .....	140
De l'humilité avant toute chose .....	142
De la bonne pratique de l'amalgame .....	145
Une authentique décentralisation .....	147
Les originalités d'un management performant .....	150
La réussite de l'entreprise comme préalable à l'épanouissement des hommes .....	151
Une forte culture de challengeur .....	153
De l'art de diriger, ou encore de ne pas mentir .....	155
La guerre et la paix .....	157

La formation comme clé des performances .....	158
Ressources humaines, liberté et culture .....	161
Un précieux consensus familial .....	163
Promodès, ou l'alchimie du management .....	166
<i>Épilogue</i>	
<b>Promodès, une entreprise de caractère</b> .....	169
Culture .....	169
Stratégie .....	169
Souplesse et réactivité .....	171
Négoce .....	174
Management et capital humain .....	174
<i>Annexe</i>	
<b>1961-1999 : la grande envolée du commerce moderne</b> .....	179
<i>Postface</i>	
<b>par Robert Halley</b> .....	215
Les frères amis .....	215
<i>Postface</i>	
<b>par Olivier Halley</b> .....	217
« Il a laissé tant de richesses dans nos cœurs » .....	217
<b>Remerciements</b> .....	221
<b>Index des noms propres</b> .....	223