

Equip Auto 2017 – Avec GPC, Alliance change de dimension

jeudi, 26 octobre 2017

Le rachat du groupement Alliance Automotive Group par Genuine Parts Company juste avant le salon suscitait bien des interrogations. Jean-Jacques Lafont et Thomas Gallagher, respectivement président-directeur général d'AAG et président du conseil d'administration de GPC, sont revenus à l'occasion du salon sur les raisons de cette opération. Et les nouvelles perspectives qui s'offrent à un nouvel ensemble de dimension mondiale...



A

gauche, Jean-Jacques Lafont, P-dg d'AAG ; à droite Thomas Gallagher, président du conseil d'administration de GPC.

[Le 25 septembre dernier, le distributeur américain Genuine Parts Company \(GPC\) annonçait officiellement le rachat du groupement européen Alliance Automotive Group \(AAG\).](#) Ce dernier, valorisé pour quelque 2 milliards de dollars, permettant ainsi à un troisième acteur nord-américain -après LKQ et Uni Select- de prendre pied sur le marché européen de la pièce de rechange. Et pas de n'importe quelle manière : au travers des 2 000 points de vente dont dispose AAG sur le Vieux Continent, GPC se donne l'accès aux marchés britannique, français, allemand et polonais, soit les plus importants en Europe car représentant à eux seuls 52% en valeur du marché de la rechange (source : ACEA, Eurostat) !

L'Américain vient ainsi de mettre la main sur le numéro deux de la distribution indépendante, qui affiche

un CA de 2,1 mds d'€. Soit relativement peu derrière un certain LKQ, qui a bataillé dur depuis 2011 pour racheter des entreprises du secteur qui lui permettent aujourd'hui de revendiquer un CA cumulé de 2,6 mds d'€. Fort de ce rachat, GPC affiche désormais un CA cumulé de 17 mds de dollars, dont un petit 10% représenté par ses nouvelles activités en Europe. Et atteint même *«une taille critique au niveau mondial»* selon Thomas Gallagher, président du conseil d'administration de GPC. *«La taille [d'un groupement] n'est pas une option mais une obligation»*, ajoute le dirigeant d'AAG.

Stabilité pour AAG

«En 2014, les opportunités de développement multiples nécessitaient des fonds, explique Jean-Jacques Lafont. C'est la raison pour laquelle nous nous sommes rapprochés du fonds d'investissement Blackstone. Mais si ce type de rapprochement présente l'avantage de disposer d'un réservoir financier important, l'inconvénient est que l'on sait que ça ne va pas durer très longtemps.» Et l'on ne peut lui donner tort : trois ans seulement de partenariat avec Blackstone, c'est indéniablement un cycle court pour un fonds d'investissement. *«Aujourd'hui, nous trouvons dans GPC le partenaire dont nous avons besoin : un industriel issu du secteur de la distribution qui va nous apporter de la stabilité.»*

Cette stabilité trouve un premier écho avec le maintien du board, au niveau français comme européen : *«la bonne connaissance du marché par les équipes en place a été une des raisons du rapprochement»*, ajoute Jean-Jacques Lafont, qui devrait donc piloter les grandes orientations d'AAG en Europe au moins pour les prochains mois.

Cependant, parce que la croissance externe figure dans l'ADN du groupement AAG, Jean-Jacques Lafont a d'ores et déjà prévenu que ce n'est pas parce qu'un distributeur se substitue à un fonds d'investissement que les rachats vont cesser.

Maintenir la dynamique de croissance

Aussi ambitionne-t-il un développement au moins aussi rapide que sur les précédents exercices qui ont vu par exemple AAG enregistrer quelque 30 acquisitions en 2016 et autant cette année... *«En matière de consolidation, le phénomène ne fait que commencer»*, poursuit le P-dg d'AAG. En effet, si l'on voit émerger des champions de la distribution de pièces de rechange ayant un pied de part et d'autre de l'Atlantique et dont le CA consolidé atteint celui de grands groupements internationaux (quand il ne les dépasse pas), il ne faut pas perdre de vue que le marché européen reste encore très atomisé. Pour preuve, les 2,6 mds d'un LKQ ou les 2,1 mds d'AAG ne représentent qu'une part de marché somme toute infinitésimale. Sur un marché de l'Europe des 27+1 (la Grande-Bretagne) estimé à environ 65 mds d'€, AAG on l'a vu ne s'adresse certes qu'à la moitié du business ; et même sur cette moitié de marché ses 2,1 mds sur 37,5 ne représentent in fine "que" 5,5% du business...

Il faut donc s'attendre à voir AAG continuer sur sa lancée de croissance externe, *«dans un marché "surdistribué", notre stratégie reposant sur l'acquisition de points de ventes existants et non la mise en place de nouveaux points de ventes»*, souligne Jean-Jacques Lafont. Une remarque adressée à PSA-Distrigo, dont le stand était à quelques mètres de celui d'AAG ?...

Les marchés allemand et polonais ont été clairement évoqués même si, sur le premier cité, le patron d'AAG avoue *«ne regarder que de très loin le dossier Stahlgruber, les très grosses entreprises étant très*

chères». Peu de chances également de voir -pour l'heure- AAG poser un pied sur le marché ibérique, ce dernier manquant encore de concentration selon le dirigeant. Avant d'ajouter : *«les acquisitions sont une affaire de plans, mais aussi d'opportunités»*. Il ne faut jamais dire jamais...

© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite