

S. Antiglio, pdt Autodistribution: «Nous préparons l'avenir de l'entreprise»

jeudi, 10 avril 2014

Stéphane Antiglio, le président d'Autodistribution, a répondu à quelques questions en marge de la récente [réunion presse annuelle d'Autodistribution](#). Au menu : les pourquoi du refinancement récent de 240 millions d'euros et du rachat d'ACR Group sur fond de stratégie de l'entreprise...



Évidemment, la récente opération financière a interpellé (voir [«Autodistribution se donne les moyens de ses ambitions»](#)). Surtout dans un contexte où Towerbrook, le fonds d'investissement actuellement actionnaire majoritaire du groupement, entame une 5ème année depuis sa reprise du groupement en octobre 2009. Mais s'il ne faut jamais exclure toute opportunité de réaliser un tel investissement (c'est la raison d'être de Towerbrook), Stéphane Antiglio est clair : *«Nous savons que nous changerons tôt ou tard d'actionnaire. Mais ce n'est pas à l'ordre du jour»*, affirme-t-il en pariant sur un avenir de continuité. *«Quand cela se produira, je suis convaincu que Towerbrook nous laissera entre les meilleures mains possible et dans la continuation de l'histoire que nous écrivons avec les distributeurs et les réparateurs»*. Mais pour l'instant donc, qu'on se le dise : *«Nous préparons et continuons à préparer l'avenir d'Autodistribution et de ses réseaux. Nous travaillons pour l'entreprise et pour son développement, pas pour rendre la mariée plus belle»*.

ACR Group, pour ce qu'il est

Le refinancement récent d'un montant de 240 millions d'euros avait en fait deux objectifs très pragmatiques : *«Gérer sereinement l'endettement actuel de 180 millions dont des échéances majeures arrivent d'ici 2016 : nous les anticipons donc sereinement dans un esprit de bonne gestion ; ensuite, c'est l'occasion –réussie– de se constituer un pécule qui puisse permettre de saisir des opportunités de croissance externe»*.

C'est justement le cas du récent rachat d'ACR Group (voir «[Autodistribution s'offre les 8 plateformes d'ACR Group !](#)»). Et à ce titre, il tient aussi à ce que ce soit très clair : «*Nous n'achetons pas ACR Group pour renforcer notre tissu logistique actuel*». Ce qui a séduit Autodistribution, c'est la compétence-métier d'ACR sur ses trois spécialités (freinage, liaison au sol et machines tournantes). Voilà pourquoi «*il ne faut pas voir ACR comme un réseau de 8 plateformes*», précise-t-il ; «*ACR, c'est une seule et même plateforme pilotée depuis Gennevilliers et qui s'appuie sur 7 relais logistiques régionaux. Nous n'essayons donc pas de refaire ce qui existe déjà ailleurs*».

C'est d'ailleurs là toute l'illustration de la stratégie d'Autodistribution que Stéphane Antiglio tient à rappeler : «*Nous souhaitons nous renforcer sur des familles de produits en acquérant de la compétence. Nous l'avons fait avec Cora ; nous l'avons fait en rachetant Bremstar ; nous venons de le refaire avec ACR. Il ne fallait surtout pas dénaturer Cora afin qu'elle puisse devenir le succès qu'on lui connaît aujourd'hui ; nous n'avons pas plus l'intention de dénaturer ACR. Nous avons acheté ces entreprises pour leur ADN : il est donc précieux de le conserver tel qu'il est*».

Se renforcer en offre et en commerce

D'autres opérations possibles, de même nature donc, seraient-elles au programme ? Il ne répond évidemment pas, mais confirme que «*la tentation d'Autodistribution de se renforcer ainsi dans des lignes de produits et/ou des filières est clairement assumée. Nous avons ainsi investi dans des locaux quatre fois plus grands pour accompagner les plaques PL et Bremstar, autre domaine où nous souhaitons renforcer nos compétences-métier, comme nous venons d'ailleurs de le faire pour Cora en 2013* ».

Car pour Stéphane Antiglio, c'est une évidence : dans un marché assez atone, «*qui ne progresse plus mécaniquement comme au bon vieux temps*», il n'y a plus d'alternative. «*Nos objectifs de croissance passent inévitablement par des gains de parts de marché*». Cela passe par une stratégie commerciale offensive (voir «[La conquête pour maître-mot](#)») «*qui ne doit plus avoir de complexe à pousser toutes les portes*» et qui doit être en position, quand l'occasion se présente, de saisir l'opportunité de toute acquisition porteuse de telles potentialités.