

INTERVIEW EXCLUSIVE

Didier Simon

PDG de StellaGroup

RÉALISÉ PAR LAURENCE MARTIN

Quelques mois après la reprise de Flip, StellaGroup vient d'annoncer l'acquisition de la division Volets et Stores du groupe mondial CRH. Le numéro Un français des produits de fermeture du bâtiment (La Toulousaine, Profalux, Eveno, Sofermi, Flip) se hisse ainsi au rang des leaders européens du secteur en doublant quasiment son chiffre d'affaires : 200 M€ pour CRH S&A (Alulux, AVZ, Erhardt Markisen, SWS) et 230 pour l'ancien périmètre de StellaGroup. PDG du groupe, Didier Simon répond en exclusivité à L'Écho de la Baie.



« Un bon rapprochement,
c'est un projet qui a du sens »

Didier Simon.

La volonté de croissance externe à l'international de StellaGroup était clairement exprimée depuis plusieurs années. En quelques mots, à quelle analyse du marché répond cette stratégie ?

Didier Simon : L'ambition de StellaGroup est de devenir un leader européen de la fermeture, en s'appuyant sur son marché fort qui est le marché français. Aujourd'hui, nous sommes leader français du volet roulant, pour ce qui est du résidentiel, et de la grille et du rideau, dans le Commerce et Industrie. Nous sommes par ailleurs, sur le marché résidentiel, un acteur majeur en portails, clôtures, portes sectionnelles de garage et en garde-corps – une nouvelle activité qui affiche une belle croissance cette année. Sur le marché Commerce et Industrie, notre croissance à deux chiffres en portes sectionnelles industrielles ces trois dernières années nous positionne parmi les principaux acteurs. La poursuite de notre croissance passe ainsi par l'exploration des terrains de jeux hors France.

acquisition

Pourquoi le choix de CRH S&A, comment s'est passé ce rapprochement ?

D. S. : La croissance externe par acquisition est un travail de longue haleine. Les discussions ont quelques années. CRH s'est toujours posé la question de cette petite division de quelques centaines de millions de CA dans un groupe qui en totalise plusieurs milliards (26,8 milliards consolidés en 2018, NDLR).

L'accélération des discussions à la fin de l'année dernière et en ce début d'année a porté sur plusieurs points : la grande complémentarité de nos activités respectives, l'ouverture à l'Europe, la typologie des produits – nous avons les mêmes métiers, nous ne sortons pas de nos domaines de compétences, et la typologie des clients : l'un comme l'autre, nous adressons nos produits à des clients professionnels. Ajoutez à cela que l'analyse des nombreuses synergies sur nos lignes de produit a rendu le projet en quelque sorte naturel...

J'ai l'habitude de dire qu'un bon rapprochement, c'est d'abord un projet qui a du sens. Ce projet a beaucoup de sens !

Quelles sont les synergies escomptées ?

D. S. : Il y aura beaucoup de synergies sur à peu près toutes les lignes de produit. Si nous passons en revue les différentes entités de CRH S&A : notre ambition est de faire d'Alulux un acteur majeur du volet roulant en Allemagne (CA 84 M€) et allons apporter notre support aux équipes allemandes pour rassurer nos clients français. S'agissant d'Erhardt Markisen (CA 52 M€), elle nous ouvre le marché du Solar Protection et de l'Outdoor Living avec des screens, des stores, des pergolas bioclimatiques, des toit-terrasses, etc. Côté distribution de composants, nous allons pouvoir compléter l'offre d'AVZ sur le marché hollandais (systèmes pour stores et volets roulants, CA 66 M€). Avec SWS sur le marché britannique (CA 23 M€), les synergies entre produits – portes sectionnelles, portes à enroulement, grilles et rideaux métalliques, organes de sécurité – seront de même assez naturelles.

Les synergies d'achats sont une évidence. Les synergies industrielles et les ventes croisées demandent de la réflexion. Avant tout, nous allons prendre le temps de nous poser avec les équipes pour réfléchir et définir les priorités.

Quelles seront les conséquences managériales pour les sociétés de CRH S&A ?

D. S. : StellaGroup mise beaucoup sur l'humain. Les deux équipes sont extrêmement enthousiastes : nous allons beaucoup travailler sur les complémentarités et les enrichissements mutuels. Concrètement : c'est avec tous les managers en place que nous réussirons. En parallèle, ce qui est très clair, c'est que compte tenu de cette activité internationale, de cette forte croissance et du fait que nous ne sommes qu'au début d'une histoire, je suis convaincu que de nombreux talents nous rejoindront. Nous y sommes ouverts.

Quelle est la prochaine étape dans votre « trajectoire de croissance » ?

D. S. : Ma volonté est de rester consistant dans la stratégie : nous essayons d'être sérieux, précis, respectueux, laborieux et de poursuivre une croissance par petit pas... même si parfois nous faisons de grandes enjambées !

Notre volonté est la croissance de notre groupe pour devenir un leader européen par croissance externe et de favoriser son expansion sur ses marchés nationaux et à l'international. En cela, nous sommes soutenus par notre actionnariat (PAI Partners, majoritaire à 61% depuis le 31 janvier 2019, aux côtés de ICG, 22%, et du management, 17% - NDLR). C'est difficile de parler du futur quand nous sommes en train de le construire... Mais d'évidence, notre actualité sera chargée cette année !

L'acquisition de CRH S&A par StellaGroup est assujettie à l'obtention des approbations réglementaires usuelles et devrait être validée à l'été 2019.

Lire les nouveautés produits dans nos pages L'Echo des marchés consacrées aux volets roulants.