

Par Jean-Noël Onfield

Constructeur

« Le marché de la location est une priorité de développement du groupe »

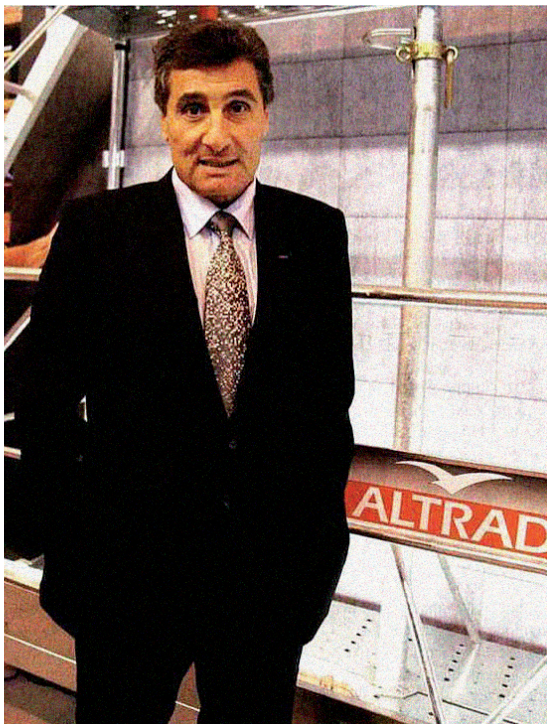
Un entretien avec Mohed Altrad, président du groupe Altrad.

Quel bilan dressez-vous de l'exercice 2011 ?

“ L'exercice 2011 clôturé au 31 août fait état d'un chiffre d'affaires consolidé de 500 millions d'euros. Le groupe qui emploie 5 000 personnes et compte un million de clients poursuit donc son développement. Celui-ci est basé sur la croissance interne et externe, principalement à l'étranger. ”

Afin de vous affranchir de la conjoncture française ?

“ Le contexte économique français n'est pas favorable. L'exercice que nous avons démarré le 1^{er} septembre 2011 n'est pas propice à la croissance interne sur notre premier marché. La tendance est meilleure en Allemagne, le deuxième marché pour Altrad où la confiance semble mieux établie. La dimension internationale du groupe nous permet en effet de nous affranchir des difficultés de certains marchés. Outre la diversification géographique, nous pouvons également bénéficier d'un autre levier qui a trait à nos métiers. J'observe que les services que nous exerçons notamment au travers de la location d'échafaudages semblent moins sensibles à une conjoncture qui serait mauvaise. Les effets de cette dernière se font davantage sentir dans la vente. ”



Mohed Altrad, président du groupe Altrad.



Avez-vous les moyens de financer cette croissance ?

“ Le groupe Altrad génère traditionnellement beaucoup de cash, notamment par l'activité location que je mentionnais. En outre, nous avons fait rentrer des financiers dans le capital que sont BNP Paribas Développement, Arkea Finance, CM-CIC Capital Finance ainsi que le Fonds Stratégique d'Investissement (FSI) qui nous confèrent les moyens financiers de notre politique de développement. ”

Quelles sont vos priorités ?

“ Je qualifierais le positionnement d'Altrad d'opportuniste, dans le bon sens du terme. Nous avons en effet beaucoup de cibles que nous étudions. L'Europe en est une. Elle offre encore de nombreuses possibilités de croissance. Nous pouvons entre autres nous développer au Royaume-Uni, en particulier dans la location où nous sommes encore sous-représentés. D'autres pays européens nous intéressent et, si nous ne trouvons pas notre bonheur, nous avons d'autres visées au Brésil et dans d'autres pays émergents. Dans tous les cas, le marché de la location est une priorité de développement du groupe. ”

Y compris en France ?

“ Le marché de la location reste encore fragmenté, plus en France — on recense plus de 200 intervenants de toute taille — qu'au Royaume-Uni ou en Allemagne. Pour autant, ce n'est pas un marché mature. Il s'apparente à une prestation puisque nous vendons un service qui inclut le matériel loué mais aussi le montage et le démontage, le transport et le conseil. Dans tous les pays, la location s'adresse principalement au secteur de la construction (neuve et rénovation) et l'industrie avec, en particulier, la filière pétrochimique et les chantiers navals. L'événementiel constitue un autre débouché. ”

Allez-vous poursuivre la diversification Produit amorcée avec Belle ?

“ Belle est désormais une filiale Altrad à 100 %. Son intégration s'est parfaitement déroulée. La marque apporte une gamme de produits complémentaire des gammes Altrad qui sont traditionnellement constituées de la bétonnière, de la brouette de chantier et de l'échafaudage. L'amorce de la diversification se passe bien. Nous allons donc poursuivre dans ce sens. ”

En acquérant d'autres lignes de produits ?

“ Nous n'avons pas l'intention de nous éloigner trop de nos métiers de base. Une synergie qui pourrait sembler intéressante serait les centrales à béton, très complémentaires de ce que nous faisons. Nous n'avons pas envie de nous engager dans ce domaine dans les prochaines années. ”

Pour quelle raison ?

“ Parce que ces produits s'adressent à une clientèle différente. Celui qui achète une bétonnière n'investit pas dans une centrale. Nous avons suffisamment de potentialités de croissance sur des marchés identifiés et de développement de gammes dans nos propres métiers. La diversification géographique a ma préférence. ”

Vous êtes déjà implanté en Chine. Est-ce votre priorité ?

“ Nous exploitons deux sociétés en Chine. L'une dédiée au sourcing de composants sur le marché local, l'autre chargée de produire pour le groupe des sous-ensembles

Press contact

125, rue du Mas de Carbonnier - 34000 Montpellier - France
Tel. +33 (0)4 99 64 30 39
altrad@altrad.com





principalement pour les bétonnières. Altrad Asia, n'ayant pas encore capté l'intégralité des achats que nous effectuons en Europe, doit continuer à intégrer des références et à augmenter ses volumes. Pour ce qui est de la filiale de production, principalement des capots pour bétonnières qui nécessitent d'intégrer un moteur et des câblages, il est possible d'accroître les volumes pour équilibrer la charge de l'usine. "

Avez-vous accès au marché chinois avec ces produits ?

" Très peu car ce n'est pas la priorité. Nous n'avons pas envie d'accélérer les choses en Chine car nous connaissons déjà une croissance très forte, de l'ordre de 20 % chaque année. Cela reste un marché difficile. "

Comptez-vous y renforcer votre outil de production ?

" Nous exploitons 17 usines dans le monde, dont trois en France. La réalité actuelle est que le coût du travail augmente en France. Le gouvernement vient de décider d'environ 5 % l'imposition des sociétés réalisant plus de 250 millions d'euros. Notre outil industriel s'adapte à nos marchés et aux coûts de production pour rester compétitif. "

Quel est le secret d'intégration d'Altrad ?

" Nous ne fabriquons pas des produits de haute technologie. Nos matériels sont relativement simples à industrialiser. Il y a peu de secret de fabrication, notre expertise, nous la valorisons dans le marketing et l'organisation des ventes. Nous avons élaboré en interne une charte appliquée dans l'ensemble de nos sociétés qui impose le respect des cultures et favorise un management décentralisé. Le groupe vend dans une centaine de pays, nous ne pouvons pas nier les différences culturelles. Nous sommes arrivés à un niveau de subsidiarité et de valorisation. "

Est-ce la condition nécessaire pour être leader mondial ?

" Nous sommes effectivement le numéro un mondial de la bétonnière et de la brouette de chantier et probablement numéro un européen de l'échafaudage. "

Press contact

125, rue du Mas de Carbonnier - 34000 Montpellier - France
Tel. +33 (0)4 99 64 30 39
altrad@altrad.com



A la base de cette réussite, il y a les hommes. Pour qu'ils partagent votre projet, il faut les motiver, il faut leur proposer un business modèle cohérent et pertinent. Il faut aussi du temps. Altrad existe depuis un quart de siècle. Nous avons des critères propres qui nous permettent d'inscrire notre stratégie dans la durée en veillant à conserver les équilibres du groupe. "

Quel est l'objectif à terme ?

" Doubler le chiffre d'affaires d'ici trois à quatre ans pour atteindre un milliard d'euros est une belle perspective. C'est notre objectif pour lequel nous nous sommes structurés. Nous réalisons un tiers de notre chiffre d'affaires en France. Les relais de croissance ne manquent pas. "

Y compris en terme de produits ?

" L'offre actuelle est suffisamment large. Nous n'avons pas l'intention, à priori, de la faire évoluer à court terme. A plus long terme, nous verrons. Si nous devons nous trouver à l'étroit dans certaines gammes de produits, pourquoi pas. Nous pourrions également nous renforcer dans la location. Cette dernière est déjà prépondérante dans certains pays comme l'Angleterre. Nous pensons qu'elle va continuer à se développer ailleurs, comme en France. Nous n'excluons pas de nous y développer, y compris à travers la location généraliste. Nous en revenons à un des fondamentaux du groupe Altrad : s'adapter aux besoins de notre clientèle. "

Qu'est ce que cela implique dans l'évolution des produits ?

" Une trentaine d'ingénieurs R&D travaille au développement du produit et à son amélioration avec une attention particulière portée aux questions de sécurité. C'est un enjeu fondamental pour lequel nous entendons apporter des réponses différenciantes. "

Press contact

125, rue du Mas de Carbonnier - 34000 Montpellier - France
Tel. +33 (0)4 99 64 30 39
altrad@altrad.com

