

Exclusif - PGA Motors a racheté Flauraud!

mercredi, 29 juin 2016

Il y a deux mois, nous titrions que [«PGA Motors achète CHEZ Flauraud»](#), le distributeur indépendant basé à Clermont-Ferrand. Cette fois, nous pouvons même annoncer que PGA, le puissant groupe de 250 concessions, achète TOUT Flauraud, ses plus de 100 millions d'euros de chiffre d'affaires et ses compétences reconnues en logistique de pièces équipementières multimarque. Une preuve de plus, s'il en fallait encore, que les constructeurs et même leurs distributeurs VN ont bel et bien décidé de débarquer sur le marché de la pièce équipementière multimarque...



Le centre Flauraud à Périgueux, ex-distributeur ACDIP, inauguré sous les couleurs Flauraud en janvier 2014. Flauraud expliquait alors qu'après deux années consacrées à la refonte de son outil logistique et de son organisation générale, le distributeur donnait désormais la priorité à l'extension de ses implantations. La couverture de 21 sites en France et la refonte de Flauraud ont donc dû finir par séduire PGA...



La rumeur affleurerait en avril dernier, démentie alors par Flauraud, le distributeur clermontois de pièces comme d'ailleurs par PGA Motors, le plus puissant groupe de concessionnaires et ses plus de 3,5 milliards d'€ pour quelque 250 concessions. Mais elle a repris de plus belle ces derniers jours, jusqu'à être confirmée par des sources internes au plus gros distributeur VN de l'Hexagone : PGA Motors a pris une part majoritaire au capital de Flauraud.

La rumeur était née à l'occasion du renforcement d'accords commerciaux entre les deux entités, Flauraud confiant en avril dernier que *«PGA Motors a souhaité nouer ce partenariat dans l'objectif de pouvoir*

proposer une alternative crédible à son offre traditionnelle de pièces d'origine» (voir [«PGA Motors achète chez Flauraud»](#)). On sait que cette décision était alors issue, en partie au moins, d'un contexte particulier : PGA n'avait guère apprécié la nouvelle stratégie de distribution de pièces de PSA dévoilée un an plus tôt ; et tout particulièrement l'apparition de pièces Eurorepar sur le site Mister-auto.com, décision qui avait considérablement alimenté la fronde des réseaux RA1 et RA2. A l'époque, PGA Motors n'avait pas été le dernier à exprimer son mécontentement au constructeur, avec le poids et les capacités de conviction que lui seul était alors capable d'afficher. Ni le seul d'ailleurs à s'en aller explorer des solutions alternatives dans la rechange indépendante (voir [«Pièces : PSA a-t-il ouvert la boîte de Pandore ?»](#))...

PSA, puis PGA : les constructeurs et assimilés débarquent

«PGA Motors a-t-il juste l'intention de gonfler ses muscles face à PSA ou a-t-il l'intention de franchir le Rubicon qui le sépare culturellement et commercialement de la distribution indépendante de la pièce ?», écrivions-nous en avril dernier. Alerté par le présent article, Hervé Miralles, DG du groupe PGA Motors, dément formellement toute tension passée ou présente avec le constructeur. *«Il s'agit pour nous, simplement, de saisir l'occasion de pénétrer un marché qui s'ouvre à nous»,* tient-il fermement à préciser, en soulignant que PGA Motors *«a toujours soutenu et accompagné la stratégie des constructeurs, à commencer par celle de PSA»*.

C'est donc avec ses seuls objectifs de conquête que PGA a bel et bien franchi ce pas. Lui qui, à lui seul, a le poids économique d'un gros constructeur importateur a donc décidé, comme PSA est finalement en train de le faire, de devenir distributeur de pièces multimarque. Même s'il en a les moyens, PGA n'élabore pas *ex-nihilo* une stratégie pièces multimarque. Il a décidé de brûler les étapes en acquérant un distributeur indépendant performant comme l'est Flauraud, ses plus de 100 millions de chiffre d'affaires, sa logistique (500 000 références dans 21 magasins en France irrigués par un stock national), son concept d'enseigne de réparateurs indépendants "Club Auto Conseil" et ses premiers pas à l'international (filiales en Italie, Espagne et Chine).

On connaît les fondements de la nouvelle stratégie de distribution de pièces de PSA : il veut s'approprier une partie du marché de la rechange indépendante à l'heure où tous les indicateurs montrent que le marché de la pièce dans son ensemble doit, en volume au moins, se contracter au même rythme que celui des entrées-atelier, baisse qui touche d'abord les réseaux RA1 et dans une moindre mesure, RA2 ; en même temps, se rapprocher du marché en croissance de l'entretien-réparation des véhicules de plus de 5 ans qui eux aussi échappent de plus en plus aux réseaux constructeurs.

PGA Motors ne fait rien d'autre que de la même pierre, un troisième coup : il affirme ainsi haut et fort sa capacité à l'indépendance d'approvisionnement tout en affinant sa compréhension, s'il en avait encore besoin, des vrais prix et des vraies marges concurrentielles du marché de la pièce équipementière. PSA ne peut pas se passer de PGA Motors. Mais il ne pourra pas non plus lui imposer des conditions trop éloignées de celles dispensées par la distribution indépendante.

Et surtout, l'initiative de PGA vient le confirmer sans aucun doute possible : le marché de la pièce équipementière et sa rechange indépendante devront maintenant compter avec l'arrivée des constructeurs. Ces derniers n'ont visiblement plus envie de laisser la distribution indépendante, qui détient déjà 56% du marché de la pièce en France, continuer à leur tailler des croupières.

“Concentrationnisme aigüe”

Côté distribution indépendante, le rachat de Flauraud est un symptôme de plus de cette “concentrationnisme aigüe” qui la frappe et la rapproche, étape après étape, du modèle plus intégré nord-européen et germanique. Faut-il déduire de l’atterrissage de Flauraud chez PGA qu’une taille de 100 millions devient trop petite pour évoluer seul, mais compliquée quand il s’agit d’intégrer un ensemble plus gros de même culture ?

On peut certes considérer l’indépendance assumée d’IDL et ses 135 millions de CA comme contre-exemple à l’insuffisance de la taille ; et comme contre-exemple à un repreneur de même culture, le fait que Doyen vienne de rejoindre Autodistribution (voir «[Autodistribution finalise le rachat de Doyen !](#)»). Mais on peut aussi considérer à l’inverse que les presque 100 millions réalisés par le distributeur belge en France justifient, par l’opportunité internationale qu’il représente, les potentielles difficultés liées à la superposition des réseaux en France.

On ne peut non plus exclure que, la culture familiale étant très forte chez Flauraud, le très unanimement respecté Pierre-Jean Flauraud et son fils Thomas aient privilégié un repreneur qui ait intérêt à préserver l’outil, les hommes et les projets qui animent l’entreprise à un coreligionnaire distributeur ou groupement indépendant qui pourrait être tenté de séparer le bon grain logistique et commercial de l’ivraie toujours douloureuse des doublons et des optimisations.

Le communiqué officiel publié par le distributeur quelques heures après cet article le confirme d’ailleurs en citant Pierre-Jean Flauraud : «*Mes enfants et moi avons considéré que s’adosser à un grand groupe présentait beaucoup d’avantages pour nos clients et salariés, dans un environnement de plus en plus concentré. Nous sommes confiants dans la capacité de PGA Motors à conserver notre identité et culture tout en prenant en considération les synergies d’activité qui existent entre les deux organisations qui amèneront un meilleur niveau de service et de plus grandes innovations. Nous sommes aussi heureux de nous allier à des hommes qui partagent les mêmes valeurs que nous : le respect humain et celui de l’engagement, la recherche de l’excellence*».

La bonne nouvelle, c’est que les derniers gros indépendants comme Laurent, Barrault ou même IDLP voient s’ouvrir de nouvelles opportunités patrimoniales dans le camp d’en face. Abondance de convoitises n’est jamais inutile le jour où il s’agit de susciter le désir auprès d’un partenaire-repreneur...

Plus d’informations dans une prochaine édition