

L'Inde, nouvel acheteur des entreprises occidentales ?



Par Julian Parsons, Director chez KPMG Corporate Finance

Le rachat d'Arcelor par Mittal, ou plus récemment de Jaguar et Land Rover par Tata ne sont pas des opérations isolées impliquant des sociétés indiennes. Nous assistons aujourd'hui à un phénomène nouveau : de plus en plus d'entreprises indiennes réalisent des acquisitions en Europe et aux Etats-Unis. Au-delà de la valeur croissante des opérations, des marques prestigieuses intéressent ces sociétés. Ces opérations transfrontalières obligent les entreprises occidentales et les acteurs du conseil en M&A à s'adapter.

Les opérations de fusions-acquisitions transfrontalières impliquant une société indienne se sont élevées à près de 40 milliards de dollars en 2007, contre 2,8 milliards pour les transactions domestiques. Les entreprises indiennes ont conclu l'an dernier 240 transactions à l'étranger, soit cinq fois plus qu'en 2005. Comment expliquer ce nouvel appétit, notamment pour les sociétés des pays occidentaux ?

Outre une croissance de plus de 9 % de son PIB en 2007, l'Inde bénéficie de capacités financières et de valorisations plus élevées qu'en Europe et aux Etats-Unis, ce qui favorise les investissements à l'étranger, tant pour les grands groupes que pour les entreprises de plus petite taille qui se sont développées ces dernières années. En privilégiant une croissance externe à l'étranger plutôt qu'une croissance organique, les entreprises indiennes accèdent à des réseaux de distribution stables, des marques réputées mondialement, des savoir-faire technologiques et une forte capacité d'innovation. Par ailleurs, les consommateurs occidentaux constituent un excellent relais à la consommation d'une classe moyenne indienne encore naissante. Les sociétés indiennes peuvent également favoriser des synergies avec les productions en

Inde. En conséquence, les entreprises indiennes voient en leurs concurrentes occidentales des cibles privilégiées pour leur développement.

On observe également une évolution dans les choix d'acquisitions des sociétés indiennes : si celles-ci se tournaient auparavant plus naturellement vers les pays anglo-saxons du fait de relations historiques et culturelles plus fortes, elles montrent aujourd'hui un intérêt croissant pour l'Europe continentale.

Cela s'explique en partie par une meilleure connaissance et expérience de ces marchés, et une confiance accrue. Au niveau sectoriel, les trois-quarts des investissements indiens se concentrent sur les technologies et la pharmacie. Les acquéreurs indiens s'intéressent aux secteurs qui nécessitent des processus longs et coûteux d'implantation. Ils sont prêts à payer une prime stratégique à l'achat pour entrer sur un marché, plutôt que de subir les coûts d'installation ex-nihilo. L'exemple de la pharmacie est intéressant de ce point de vue, notamment en France. Celle-ci bénéficie de technologies de pointe, de nombreux brevets, de marques bien implantées et d'un soutien public pour les dépenses de santé. On comprend alors l'appétit des laboratoires indiens (rachat de Negma par le groupe

pharmaceutique indien Wockhardt pour 195 millions d'euros par exemple), qui peuvent accéder à des prix de vente élevés en Europe tout en privilégiant une production indienne. Ainsi, tandis que les grands acteurs européens du secteur privilégient des acquisitions en Europe de l'Est, les groupes indiens s'intéressent aux petites et moyennes entreprises présentes dans les marchés plus matures d'Europe de l'Ouest.

Les facteurs-clés de succès d'une cession à un groupe indien s'appliquent autant à des méga-deals comme Jaguar qu'à des opérations plus petites. Elles requièrent des compétences spécifiques et une adaptation des processus. Une présence sur place est indispensable afin de maîtriser les réglementations locales, connaître la culture entrepreneuriale indienne, notamment dans le cadre de négociations avec les structures patriarcales. Par ailleurs, il est essentiel d'avoir une excellente connaissance des acheteurs et en particulier de leurs capacités financières pour mener à bien les opérations. ■