

15.02.2006 - 10:00 Uhr

Etude KPMG: Face à la pression d'un marché M&A concurrentiel exigeant des bénéfices post-acquisition - Les acheteurs payent aujourd'hui 43% des synergies dans le prix d'achat

Zurich (ots) -

L'ampleur de la tâche est reflétée par une étude publiée aujourd'hui par KPMG, qui indique qu'en moyenne 43% des objectifs de synergies identifiés par l'acheteur sont aujourd'hui inclus dans le prix d'achat. Autrement dit, les acheteurs doivent fournir pratiquement la moitié des synergies juste pour atteindre l'équilibre. Il reste que pratiquement les deux tiers des acheteurs ne parviennent pas à réaliser entièrement l'objectif de synergies.

A propos de l'étude globale "The Morning After", Bryan DeBlanc, responsable de Transaction Services à KPMG Suisse, a déclaré: " Une fois la transaction finalisée, il vous reste encore la moitié du chemin à parcourir. En se levant le lendemain de la transaction, le CEO se demandera comment affirmer la valeur de la transaction et le directeur financier voudra déjà des garanties sur ce qu'il a exactement mis en place. Avant de célébrer la transaction, ils feraient donc mieux d'attendre que les bénéfices à l'origine de leur décision soient effectivement générés. "

Le marché des M&A s'est considérablement professionnalisé au cours de ces dernières années. Les vendeurs recourent aujourd'hui à des processus d'enchères tendus assortis de délais serrés et les investisseurs axés sur le marché des actions privées veulent plus que jamais s'affirmer parmi les renchérisseurs. Tout acheteur recherchant à réaliser une transaction dans cet environnement est donc obligé de prendre des décisions rapides et avec un accès limité à l'information.

"Le marché actuel n'accorde plus autant d'importance aux transactions très réussies ou aux échecs cuisants." Une évaluation de la performance des actions des sociétés ayant réalisé ces transactions indique que dans plus de 40% des cas elles n'ont eu aucune incidence sur la valeur par rapport à leur marché. Pour une société protégeant sa position stratégique dans un environnement extrêmement compétitif, conserver sa valeur sur le marché peut donc être considéré comme un bon résultat.

Pour conclure la transaction, la majorité des sociétés ont traversé une période de régularisation de 3 mois en moyenne, suivie de 9 mois supplémentaires en moyenne pour contrôler les principaux problèmes se posant en phase post-acquisition. 10% des sociétés déclarent même avoir tardé 2 ans pour arriver à ce point.

Et Bryan DeBlanc d'ajouter: "L'étude montre que le contrôle post-acquisition est important pour exclure toute perte de valeur. Pour mettre tous les atouts de votre côté, préparez la transaction longtemps à l'avance et mettez en place une équipe chargée de l'opération. Deux recommandations qui font d'ailleurs partie des trois principales choses que les sociétés auraient faites différemment."

Même si la différence culturelle au sein des sociétés est apparue comme le deuxième challenge le plus important de la phase post-acquisition, 80% des sociétés n'y étaient pas bien préparées. Si c'était à refaire, les sociétés interrogées déclarent qu'elles consacraient plus de temps à l'évaluation culturelle, mission qui

ferait partie de leurs 3 actions prioritaires.

Et Bryan DeBlanc de conclure: "Plus que jamais, la phase post-acquisition sera le facteur déterminant du succès ou de la réussite d'une transaction. Car en soi la transaction ne génère pas de valeur, mais offre au management la possibilité de montrer le potentiel de hausse en phase post-acquisition. Cette neutralité de l'opération montre que la professionnalisation du processus pré-acquisition a été une évolution positive: désormais, il faut donc atteindre le même niveau de professionnalisation dans la phase post-acquisition."

L'étude "The Morning After" est basé sur l'interprétation des interviews recueillies auprès de 101 exécutifs de sociétés chargés de gérer une transaction parmi un échantillon de sociétés globales et de 20 sociétés de gestion d'actions, à propos de leur expérience de transactions importantes réalisées en 2002 et 2003. Cette enquête a été menée entre le 30 août et le 7 novembre 2005.

Des informations plus détaillées sur l'étude "The Morning After" (en langue anglaise) sont disponibles sur le site www.kpmg.ch et peuvent être téléchargées.

KPMG International est un leader des services de révision comptable, de conseil fiscal, juridique et financier. A l'échelle mondiale, KPMG emploie près de 104 000 collaborateurs dans 144 pays. Les activités de KPMG Suisse sont intégrées à KPMG Holding (le membre suisse de KPMG International). Sous ce toit, KPMG emploie en Suisse près de 1 470 personnes réparties dans treize sites. Dans l'exercice 2005, KPMG Suisse a réalisé un chiffre d'affaires de 367 millions de francs.

Vous trouverez de plus amples informations sur www.kpmg.ch.

Contact:

KPMG
Stefan Mathys
Corporate Communications
Tél.: +41/44/249'27'74
Mobile: +41/79/227'98'31
E-Mail: kpmgmedia@kpmg.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100001147/100504432> abgerufen werden.