

ÉNERGIE

L'émirat d'Abu Dhabi reprend 100 % du capital du deuxième pétrolier espagnol. Total va réduire sa capacité de raffinage de 264.000 barils par jour à l'issue de la transaction.

Total cède ses parts dans l'espagnol CEPSA pour 3,7 milliards d'euros

Total accélère son désengagement du raffinage européen. Le pétrolier français a annoncé hier la cession à Abu Dhabi de ses 48,83 % dans l'espagnol CEPSA pour 3,7 milliards d'euros. Selon les termes de l'accord, l'International Petroleum Investment Company (Ipic), un fonds contrôlé par l'émirat, a lancé hier une offre publique d'achat sur la totalité du capital à un prix de 28 euros par titre, soit une prime de 23 % par rapport au cours de clôture du jour précédent. Un dividende de 0,50 euro par action sera également versé aux actionnaires de CEPSA, dont Total.

CEPSA est la deuxième compagnie pétrolière espagnole derrière Repsol, avec une capacité de raffinage de 528.000 barils par jour, une production d'hydrocarbures de 55.000 barils par jour, et un réseau de 1.750 stations-service en Espagne et au Portugal.

Focalisé sur les actifs pétroliers et gaziers, le fonds d'investissements d'Abu Dhabi était déjà présent à hauteur de 47 % dans le capital de CEPSA. Après avoir pris une participation de 9,5 % en 1988, ce fonds de 14 milliards de dollars avait racheté les parts de Banco Santander et d'Union Fenosa en mars 2009, à un prix de 33 euros par action, à la suite du conflit qui avait opposé Total à la banque espagnole. Associés depuis 1990, Total et Banco Santander avaient



CEPSA est la deuxième compagnie pétrolière espagnole, avec une capacité de raffinage de 528.000 barils par jour et un réseau de 1.750 stations-service en Espagne et au Portugal.

GREENPEACE PRÉPARE UNE RÉOLUTION

Lors de la prochaine assemblée générale de Total, Greenpeace et la société de gestion d'actifs Phitrust veulent déposer une résolution obligeant le pétrolier à inclure « l'impact des risques environnementaux et sociaux de l'ensemble des projets de sables bitumineux » dans son rapport annuel. Ce serait la première du genre en France. Total compte investir entre 11 et 14 milliards d'euros dans les sables bitumineux.

vu leurs relations se dégrader sensiblement en 2003, après une tentative avortée de Banco Santander de lancer une OPA sur une partie du capital du pétrolier espagnol.

Purement financière, l'opération n'avait d'autre but que d'inciter le groupe tricolore à lancer une contre-OPA, dont le montant était estimé à l'époque à plus de 5 milliards d'euros. Total avait porté l'affaire devant le tribunal d'arbitrage de La Haye et obtenu gain de cause. Ce qui avait poussé Banco Santander à négocier sa sortie avec Abu Dhabi quelques années plus tard. Aujourd'hui, l'émirat boucle le processus en rachetant la participation de Total. En cédant ses parts dans CEPSA, le groupe français va réduire sa capacité de raffinage de

264.000 barils par jour, soit une baisse de 7,5 % par rapport à fin 2009. Il en profite pour sceller un accord-cadre avec le fonds émirien en vue de développer des projets communs dans l'exploration-production.

Vendre la raffinerie de Lindsey Premier raffineur d'Europe de l'Ouest, Total cherche à réduire sa présence sur ce marché, à l'instar de ce qu'ont fait Shell ou BP ces dernières années. En 2010, le groupe tricolore avait dévoilé son intention de diminuer sa capacité de production de 500.000 barils par jour entre 2007 et 2011. Un processus qui incluait la vente de ses parts dans la raffinerie de Milford Haven (Angleterre), la fermeture de la raffinerie de Dunkerque, une réduction des capacités sur le site de Gonfreville (Normandie) et la cession de la raffinerie de Lindsey, dans le nord-est de l'Angleterre. Total négocie la vente de cette dernière depuis près d'un an. Petroplus fait partie des acteurs intéressés. Mais de source interne, le pétrolier français s'est pour l'instant refusé à entrer en négociations exclusives avec le raffineur, du fait des incertitudes sur sa situation financière. Construite en 1968, Lindsey est l'unique raffinerie de Total au Royaume-Uni et la troisième plus importante du pays.

EMMANUEL GRASLAND

GAZ INDUSTRIEL

La pilule empoisonnée sur laquelle reposait la défense d'Airgas a été validée par la justice. Air Products, qui espérait devenir le leader du marché américain, a donc décidé d'abandonner son OPA de 7,8 milliards de dollars.

Rival d'Air Liquide, Air Products renonce à sa grande OPA après un an de bataille

John E. McGlade s'est résolu à tourner la page. Après plus d'un an de tentatives infructueuses, le patron d'Air Products a officiellement renoncé hier à mettre la main sur son compatriote et rival Airgas. « Nous avons décidé d'abandonner notre offre et de passer à autre chose », a-t-il expliqué, la justice ayant validé la pilule empoisonnée sur laquelle reposait la défense d'Airgas. C'est la fin d'une des plus longues batailles boursières de l'histoire américaine.

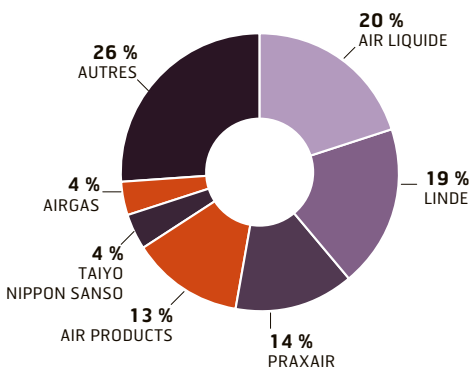
A cinquante-sept ans, dont trente-cinq chez Air Products, John E. McGlade ne jette pas l'éponge de gaieté de cœur. Cette OPA devait être le couronnement de sa carrière. En achetant Airgas, Air Products aurait d'un coup grossi de 40 %, pour atteindre un chiffre d'affaires de 13,1 milliards de dollars. Le groupe aurait enfin dépassé Praxair pour devenir le leader de l'oxygène, de l'hydrogène, de l'argon et autres gaz industriels sur le marché nord-

américain. Au niveau mondial, il aurait laissé la place toujours inconfortable de numéro quatre et rejoint le trio de tête, derrière le français Air Liquide et l'allemand Linde.

« Tentative opportuniste » L'enjeu explique la ténacité dont a fait preuve John E. McGlade dans cette affaire. Il a commencé par approcher directement les dirigeants d'Airgas, en leur soumettant en privé d'abord une offre toute en actions, puis une deuxième comportant du cash. Faute d'accord, il a choisi, en février 2010, de s'en remettre aux actionnaires d'Airgas, en lançant une OPA en bonne et due forme. Nouveau refus. Son offre ? Une simple « tentative opportuniste de reprendre la société à un prix bradé, en exploitant une brève anomalie dans les performances boursières respectives des deux compagnies, au moment où l'économie amorçait sa reprise », jugent alors les dirigeants d'Airgas.

LE MARCHÉ MONDIAL DU GAZ INDUSTRIEL

EN 2010, EN %



« LES ECHOS » / SOURCE : SPIRITUS CONSULTING

Déterminés à l'emporter, les dirigeants d'Air Products ont relevé leur offre à plusieurs reprises. Jusqu'à proposer 5,9 milliards de dollars pour 100 % du capital et 7,8 milliards en incluant la reprise de dettes. Un prix élevé, la valorisation d'Airgas n'ayant jamais atteint de tels niveaux dans son histoire.

Les hommes d'Airgas, cependant, sont restés sourds à ces sirènes. Pour eux, pas question de vendre au prix proposé. Mieux valait à leurs yeux que la maison reste indépendante et poursuive sa croissance, bien plus rapide – grâce à des acquisitions régulières – que celle d'Air Products.

Leur défense s'est révélée un succès. Dans un jugement rendu mardi soir, le tribunal du Delaware a justifié l'utilisation par Airgas d'une « pilule empoisonnée », un dispositif permettant à ses dirigeants de compliquer la tâche des assaillants. Cette pilule n'empêchait pas totalement la réussite de l'OPA hostile, mais elle aurait contraint Air Products à de nouvelles manœuvres pour obtenir que les dirigeants actuels d'Airgas soient évincés lors d'une prochaine assemblée. John E. McGlade a préféré ne pas s'entêter.

Le marché américain du gaz industriel a donc de fortes chances de rester en l'état. Depuis un an, aucun chevalier blanc n'était apparu pour aider Airgas. Air Liquide, en particulier, s'était tenu à l'écart, voyant dans Airgas « un spécialiste du gaz en bouteille et des produits de soudage, des métiers qui progressent peu dans les économies avancées ».

DENIS COSNARD

CHIMIE

A peine sorti du rouge, Clariant a annoncé hier l'achat, pour 2 milliards d'euros, de l'allemand Süd-Chemie. Une transaction de 2 milliards d'euros, trop coûteuse au goût des investisseurs. L'action a perdu jusqu'à 16 %.

La Bourse sanctionne le nouvel achat de Clariant

Clariant n'a pas perdu de temps. A peine sorti du rouge, le groupe chimique suisse a dévoilé, hier, sa volonté d'acheter son concurrent allemand Süd-Chemie pour 2 milliards d'euros. La société bâloise s'est entendue pour prendre le contrôle des parts du fabricant munichois d'absorbants et de catalyseurs qui appartiennent aujourd'hui au fonds One Equity Partners (50,4 %) et à la famille des fondateurs (environ 46 %). « Nous sommes convaincus que Süd-Chemie

constitue une acquisition stratégique », affirme le patron de Clariant, Hariolf Kottmann. Süd-Chemie complète notre portefeuille avec des activités à forte croissance et moins cycliques, et nous donne un accès à de nouveaux segments attrayants de marché. » Avec un effectif de 6.500 personnes et une présence dans 40 pays, la compagnie bavaroise a réalisé l'an dernier un chiffre d'affaires de 1,2 milliard d'euros, ce qui augmentera de 22 % l'activité de Clariant.

Cette acquisition ne rassure toutefois pas les investisseurs. Le titre Clariant a chuté de plus de 16 % hier en séance. Ses actionnaires, qui n'ont pas apprécié de ne pas toucher de dividende au titre de l'année 2010, ont peur de connaître une nouvelle mésaventure après les déconvenues liées à la reprise de BTP en 2000. L'achat du groupe chimique britannique pour plus de 1 milliard de livres sterling, qui était supposé permettre à la firme helvétique de faire

une percée en tant que sous-traitant pour l'industrie pharmaceutique, s'est en effet révélé une grave erreur stratégique. L'avenir dira si l'acquisition de Süd-Chemie est une meilleure affaire mais les analystes jugent son prix bien trop élevé. Les synergies annuelles, chiffrées à 25 millions de francs par Clariant, paraissent également bien faibles.

D'autant que le groupe suisse commence seulement à se remettre de la crise économique qui l'a

durément frappé. La fermeture de 20 sites de production et le licenciement de plus de 15 % de ses effectifs, ramenés à 16.176 salariés fin décembre, lui ont permis de redevenir rentable. Le bénéfice net a atteint 191 millions de francs suisses (147 millions d'euros) l'an dernier, contre une perte de 194 millions en 2009. Le chiffre d'affaires, quant à lui, augmenté de 8 % en un an, à 7,1 milliards de francs.

FREDERIC THERIN
À MUNICH

PAPETERIE

Objets publicitaires : Bic à la peine

Chez Bic, les stylos, les briquets et les rasoirs se portent plutôt bien, et le groupe a globalement augmenté son résultat net de 37 % l'an dernier, à 207,5 millions d'euros. Mais le quatrième pilier du groupe familial, celui sur lequel il a le plus mis ces dernières années, les objets publicitaires, reste chancelant.

Les chiffres publiés hier le montrent : en 2010, les tasses, stylos (photo), tapis de souris et autres sacs frappés aux logos des clients du groupe se sont moins bien vendus qu'attendu. Le chiffre d'affaires dans ce domaine a reculé de 3,3 % sur une base comparable, alors qu'il a progressé de près de 8 % dans le reste du groupe. Et, à 9,2 % du chiffre d'affaires, la marge d'exploitation « normalisée » déglacée dans ce métier reste deux fois plus faible que celle des autres branches.

Réorganisation

« C'est vrai, dans ce métier, la croissance n'a pas été au rendez-vous », reconnaît-on chez Bic. La faute en partie au marché américain, dont le redémarrage s'avère moins rapide qu'espéré. « Mais cela s'explique sans doute aussi par le fait que nous sommes en pleine réorganisation. »

En amont, Bic a notamment effectué un grand tri parmi les fournisseurs de ces articles, chinois pour l'essentiel. Leur nombre a été réduit de moitié. En aval, le groupe a remis en ordre les usines dans lesquelles il imprime les logos sur ces produits publicitaires. Aux Etats-Unis, l'impression des stylos a ainsi été transférée vers Tampa (Floride), celle des sacs vers l'usine de Red Wing (Minnesota) et toutes les activités papier ont été centralisées à Sleepy Eye (Minnesota). En Europe, les activités ont été consolidées autour d'une plateforme logistique unique à Tarragone (Espagne).

Cette remise à plat était nécessaire, Bic devant rapprocher ses propres activités de celles des deux sociétés acquises dans ce domaine, Antalis et Norwood Promotional Products, une entreprise américaine reprise en faillite.

Mais le travail n'est pas achevé. L'usine de Janesville (Wisconsin), où sont imprimés les trophées, va ainsi être fermée en avril, et l'activité transférée vers Red Wing. « Dans les produits promotionnels, ce travail d'intégration sera encore la priorité de 2011 », indique-t-on chez Bic. Nous comptons bien en tirer les fruits. »

Dans ses autres métiers, le groupe qui réalise un chiffre d'affaires de 1,8 milliard d'euros compte continuer à gagner des parts de marché, et profiter de la croissance des pays émergents.

D. C.