

Mobile home, sweet mobile home



L'hôtellerie de plein air séduit de plus en plus de vacanciers. Dans un secteur en pleine expansion, le constructeur vendéen de résidences mobiles IRM a imposé son leadership en France avec 35 % de parts de marché. Fondateur d'une entreprise prospère, Jean Tessier cède aujourd'hui sa place. Un changement de direction et d'investisseurs pour assurer la pérennité de l'activité.



Premier constructeur français de résidences mobiles, IRM a atteint en seulement quelques années le deuxième rang européen derrière l'Anglais Willerby. Fort de ce succès et aujourd'hui âgé de 71 ans, le fondateur d'Idéale Résidence Mobile Jean Tessier lève le camp pour une retraite bien méritée. Une passion de pouvoir accompagnée d'un changement de capital. En janvier dernier, la société de gestion de portefeuilles Asa Private Equity rachète 73 % des parts et ses dirigeants acquièrent 17 % à travers un LMBO (leverage management buy out). Les 10 % restants demeurant aux

maines de partenaires financiers régionaux (Océan Participation, Synergie France, Ouest Croissance et CIO-Financière Ar Men). Une nouvelle configuration qui devrait ouvrir des "perspectives de croissance prometteuses", selon son repreneur, "avec notamment une pénétration des marchés étrangers". La clientèle étrangère représente actuellement 25 % du chiffre d'affaires d'IRM; ses quatre usines lui permettant de rayonner tant sur la France que sur l'Europe.

Du tourisme tout confort

Le mobile-home apparaît en Angleterre en 1945, pour reloger la population atteinte par les bombardements allemands. De la "boîte à sucre" des années 1990 à la "villa mobile" en 2004, IRM va participer en France au considérable essor de l'hôtellerie de plein air avec ses versions locatives et résidentielles. Celles-ci offrant aux particuliers une maison secondaire, véritable alternative économique à la construction. Avec plus de 1 000 clients professionnels, le marché du locatif tient une part

importante (85 %) de l'activité d'IRM. "Le mobile-home a vraiment révolutionné le tourisme de plein air car le vacancier n'a plus envie de tirer une caravane sur 800 kilomètres", analyse le nouveau dirigeant Patrick Mahé. Le secteur économique du camping français s'est ainsi progressivement métamorphosé, combinant logement en mobile-home et loisirs. Mais la société doit rester vigilante et actualiser ses prestations pour conserver sa clientèle. "Le marché n'est pas saturé, il reste encore de la place sur les terrains", ajoute-t-il. Les campings et tour-opérateurs renouvellent leurs parcs environ tous les six ans et "il faut leur donner envie de changer de produits pour qu'eux aussi conservent leur clientèle". Mais si le président expose une vision positive du secteur, l'euphorie des dernières années est passée. "Les taux de progression deviennent conformes à un marché plus mature", explique-t-il.



INTERVIEW DE PATRICK MAHE, PRESIDENT D'IRM

Vous avez été les premiers à fabriquer des mobile-homes en France, avez-vous aujourd'hui des concurrents ?

Patrick Mahé : Beaucoup trop ! Les Anglais, à l'origine du développement de la résidence mobile, exportent peu, se consacrant principalement à leur marché. Ils ont ainsi laissé place à d'autres intervenants. Aujourd'hui nous comptons une demi-douzaine de compétiteurs significatifs. Mais il faut savoir que le numéro 2 sur le marché ne commercialise quelque 3 000 MH (mobile-homes), soit un peu moins de la moitié de notre production.

Quels sont les nouveaux produits ?

P.M. Le millésime 2005 sortira en juillet et nous voulons garder l'effet de surprise. Mais pour ne pas tout vous cacher, nous allons faire évoluer nos produits, relifter nos gammes, du plus petit mobile-home (4,5 mètres de long) au plus grand (11 m). Une évolution visible qui reste dans le respect de notre positionnement qualité / prix.

La demande a-t-elle évolué ?

P.M. Les prestations recherchées vont plutôt à la hausse. Les particuliers veulent se rapprocher de leur habitation principale en termes de confort (isolation, chauffage, électroménager...) et s'orientent vers de grandes surfaces. Des normes françaises et européennes limitent quoiqu'il en soit à 40 mètres carré la taille maximum de ce type d'habitation. Il faut d'ailleurs souligner que la résidence mobile n'a pas d'autre

Mobile caméléon

Fruit d'une équipe de concepteurs, décorateurs et architectes, IRM propose un vaste choix de résidences mobiles : 33 versions locatives et 13 résidentielles. Les modèles 2004 bénéficient des dernières innovations techniques : châssis 100 % acier, tissus intérieurs traités anti-tâches et anti-moisissures, nombreux rangements et équipe-

objectif que d'être établie sur un terrain de loisirs. Il n'est pas autorisé de s'installer sur une parcelle privée. En ce qui concerne les professionnels, nous avons enfin la capacité industrielle pour développer des produits sur-mesure.

Le rachat par Axa Private Equity a-t-il entraîné un changement ?

P.M. Oui. Notre nouvel actionnaire a des ambitions toutes neuves, notamment une prise de parts de marché plus agressive sur l'étranger, qui pourrait se traduire à l'avenir par une croissance externe et des acquisitions.

Quels sont les objectifs pour 2004 ?

P.M. Nous avons vendu 7 200 mobile-homes en 2003 (sur un marché total de 20 000 MH/an) et prévoyons d'atteindre 8 000 à la fin de cet exercice. Soit un chiffre d'affaires de 100 millions d'euros, contre 89 millions l'an passé. Au terme du premier semestre 2003/2004, 95 % de notre portefeuille de commandes est d'ailleurs déjà réalisé. Sur le plus long terme, nous pensons commercialiser 10 000 MH à périmètre constant, d'ici 2006.

Allez-vous alors accroître votre capacité de production en ouvrant d'autres usines, en France ou à l'étranger ?

P.M. Nous avions le projet d'un cinquième site de production à Béziers, mais fin 2003, le permis de construire a été refusé pour cause d'inondabilité... Nous savons que nous avons géographiquement dans cette zone une capacité de production insuffisante, d'autant que le marché du sud de l'Europe est particulièrement prometteur en terme de développement. Nous allons donc pour l'instant investir davantage sur le site de Beaucaire, pour accroître sa capacité de 50 %. En ce qui concerne l'étranger, c'est encore prématuré, mais nous restons attentifs à ce sujet.

ments... Et bien loin de la caisse en aluminium de l'après-guerre, l'entreprise française s'est attachée à l'intégration de ses produits dans l'environnement, avec notamment six Super Mercure régionaux : des mobile-homes qui s'intègrent, tant en matière d'architecture que de coloris, aux régions de France : " Bretagne ", " Vendée ", " Basque ", " Provence ", " Alpes/Normandie " et " Sud Ouest ".

Une histoire d'hommes

Importateur et négociant de mobile-homes anglais, Jean Tessier décide, à l'âge où d'autres prennent leur retraite, d'importer en France son savoir-faire. En 1992, il se lance à l'assaut du marché hexagonal en créant à Luçon IRM, la première société de l'hexagone à fabriquer des résidences de plein air. Implanté en Vendée, région où le camping se généralise, il observe dès le début de son activité une importante croissance et s'impose rapidement sur l'ensemble du territoire. Pour assurer son fort développement et faire rentrer des capitaux, le dirigeant fait appel en 1994 à Patrick Mahé, alors directeur d'Océan Participation, une société de capital investissements, filiale du groupe Crédit Mutuel. En 1998, l'entreprise prospère et poursuit son essor en se rapprochant de la clientèle du sud de la France avec une nouvelle usine à Beaucaire, dans le Gard. La même année, un quatrième site de production à Lesquin lui permet de s'ouvrir à l'export vers l'Europe du Nord, principalement en Hollande, Belgique et Angleterre.

Pendant cinq ans, le financier conseille ainsi Jean Tessier qui, en 1999, pense à sa transmission. " Je lui ai conseillé de faire appel à des financiers ", explique Patrick Mahé. Le fonds capital-investissement 3i rentre alors dans le capital et Jean Tessier reste minoritaire avec 30 % des parts. Mais, alors que l'entreprise était en constante progression depuis sa création, l'exercice 2000/2001 s'avère catastrophique. En juillet 2001, 3i se sépare de l'équipe dirigeante mise en place deux ans plus tôt. Devant réagir rapidement, elle demande à Jean Tessier de reprendre la tête de l'entreprise. Le fondateur propose à Patrick Mahé, qu'il connaît depuis longtemps, le poste de directeur général. Pendant deux ans, les deux hommes co-gèrent l'entreprise et dès l'année suivante, l'activité redémarre avec une croissance de 30 %. La succession est ainsi assurée et le 15 janvier 2004, Jean Tessier cède ses fonctions à l'ancien financier. Une passation de pouvoir qui s'accompagne d'un changement d'actionariat. Après cinq ans au capital, 3i cède sa participation à Axa Private Equity, filiale de l'assureur Axa.

Carine Martinez