

Lavazza rafle Carte noire

L'italien Lavazza a finalement mis la main sur le leader français du café, Carte noire. Une étape importante dans la stratégie de développement international du septième torréfacteur mondial.

Cette fois, c'est fait ! Lavazza, 7^e torréfacteur mondial avec un chiffre d'affaires de 1,3 milliard d'euros en 2014, devrait racheter à l'américain Mondelez la marque de café Carte noire pour près de 800 millions d'euros. C'est le clap de fin d'un scénario à moult rebondissements. Après l'annonce de la fusion entre DEMB (Douwe Egberts Master Blenders) et Mondelez, en mai 2014, Bruxelles, inquiet de la position dominante de l'entité, avait apposé son veto. Une première proposition, visant à céder à Lavazza les marques Grand'Mère et L'Or pour 600 M€, avait été rejetée par l'Autorité de la concurrence, qui s'était finalement laissé convaincre par un autre scénario, la vente de Carte noire.

Sur le fil

Début juillet, nouveau coup de théâtre ! Lavazza annonce alors qu'il renonce à son droit d'exclusivité de un mois pour racheter Carte noire à un Mondelez qui en réclamait plus de 1 Mrd€. Mais c'était pour mieux revenir dans la course face à des fonds comme BC Partners ou Cinven. L'italien a fini par emporter la mise pour un périmètre des actifs qui comprendrait le café torréfié et moulu, les filtres papier et les capsules compatibles avec les machines

« Dans l'acquisition par Lavazza, société familiale, de Carte Noire, qui appartenait à une multinationale, les notions de temps et de risque devront être revalidées dans les processus d'intégration. »

Frédéric L'Héréec, directeur associé de Hay Group



Giuseppe Lavazza, vice-président de Lavazza, entend bien protéger le leadership de Carte noire et adapter la position de Lavazza par rapport à celle du numéro un.

24%

La part de marché de Lavazza-Carte noire sur le marché français du café, ce qui placerait l'Hexagone comme le deuxième marché du groupe italien, après l'Italie

Source: Lavazza

Nespresso. Sont exclus le café instantané, les T-Discs et les activités de la gamme professionnelle. L'acquisition comprend le site de Lavérune (34), qui produit 26 000 tonnes de café Carte noire, sur les 50 000 sortant chaque année de l'usine. Ce rachat valide ainsi la fusion entre Mondelez et DEMB annoncée en mai 2014, finalement acceptée par l'Autorité de la concurrence, et effective depuis le 1^{er} juillet 2015, sous réserve de cette cession.

Pour Lavazza, c'est l'opportunité d'entrer sur les capsules compatibles Nespresso d'où il était absent, et de devenir un acteur majeur en France, où sa part de marché n'était que d'environ 4 % avec un chiffre d'affaires de 150 M€. Carte noire est aujourd'hui leader du café dans l'Hexagone, avec 20 % du marché

français, et la dixième marque mondiale de café, avec 1,3 % du marché de détail. Il aura face à lui Nestlé et dans le retail JDE, la nouvelle entité issue de la fusion, représentant un chiffre d'affaires total de 5 Mrds€.

Faire fi de la concurrence

« Si l'acquisition se confirme, notre priorité sera de protéger le leadership de Carte noire [...] et d'adapter la position de Lavazza par rapport à celle du leader. L'objectif serait d'atteindre 400 M€ d'ici à cinq ans avec les deux marques », avait indiqué à LSA, en avril (n° 2363), son vice-président Giuseppe Lavazza, dont l'ambition est de monter en puissance à l'international, notamment par de la croissance externe. « Lavazza était une cible sur le marché, car la marque est très connue et ses produits sont qualitatifs. Au plan mondial, elle affronte une énorme concurrence, y compris sur les capsules où Carte noire fait face à un Nestlé qui est une énorme machine financière », souligne Isabelle Saladin, présidente de la société I&S Adviser. En France, cela ne va rien changer, estime François-Pierre Martin, directeur général d'UCC France, gros faiseur de MDD dans le café. « Il y avait trois poids lourds avant, et il y en a toujours trois. Ce qui est intéressant, c'est que Lavazza est le cœur de métier dont le café est le cœur de métier avec une vraie histoire et une réputation. » Reste à savoir si les processus et pratiques des deux organisations sont compatibles et quelles synergies pourront être mises en œuvre à partir de leurs savoir-faire respectifs. ■

SYLVIE LAVABRE