

Atalian à pas de géant

Publié le 23/11/2016 à 09:00



Franck Julien, PDG d'Atalian: «La vraie révolution du métier est encore à venir avec le numérique.» Crédits photo : Atalian

En vingt-cinq ans, l'entreprise de nettoyage et de services a grandi au rythme de douze acquisitions par an. Elle aborde maintenant sa révolution numérique.

Et trois nouvelles acquisitions, conclues début octobre. En Asie, cette fois: en Birmanie, au Cambodge et au Vietnam. C'est presque la routine pour Franck Julien. «En vingt ans, souligne le PDG d'Atalian Holding, nous avons acheté plus de 250 entreprises dans le monde.» Soit un rythme soutenu d'une douzaine d'acquisitions par an. Il n'en fallait pas moins pour transformer une PME de nettoyage en un groupe international de services aux entreprises et aux collectivités: propreté, entretien d'espaces verts, sécurité et surveillance, gestion de l'énergie, accueil, événementiel, assistance aéroportuaire... Atalian emploie aujourd'hui 90.000 personnes dans 27 pays. Il devrait réaliser cette année un chiffre d'affaires de 1,8 milliard d'euros (dont 650 millions d'euros hors de France), contre 45 millions lorsque Franck Julien a pris les commandes en 1996. Il avait alors 26 ans. Atalian Global Services s'appelait encore TFN-La Rayonnante. Une autre époque...

Son grand-père, Paul Julien, a créé en 1944 Technique française du nettoyage (TFN) et La Rayonnante. Son fils et son beau-fils lui ont succédé, l'un prenant TFN, l'autre La Rayonnante. La première s'est développée en région parisienne, dans l'Est et en Rhône-Alpes ; la seconde, en Provence-Alpes-Côte d'Azur. En 1992, les deux branches

familiales finissent par se retrouver lorsque TFN rachète La Rayonnante. Franck Julien rejoint l'entreprise comme chef d'établissement et fait ses classes. «J'avais le nom, je devais me faire un prénom», dit-il. En 1996, il est prêt à succéder à son père lorsque celui-ci prend sa retraite.

«Depuis vingt-cinq ans, nous baissons les prix et nous améliorons la productivité. Mais nous arrivons à la limite de la dégradation de la prestation»

Franck Julien

Le nouveau patron sera celui d'une profonde mutation de la maison. Si l'entreprise a déjà des clients de poids comme Airbus, Franck Julien estime qu'elle doit changer de dimension. D'une part, la société va élargir sa palette à tous les services que ses clients veulent externaliser afin de leur offrir un «guichet unique». D'autre part, il s'agit de les suivre partout où ils s'implantent. Franck Julien s'engage alors dans un marathon d'acquisitions en France comme à l'étranger. C'est d'ailleurs une stratégie de croissance analogue qu'adopteront des concurrents comme GSF, Onet ou Samsic.

Pour Franck Julien, le tournant majeur est l'acquisition, coup sur coup, en 2009, d'Eurogem, filiale d'Icade (Caisse des dépôts), et de [Veolia Propreté Nettoyage et Multiservices](http://www.lefigaro.fr/societes/2009/06/24/04015-20090624ARTFIG00359-veolia-negocie-la-cession-de-vpnm-.php) (<http://www.lefigaro.fr/societes/2009/06/24/04015-20090624ARTFIG00359-veolia-negocie-la-cession-de-vpnm-.php>), filiale du groupe alors dirigé par Henri Proglio. Avec cette double opération, l'entreprise passe de 500 à 970 millions d'euros de chiffre d'affaires. À cette occasion, Franck Julien décide de la rebaptiser. «TFN était très connotée "nettoyage"», explique-t-il. Ce sera donc Atalian, un nom forgé de toutes pièces après deux heures de remuement avec son épouse, Sophie Pécriaux-Julien. L'expansion à l'étranger a débuté dès 2000 par l'Europe centrale puis l'Asie.


«Un marché génial»

En janvier 2016, Atalian prend pied aux États-Unis avec l'acquisition de Temco-Euroclean. Un nouveau monde mais pas si dépayçant que cela. «Temco est une belle entreprise familiale de 92 ans d'âge, implantée dans les écoles de l'État de New York avec des contrats de long terme.» Il découvre surtout une nouvelle terre de conquête. «C'est un marché génial, encore peu concentré et où il y a beaucoup à faire», dit-il.

Pour financer cette croissance, Franck Julien a d'abord pu compter sur la trésorerie dégagée par l'activité et le crédit bancaire. Avec la crise financière, les banques se sont montrées plus mesurées. Atalian a cherché une solution plus souple: ce sera, en 2013 et 2016, deux émissions obligataires, l'une de 250 millions d'euros, l'autre de 150 millions.

«Pourtant, depuis vingt-cinq ans, constate Franck Julien, rien n'a vraiment changé. Nous baissions les prix et nous améliorons la productivité. Mais nous arrivons à la limite de la dégradation de la prestation. La vraie révolution du métier est encore à venir avec le numérique.» Déjà, la filiale Ergelis a développé des outils de gestion technique des bâtiments. Au sein du groupe, une cellule innovation est à l'œuvre: l'idée directrice est d'exploiter les données disponibles pour mettre en place une maintenance prédictive et optimiser l'organisation du travail. «Par exemple, explique-t-il, si on sait qu'une salle de réunion n'a pas été utilisée, elle pourra être retirée du planning des équipes de nettoyage. L'objectif est d'améliorer la marge sans sacrifier la qualité du service client.»

Pour Aéroports de Paris (<http://plus.lefigaro.fr/tag/aeroports-de-paris>), Atalian a bien mis en service une autolaveuse. Mais, comme le souligne Franck Julien, «le robot qui remplacera la femme de ménage n'est pas encore né».

 Bruno Jacquot