

Cession

Dans un rachat de clientèle, qui est le grand gagnant ?

Devant l'absence de repreneur pour sa pharmacie, la cession de clientèle est souvent la dernière option qui s'offre au cédant pour ne pas partir « sans rien ». Un rachat de clientèle qui, dans le cadre d'une petite pharmacie, peut avoir encore plus de sens pour l'acquéreur.

L'achat et le regroupement de deux officines est une double opération qui peut être réalisée en deux temps plus ou moins rapprochés. C'est surtout une solution d'avenir pour les vendeurs et les acheteurs. En effet, dans un contexte difficile, les petites pharmacies peinant à trouver un acquéreur, leurs titulaires sortiront de cette impasse en vendant leur clientèle à une ou plusieurs officines environnantes. Le rachat de clientèle est aussi un outil de croissance externe. « Le fait d'acheter une petite pharmacie puis de la regrouper avec une autre crée un effet de levier sur la valeur de l'officine car son chiffre d'affaires devient plus important », explique Joffrey Blondel, directeur de la gestion officinale chez CERP Rouen, groupe Astera.

Autre avantage : « Le risque financier devenant moins important après regroupement, la banque sera plus disposée à financer l'opération d'acquisition d'un fonds/regroupement de

deux petites officines plutôt que l'acquisition d'une seule », poursuit-il.

Une indemnisation fortement valorisée

Prenons l'exemple d'une commune de 2 800 habitants comptant deux officines. Le titulaire d'une pharmacie A de 1 400 k€ de chiffre d'affaires (CA) emploie un adjoint qui envisage de la reprendre et une pharmacie B de 800 k€ de CA est tenue par un titulaire souhaitant partir à la retraite. Joël Lecœur, expert-comptable, président du groupement CGP, a analysé la faisabilité financière de ce regroupement. En dehors du coût d'acquisition de la pharmacie A, l'adjoint repreneur indemniserait le titulaire de la pharmacie B à hauteur de 333,2 k€. « Ce montant a été déterminé à partir du bilan selon une approche économique de la valeur du fonds de commerce, soit le prix en multiple de l'excédent brut d'exploitation (EBE) retraité de la rémunération normative du titulaire », précise-t-il. Les frais inhérents au regroupement

(étude géomarketing, travaux d'aménagement, coût du licenciement d'un adjoint à temps partiel et de résiliation des contrats, honoraires juridiques, droits d'enregistrement, etc.) se montent à 122 k€, soit un montant à financer de 455,2 k€ (333,2 + 122). La durée du financement sera fonction des encours restants et des CA et marges brutes attendus, tandis que l'annuité de remboursement dépendra de la durée du prêt (68,5 k€ sur sept ans, 48 k€ sur dix ans ou 41 k€ sur douze ans).

La pharmacie A table sur un report de la clientèle de la pharmacie B représentant un CA supplémentaire de 500 k€. L'économie d'échelle liée à cette opération de regroupement va jouer pleinement son rôle. « Le revenu disponible de l'officine A après remboursement de l'emprunt passe de 78 k€ à 110 k€, soit une augmentation de 41 % », fait remarquer Joël Lecœur. Boostée par cet apport de CA supplémentaire, la valeur économique « post-regroupement » de la pharmacie A représente un montant correspondant à 82,67 % du CA contre 72,86 % sans rachat de clientèle. Dans cette opération, les 500 k€ de CA récupérés de la pharmacie B sont valorisés à 550 k€ (différence entre la valeur économique en euros de la pharmacie A sans regroupement et celle après regroupement), soit 110 %. Ⓞ

FRANÇOIS POUZAUD