



Frédéric Assouline

est le co-fondateur de Spin-Off & Co. L'OBO et le spin-off n'ont plus de secret pour cet ex-directeur d'Ernst & Young.

“

A partir de 40 ans, beaucoup de managers de qualité sont sur un siège éjectable et réfléchissent à la reprise d'une entreprise avec l'aide de financiers.

”

SPIN-OFF & CO CIBLE LES CANDIDATS À L'OBO

Co-fondé en 2004 par Daniel Colé, un ex-publicitaire, et Frédéric Assouline, un ex-directeur fusion-acquisition du département Corporate Finance d'Ernst & Young, Spin-Off & CO cible deux marchés : celui de l'externalisation de filiales et branches de groupes et celui des managers actionnaires candidats à l'OBO.

Frédéric Assouline, Spin-Off & Co
" Les managers doivent travailler à crédibiliser leur offre "

POUR QUI TRAVAILLEZ-VOUS ?

Nous intervenons principalement pour le compte de groupes, notamment dans les secteurs de la presse et de la communication, qui ont des problématiques de redéploiement d'activités. Ils doivent se séparer de filiales ou de branches et nous sommes à leurs côtés pour optimiser la cession de ces actifs à taille humaine. Nos autres clients sont les actionnaires managers qui sont tentés par un OBO ou les cadres dirigeants de grands groupes qui veulent voler de leurs propres ailes.

COMMENT RÉAGISSENT LES MANAGERS CONFRONTÉS À L'EXTERNALISATION DE LEUR ACTIVITÉ ?

Ce sont des managers en poste qui n'avaient pas pensé à ce scénario et qui vont devenir partie intégrante de l'opération. L'actif vendu est indissociable du manager et il faut donc préparer ce dernier à travailler avec le nouveau repreneur, voire à monter un projet de spin-off s'il s'en sent capable.

QUEL RÔLE JOUEZ-VOUS DANS LE SCÉNARIO D'UNE VENTE EN DEUX FOIS ?

Nous intervenons tout d'abord sur le plan de l'ingénierie patrimoniale. Ensuite, on les aide à définir leur projet industriel et à associer les principaux managers au capital du groupe. Enfin, on les rassure sur le montage de la dette en leur expliquant qu'elle n'obérerait pas la capacité de développement de leur entreprise.

UN MANAGER PEUT-IL ESPÉRER L'EMPORTER FACE À UN ACHETEUR INDUSTRIEL ?

Oui, à condition de travailler sur sa crédibilité et de savoir se différencier. Il doit pouvoir démontrer qu'il peut se mobiliser très rapidement et qu'il a une force de frappe financière.