

Bucéphale Finance, Petite boutique au service des grands

De même qu'Alexandre le Grand et son cheval Bucéphale multiplièrent les conquêtes, les fondateurs de la boutique de conseil Bucéphale Finance (BF) avancent en ordre de bataille (cf. encadré). Depuis sa création, en avril 2004, celle-ci a accroché huit opérations à son tableau de chasse. Et non des moindres. L'an passé, elle a conseillé la CNCE sur la constitution de Natixis (25 MdEuro(s)), tout en accompagnant notamment le groupe de spiritueux coté Belvédère pour la reprise de Marie Brizard (400 MEuro(s)). De quoi figurer dans le classement M & A 2006 établi par Capital Finance, avec 35,9 MdEuro(s). Cette année, trois missions de cession lui ont été confiées, notamment par les principaux clients corporate de 2006. La structure épaula ainsi CNCE dans le cadre de son alliance avec le promoteur immobilier Nexity.

« Obtenir du repeat business et plusieurs mandats de vente témoigne de la confiance de clients, qui considèrent que nous avons la compétence et la capacité d'exécuter des transactions critiques », souligne l'associé Olivier Dardel. Et sur de tels deals, BF ne se contente pas d'un strapontin : « Nous jouons un rôle moteur et nous avons porté sur les fonts baptismaux les deals Galeries Lafayette- BNP Paribas, en 2005, Natixis, en 2006, et CNCE-Nexity, cette année », poursuit l'associé et président, Jean-Marc Forneri. Dans ce cadre, les onze professionnels mettent parfois dans la boucle d'autres banquiers-conseils. Car, à ce jour, la moitié des missions s'exécute en co-mandat. « C'est souvent le cas sur des transactions dépassant le milliard d'euros. En outre, comme nous n'avons pas le statut de banque, nos clients font appel à une banque présentatrice lors d'opérations de marché », précise l'associé Luc Demarre. Au fond, ce qui compte pour BF, c'est d'agir comme « trusted adviser ». Elle n'entend pas nécessairement se positionner davantage auprès des fonds - qui représentent 20 % de ses clients -, sauf à avoir un « angle », comme sur la reprise de Geoservices, où elle assistait Astorg, en 2005. Elle préfère jouer la carte des « wealthy individuals » (20 % de sa clientèle), avec lesquels elle tisse de vrais liens, et avec des industriels (60 %), pour créer un deal-flow récurrent. Ce souci de pérennité se retrouve aussi dans l'ouverture à l'international. BF a déjà noué des partenariats au Maghreb. Aux Etats-Unis, au Royaume-Uni et en Allemagne, elle travaille avec « son grand frère » Greenhill. Mais les discussions menées avec ce dernier sur un rapprochement capitalistique - et qui avaient notamment entraîné le départ de l'associé, Laurent Vieillevigne, en début d'année - ne sont plus d'actualité. Pour autant, la boutique n'exclut aucune option. Dans un marché du M & A en haut de cycle, elle réfléchit au meilleur moyen de pérenniser l'activité, que ce soit en ajoutant de nouveaux métiers - comme la gestion d'actifs ou de fonds de créances - ou en s'associant à d'autres structures. « Pour bénéficier d'un business model diversifié autour d'une cinquantaine de professionnels d'ici cinq ans », conclut Jean-Marc Forneri.

Un trio d'associés en selle

Les trois associés-fondateurs Jean-Marc Forneri (48 ans, IEP-Paris, Ena, maîtrise droit, avocat), Luc Demarre (41 ans, maîtrise gestion, DESS finance Paris-Dauphine) et Olivier Dardel (39 ans, Descafé, MBA London Business School) travaillaient déjà ensemble chez CSFB. Ils sont entourés du directeur Bruno Roche (48 ans, IEP Paris,

maîtrise droit), de l'associé Sébastien Caillé (32 ans, IEP-Paris, DESS finance Paris-Sorbonne) et des trois analystes David Orban (27 ans, maîtrise sciences de gestion, DESS affaires internationales Paris-Dauphine), Julien Jobard (24 ans, ESC Nice, Mastère ESCP-EAP) et Florent Monod (24 ans, ESCP-EAP)