

# ALTRAD AU CŒUR DE LA MÊLÉE

Depuis qu'il est devenu président de Montpellier en 2011, Mohed Altrad n'a cessé d'investir dans le rugby, en France comme à l'étranger. Jusqu'à son coup d'éclat cette année, où son groupe est devenu partenaire des All Blacks.

## AURÉLIEN BOUISSET

S'ils s'apprêtent à se livrer un duel dimanche à Bordeaux, Français et Géorgiens ne se sont plus croisés sur un terrain de rugby depuis leur unique rencontre, lors de la Coupe du monde 2007 (64-7, à Marseille, en phase de poules). Mais les Bleus et les Lelos ont partagé un point commun en 2017 : ils arboraient cette année-là le même sponsor sur leur maillot national, «Altrad», sur le ventre pour les premiers, dans le dos pour les seconds. C'est un raccourci spatio-temporel pratique, mais qui donne un indice sur l'investissement économique de Mohed Altrad, le président du groupe (que nous avons sollicité, mais qui n'a pu nous répondre), depuis qu'il s'est installé dans le rugby en 2011, en acquérant 50,26 % des parts du club de Montpellier et en y injectant 2,4 millions d'euros pour en combler le déficit.

Altrad réalisait là une ambition contrariée de la fin des années 1990, quand il était partenaire de Béziers, apparaissant notamment sur le maillot du club 11 fois champion de France en 1998. «C'était le plus gros sponsor, se souvient Richard Astre, qui y entraînait alors. Le rugby lui avait plu, le contexte aussi, puisque sa société n'était pas loin, à Florensac. On était encore dans un rugby associatif, avec un comité directeur, qu'il a souhaité intégrer. Mais, pour des raisons locales, sa candidature avait été rejetée. J'imagine qu'il avait l'ambition légitime de diriger le club.»

**“On était attirés (...) C'était un gars mystérieux qui s'était fait tout seul, en s'entourant de fidèles. Ça me plaisait”**

BERNARD ARCHILLA,  
ANCIEN PRÉSIDENT DU RC NARBONNE

Ce qu'il est parvenu à faire treize ans plus tard, laps de temps où il a disparu des radars de l'Ovalie, et toujours dans l'Hérault, mais au MHR. S'il y a approfondi ses investissements, notamment avec le naming du stade Yves-du-Manoir de 2014 à 2018 pour quelque trois millions d'euros, il a très vite élargi ses horizons. Et son premier vivier aura été les clubs de Pro D2 voisins, comme Narbonne, ou plus éloignés, comme Colomiers ou Montauban, qui l'ont souvent sollicité. «On était attirés par le personnage, se souvient Bernard Archilla, qui dirigeait alors le RCNM. C'était un gars mystérieux et qui s'était fait tout seul, en s'entourant de fidèles qui avaient fait la guerre avec lui. Ça me plaisait.» Cette même aura, née de l'histoire personnelle d'Altrad, qui raconte être né dans le désert syrien, avait aussi marqué Alain Carré, dirigeant de Colomiers, qui avait établi un premier contact avec lui pour le faire parler devant ses partenaires. Avant de nouer un

partenariat de deux ans, pour 200 000 euros, en 2016. «C'était pour de la panneautique, et il a toujours été réglo, précise-t-il. Colomiers l'intéressait parce que 60 % de mes partenaires étaient dans le bâtiment, essentiel pour son groupe.»

Quand Altrad investit dans le rugby, c'est qu'il y voit aussi un possible intérêt pour ses affaires. «Quand on l'a sollicité, il m'a demandé : "Qu'est-ce que ça me rapporte ? Il n'y a aucune visibilité !" Il nous prenait pour une ville has been», se souvient Archilla, qui avait malgré tout obtenu dans les 50 000 euros de sponsoring pour une année.

## Une expansion économique qui l'amène au Graal du monde du rugby

C'est après le milieu des années 2010 que les investissements d'Altrad ont évolué dans leur échelle et leur nature. Au moment même où son groupe changeait de dimension et de cœur de métier. Des acquisitions en 2015 (Hertel), 2016 (Prezioso) et 2017 (Cape) ont fait exploser son chiffre d'affaires et fait basculer le groupe vers les services à l'industrie, un peu plus loin de l'univers des échafaudages qui avait fait sa première fortune.

Plus solide économiquement, le Groupe Altrad est alors sollicité partout dans le monde, Claude Atcher citant notamment, dans une interview au Figaro, les appels des Fédérations galloise et écossaise. De son côté, il prospecte alors en Angleterre, à Gloucester, en y cherchant de la visibilité. Il se rapproche aussi du Six Nations pour succéder à RBS, en 2017, comme sponsor titre du Tournoi, dont le boss, John Feehan, espérait tirer 113 millions d'euros sur six ans.

Malgré ces deux échecs et d'autres investissements plus atypiques, comme au Grey College, en Afrique du Sud (voir par ailleurs), Altrad a réussi ensuite ses deux coups de maître. Le maillot des Bleus et le partenariat avec le FFR, à partir de 2017, d'abord. Et cette année, le coup d'éclat ultime, le maillot des All Blacks, où son nom apparaîtra à partir de 2022.

«Dans cette démarche, de Montpellier aux Blacks, on peut voir une logique, discernent Thibault Lachacinski et Maxime Vigneron, avocats au cabinet Nfalaw, spécialistes des marques. Son groupe, leader mondial, est allé progressivement vers l'équipe la plus emblématique de son sport. Ce partenariat place un statut. C'est une super pub et un énorme coup, puisqu'il va profiter de la Coupe du monde 2023 dont les retombées seront fortes. Il va toucher un public invraisemblable.» Le duo d'avocats note aussi que dans sa communication, Altrad insiste sur le fait que le rugby correspond aux valeurs de son groupe, aux notions d'équipe, etc. Il n'est jamais loin non plus de ses intérêts économiques. **FE**

# 2,6

**En milliards d'euros, le chiffre d'affaires réalisé en 2020 par le Groupe Altrad, qui employait 36 000 personnes. En 2011, année de l'entrée au capital du MHR, le chiffre d'affaires du groupe était de 494 millions d'euros (pour 3 919 employés).**

## chiffres Dix fois plus riche en dix ans

Évolution en milliards d'euros de la fortune personnelle de Mohed Altrad depuis son entrée au capital du Montpellier Hérault Rugby, selon le magazine *Challenges* (entre parenthèses, M. Altrad au classement des plus grosses fortunes de France).

