Analyse financière

Souscription du 13 au 20 mai 2015 inclus

Evaluateur de la société
Conseil et Coordinateur
Global de l'Opération

Attijari Finances
Tunisie

Intermédiaire en Bourse
introducteur
& Chef de file

التجاري للوساطة
Attijari Intermédiation

Membre
du syndicat
de placement

MAC SA

Réseau
de placement

التجاري بنك
Attijari bank

Visa N°15/0903 du 27 avril 2015 du Conseil du Marché Financier donné en application de l'article 2 de la loin° 94-117 du 14 novembre 1994.

UADH
UNIVERSAL AUTO DISTRIBUTORS HOLDING

Sommaire

5 Executive summary

6 **I. Equity Story**

6 1 - La restructuration juridique et financière du Groupe Loukil… une nouvelle dynamique

8 2 - UADH… La naissance d'un opérateur intégré

9 **II. Activité de UADH**

9 1 - Un repositionnement stratégique réussi bâti autour de leviers de croissance solides

11 2 - L'industrie des filtres… un créneau porteur

12 3 - Des résultats probants et des indicateurs financiers encourageants …

13 **III. Perspectives d'avenir de UADH**

16 **IV. Valorisation UADH**

19 **V. Structure de l'Offre**

Executive Summary

Argumentaire d'investissement

Principaux indicateurs

Prix d'introduction	6,500 DT
Capitalisation (MDT) après IPO	240
Flottant	33,31%
VE/EBITDA 2014e	7,4x
P/E 2014e	12,7x

Principaux indicateurs

Nombre de titres avant augmentation	30 800 000
Principaux actionnaires	LIG à 99%
Montant de l'opération	80 MDT
Date de jouissance	1er janvier 2014
Date de souscription	Du 13 au 20 mai 2015

Source : Prospectus UADH

• Le Groupe Loukil est présent sur le secteur de la distribution automobile depuis 1993 sous la marque Mazda. Le Groupe a acquis de l'expérience au fil des années et a accentué son développement avec l'acquisition de la concession de la marque Citroën en 2005.

• Le rachat de Citroën a permis au Groupe de se démarquer comme un des acteurs les plus dynamiques sur le marché. Cette dynamique s'est matérialisée par une extension du réseau de distribution et l'élargissement de la gamme de produits particulièrement après la Révolution. La marque Citroën se positionne, aujourd'hui, comme leader des ventes de véhicules légers sur le marché tunisien avec une PDM de 10,6% à fin 2014. Citroën a confirmé son positionnement de leader à fin mars 2015, avec une PDM de 11,6%.

• Conscient des différentes opportunités créées sur le marché automobile, le Groupe a adopté une stratégie expansionniste avec l'acquisition de GIF FILTER en 2013. L'arrivée de GIF dans le giron du Groupe Loukil marque le passage d'un statut de « concessionnaire automobile » vers celui d' «opérateur automobile intégré».

• Le Groupe s'est positionné récemment sur le segment des véhicules industriels après l'acquisition de RENAULT TRUCKS auprès de l'Etat. Cette acquisition vient enrichir le mix produits du Groupe et lui conférer un avantage concurrentiel intéressant par rapport aux opérateurs du marché via notamment les fortes synergies à activer.

• La maturité économique qu'a atteint le pôle et les perspectives ambitieuses associées ont amené la famille Loukil à initier un plan de restructuration juridique et financière depuis 2013. Cette restructuration a permis la création d'UADH Holding spécialisée dans l'auto sous la dénomination de Universal Auto Distributors Holding (UADH).

• Dans le sillage de l'opération de restructuration, UADH s'est dotée d'un plan de développement solide visant à élargir son réseau de distribution, à consolider son mix produits et continuer le programme d'investissement de GIF Filter. Ceci devrait conférer à la holding une croissance de ses revenus d'un TCAM (14-19) de 8,3% au moins.

• UADH se présente, aujourd'hui, comme une excellente opportunité de placement offrant un prix attractif de 6,5DT par action déterminé sur la base d'un business plan réaliste et conservateur avec un bon niveau de P/E de 12,7x et VE/EBITDA de 7,4x en 2014.

I. Equity Story

1- La restructuration juridique et financière du Groupe Loukil… facteur clé du plan de développement

Le Groupe Loukil a vu ses premières activités naître en 1976. Depuis cette date, le Groupe a entamé une démarché extensive par la création de 34 sociétés et l'extension de son activité à différents secteurs.

A l'image de la majorité des groupes familiaux en Tunisie, le Groupe Loukil s'est développé au gré des opportunités sans prioriser la clarté de son schéma actionnarial.

Le schéma juridique du Groupe présentait des limitations quant à la bonne organisation du champ d'activité avec des participations entre filiales de secteurs stratégiquement disjoints.

De même, certaines filiales dans la distribution auto ont été contraintes de supporter les besoins financiers d'autres filiales, limitant de ce fait leur potentiel de croissance et leur développement réel.

La maturité acquise au fil des années a incité le Groupe à adopter une nouvelle réflexion sur son mode de gouvernance, son développement et ses moyens de financement.

L'idée de restructurer le Groupe sous forme de pôle d'activité a muri en 2013. Le démarrage des travaux de restructuration a concerné, en premier lieu, le pôle automobile, l'activité la plus mature du Groupe et qui présente des perspectives de développement des plus intéressantes.

La restructuration juridique du pôle automobile… un coût de 17 MDT

Avec la création de UADH, le Groupe a entamé un grand chantier d'assainissement de son schéma juridique. La nouvelle holding (UADH) a repris le contrôle des sociétés du pôle automobile à savoir AURES AUTO, AURES GROS, ECONOMIC AUTO, MAZDA DETAILS, EVI (devenue LVI) et TRUCKS GROS.

Par ailleurs, toutes les autres participations non stratégiques figurant dans les bilans de AURES AUTO, AURES GROS et ECONOMIC AUTO ont été cédées à la holding de tête du Groupe LIG (Loukil Investment Group).

Cette restructuration a engendré un coût important dû aux moins values de cession supportées par le pôle automobile dont le montant s'élève à 17 MDT.

De même, la holding LIG s'est investie dans la restructuration financière des différentes filiales et injecté un montant de 25MD sous forme d'apurement des comptes courants associés.

L'introduction en bourse… étape ultime du plan d'assainissement financier

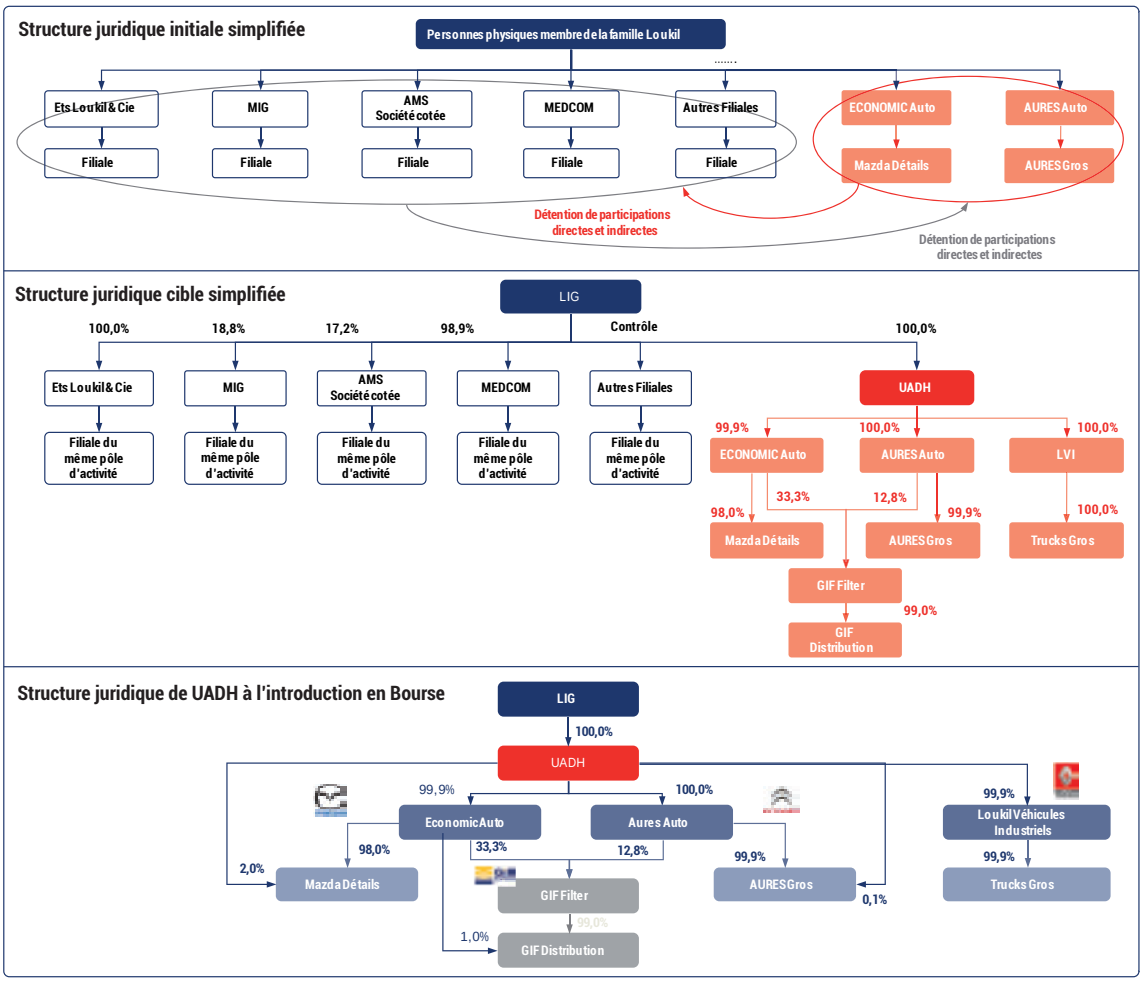
Le poids important que représente la dette dans la structure bilancielle d'UADH limite le champs de développement du pôle automobile et réduit la possibilité d'accéder à de nouvelles sources de financement.

Le plan d'assainissement prévoit la réduction de l'endettement à travers une levée de fonds de 40 MDT par une introduction en bourse.

Cette levée de fonds permettrait à UADH de réduire significativement son ratio de dette de 80% à 30% lui permettant ainsi de devenir la vraie locomotive de croissance du Groupe Loukil.

Source : Prospectus UADH

Le schéma de la restructuration juridique…



Source : Prospectus UADH

2- UADH… La naissance d'un opérateur intégré

Le pôle automobile… d'un concessionnaire automobile à un opérateur intégré

Le Groupe Loukil s'est lancé dans la distribution automobile depuis 1993 sous la marque Mazda représentée par la filiale ECONOMIC AUTO.

Se contentant à l'époque de la commercialisation des voitures utilitaires avec des faibles taux de pénétration sur le marché, le Groupe a manifesté son intérêt pour entrer dans la cour des grands du secteur de la distribution automobile. Cette entrée s'est faite en 2005 à travers le rachat de la concession Citroën, représentée aujourd'hui par la filiale AURES AUTO.

Handicapée par une structure bilancielle déséquilibrée lors de la reprise de la carte Citroën et une pression sur les quotas, AURES AUTO a tardé à décoller.

Cela-dit, la volonté de se démarquer par rapport à la concurrence a fini par s'imposer et suite à la Révolution, l'activité de AURES AUTO a franchi une nouvelle étape de croissance. S'adaptant à fur et à mesure aux exigences du marché, la société a entamé un ensemble de chantiers touchant essentiellement l'amélioration de la qualité du service après vente, l'élargissement du réseau des points de vente et la diversification du mix produits.

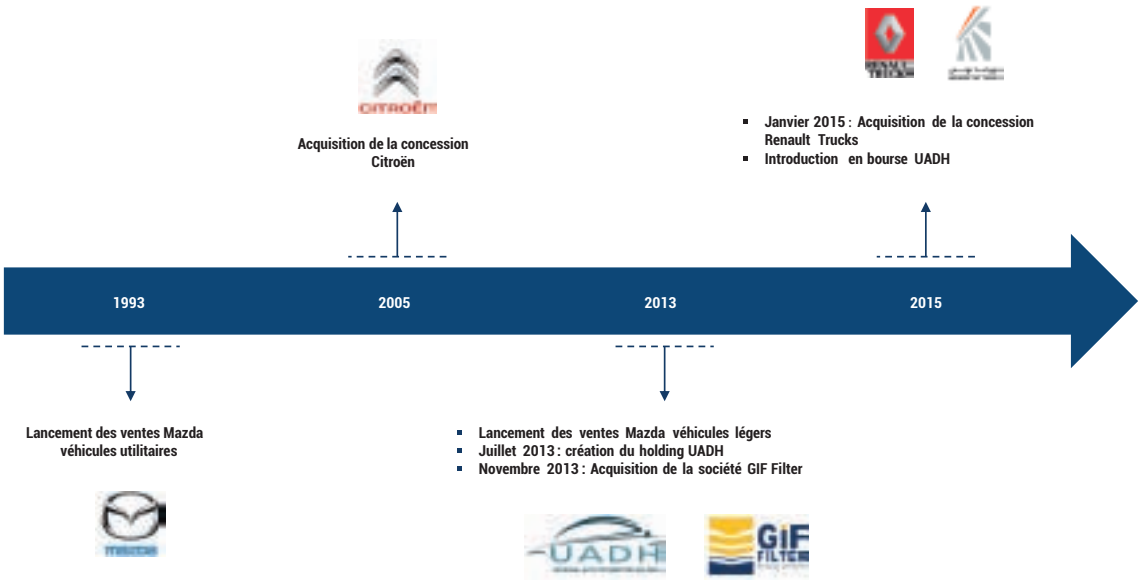
Poursuivant avec la même volonté de s'élargir et de s'agrandir, le Groupe a finalisé l'acquisition de la société «GIF FILTER», opérateur de l'industrie des composants automobiles en Tunisie. Cette acquisition a ouvert au Groupe Loukil une double voie pour l'internationalisation et le passage d'un concessionnaire automobile à un opérateur automobile intégré.

En 2015, le Groupe a fait le choix de rajouter un nouveau maillon dans sa chaîne à travers le rachat de la concession de RENAULT TRUCKS, leader des ventes des véhicules industriels en Tunisie. Cette nouvelle acquisition enrichit ainsi la panoplie de produits offerts par le Groupe.

UADH… vecteur de consolidation

UADH est née en 2013 dans l'objectif d'optimiser les moyens et les ressources du pôle automobile et de saisir les opportunités de croissance intéressantes notamment en externe. L'idée de créer une holding automobile spécialisée s'avère cruciale dans la mesure où elle permet de constituer le bras d'investissement du pôle automobille du Groupe Loukil.

Dates clés pour UADH



Source : Prospectus UADH

II. Activité UADH

1- Un repositionnement stratégique réussi bâti autour de leviers de croissance solides

L'activité de UADH s'articule essentiellement autour de la distribution automobile. Cette branche représente la part la plus importante du chiffre d'affaires consolidé du Groupe.

Les marques vendues par UADH à savoir Citroën, DS, Mazda et Renault Trucks s'illustrent comme des plus répandues sur le marché automobile en Tunisie.

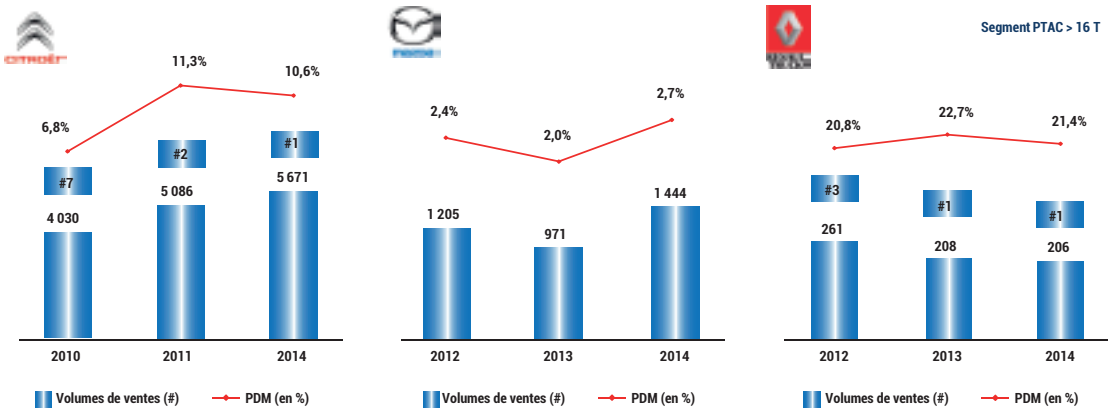
Croissance des ventes des véhicules… Fruit d'une stratégie commerciale ciblée

L'activité de distribution automobile au sein de UADH a démarré avec une niche de clientèle assez limitée. La vente de véhicules a peiné à décoller même avec l'acquisition de AURES AUTO concessionnaire officiel de la marque Citroën.

Le Groupe a du faire face à un certain nombre de barrières à l'entrée dont essentiellement la forte concurrence de la part des marques à forte notoriété en Tunisie et un système de quotas, consistant à fixer le volume annuel d'importation de véhicules neufs.
Cette situation a impacté les ventes de AURES AUTO et de ECONOMIC AUTO dont les parts de marché n'ont pas dépassé 10% tous segments confondus entre 2005 et 2010.

Cette situation a changé durant les trois dernières années, et le Groupe a conquis de nouvelles parts de marché. Les ventes ont ainsi suivi un rythme progressif d'un TCAM (11-14) de 3,70% pour AURES AUTO et de 16,26% pour ECONOMIC AUTO contre 5,8% pour l'ensemble du marché.

Grâce à cette remonté, Citroën s'est acquittée pour la première fois de la position de leader des 1ère immatriculations avec une part de marché de 10,6% à fin 2014. Cette performance s'avère exceptionnelle, puisque la Tunisie est le seul pays au monde où Citroën dépasse Peugeot en termes de ventes.



Source : Prospectus UADH

Ces performances ont été réalisées suite à la mise en place d'une stratégie commerciale ciblée. Cette stratégie s'est déclinée autour de trois grands axes majeurs à savoir :

L'élargissement du réseau des points de vente

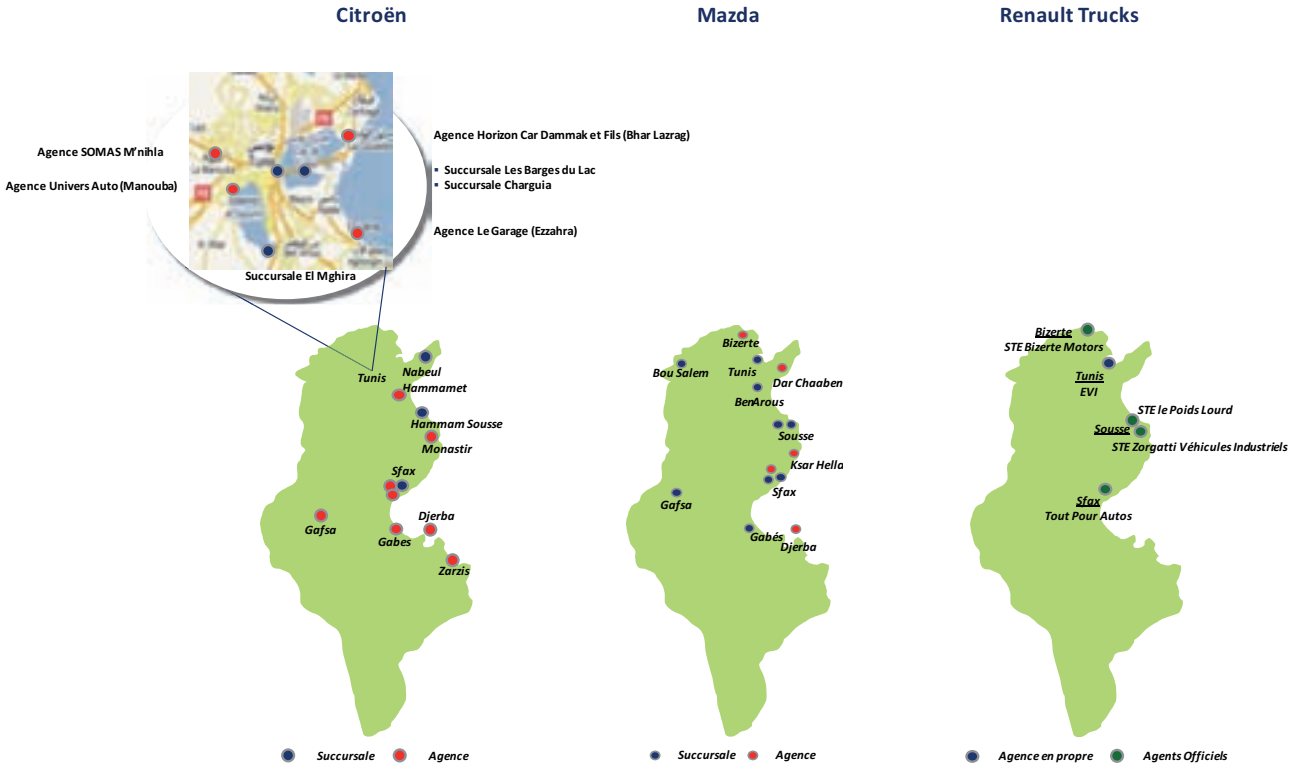
Dès la reprise de AURES AUTO en 2005, le Groupe s'est investi dans l'élargissement du réseau des points de vente Citroën dont le nombre est passé de 2 agences en 2005 à 18 agences en 2014.

La même approche a été adoptée pour ECONOMIC AUTO dont les représentations sont passées de 3 agences en 2005 à 14 agences en 2014. Avec l'acquisition de LVI, UADH s'est offerte un réseau supplémentaire de véhicules industriels composé de cinq agences.

La stratégie d'agrandir le réseau de distribution a eu le mérite d'offrir un service de proximité pour la clientèle et de s'aligner au même pied d'égalité que les autres concurrents.

Le fruit de cette politique se voit aujourd'hui puisque le réseau contribue à hauteur de 12,8% dans la vente des véhicules neufs lègers en 2014 contre 7,3% en 2011.

Réseau de distribution par marque



Source : Prospectus UADH

Le développement du Mix-Produit

Avec le démarrage de l'activité de distribution automobile au sein des filiales de UADH, le Mix-Produits présenté ne répondait pas parfaitement aux attentes et aux exigences de la demande locale.

ECONOMIC AUTO ne commercialisait que les véhicules utilitaires Mazda. AURES AUTO a du composer avec un segment de clients particuliers assez limité.

La révision de la politique commerciale des deux entités a pris en considération le développement de la panoplie des produits offerts.

AURES AUTO s'est appuyée sur la capacité d'innovation de la maison mère et s'est adaptée progressivement aux règles de la concurrence en termes de rapport qualité/prix.

La marque Citroën a ainsi marqué sa présence sur les différents segments de la Citadine et des véhicules utilitaires. La marque DS est venue compléter l'offre proposée par AURES AUTO sur le segment des voitures de luxe.

ECONOMIC AUTO s'est développée aussi à fur et à mesure sur le créneau des véhicules utilitaires et s'est distinguée comme un acteur de référence. La société a profité de l'amélioration des marques asiatiques en Tunisie et a démarré la commercialisation des véhicules légers depuis 2014.

L'amélioration de la qualité SAV

Les filiales de UADH ont entamé un processus réussi pour l'amélioration de la qualité SAV. S'engageant au strict respect des normes et méthodes exigées par les différents constructeurs, AURES AUTO et ECONOMIC AUTO se sont investies dans le développement des moyens techniques avec l'élargissement des surfaces des ateliers. Ces surfaces ont atteint 12 166 m^2 pour AURES AUTO et 2 270 m^2 pour ECONOMIC AUTO.

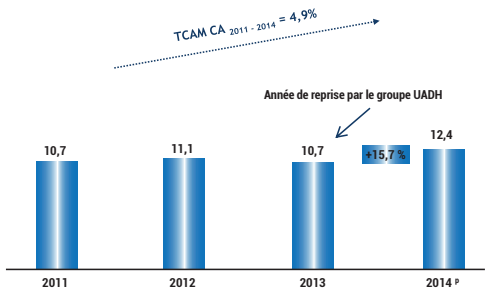
2 - L'industrie des filtres… un créneau porteur

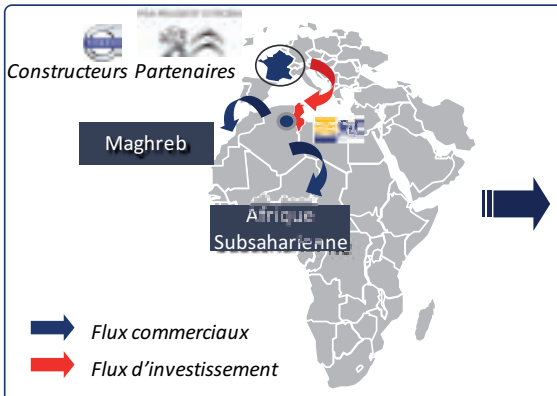
Acquisition de GIF Filter : passer du statut de «concessionnaire automobile» vers celui d'«opérateur automobile intégré»
L'acquisition de la société GIF Filter présage la nouvelle stratégie du Groupe dédiée au pôle «automobile» :

- Développer une activité industrielle de composants automobiles, une industrie à forte demande et à fort potentiel ;
- Créer des synergies avec les constructeurs partenaires aussi bien en terme d'échange commerciaux que d'investissements entrepris en partenariat

Source : Prospectus UADH

Evolution du chiffre d'affaires consolidé (2011 - 2014)





Le développement de l'activité de composants automobile qui a démarré en Tunisie (GIF Filter) pourrait continuer depuis un/d'autre(s) pays du Maghreb à travers des opérations de croissance externe

3 - Des résultats probants et des indicateurs financiers encourageants …

La hausse du nombre de véhicules commercialisés, combinée à une progression des prix de vente de 4,3% pour AURES AUTO et 4,9% pour ECONOMIC AUTO entre 2011 et 2014 a conduit à une hausse du chiffre d'affaires consolidé de UADH de 9,2% de 244 MD à 318 MD.

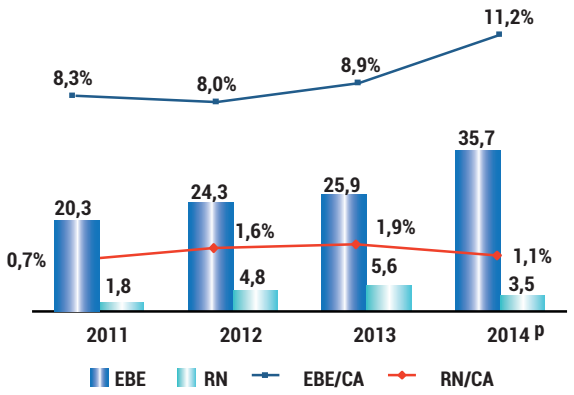
Cette évolution a été combinée avec une amélioration du taux de marge commerciale passant de 17,1% en 2011 à 21,3% en 2014. Le Groupe a profité essentiellement de la hausse des ventes des véhicules sous la marque DS et du démarrage de la commercialisation de véhicules légers sous la marque Mazda.

Ces deux marques se caractérisent par des niveaux de marge intéressants.

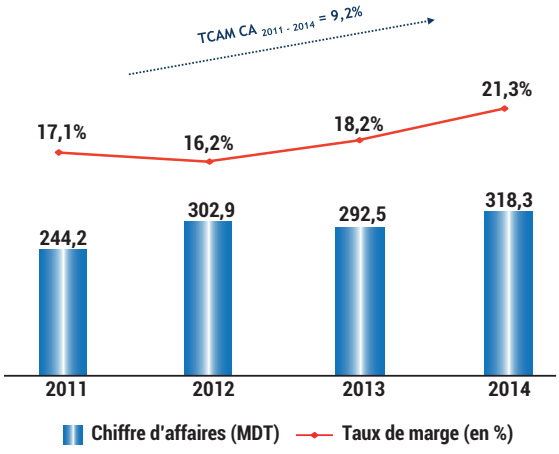
De même, (l'EBE) a suivi un trend haussier sur la période de référence passant de 20 MD en 2011 à 36 MD en 2014 et la marge opérationnelle s'est établie à 11,2% en 2014 contre 8,3% en 2011.

Impacté par des éléments exceptionnels de 15,9 MD, le résultat net s'est établi à 3,5 MD en 2014. Il est à noter que le résultat net retraité 2014 s'élève à 16 MDT environ.

Evolution des agrégats d'exploitation consolidés (2011-2014)



Evolution Chiffre d'affaires consolidé (2011-2014)



Source : Prospectus UADH

III. Perspectives d'avenir de UADH

Les orientations stratégiques du groupe UADH se déclinent par branche d'activité, à savoir:

- La «Distribution Automobile» ;
- La «Production et commercialisation de Filtres automobiles».

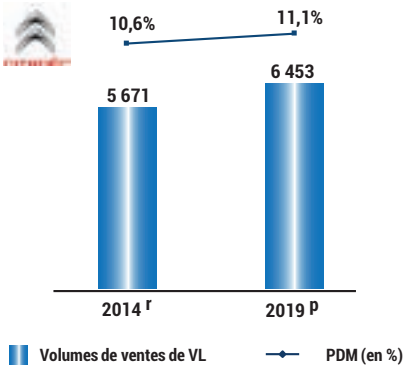
1. La distribution automobile

a) Citroën

Le groupe AURES AUTO compte :

- Consolider sa part de marché afin de maintenir un positionnement de leadership;

Evolution des ventes et des parts de marché (2014-2019)



La part de marché de Citroën devrait passer de 10,6% en 2014 à 11,1% à l'horizon de 2019

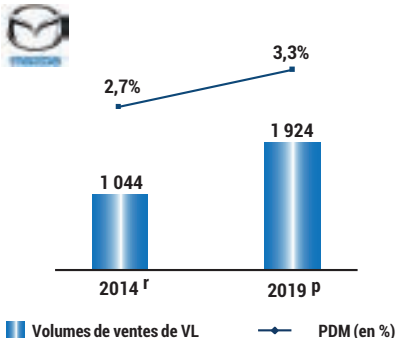
- Augmenter son réseau de distribution de 18 agences et succursales officielles en 2014 à 19 en 2016;
- Miser sur d'autres projets à l'instar de la mise en place d'une salle de vente de pièces de rechange à distance…

b) Mazda

ECONOMIC AUTO vise à :

- Gagner des parts de marché grâce à un repositionnement sur le segment premium. ECONOMIC AUTO envisage de mettre en place un plan d'investissement à court et moyen termes pour son département technique.

Evolution des ventes et des parts de marché (2014-2019)



La part de marché de Mazda devrait passer de 2,7% en 2014 à 3,3% à l'horizon de 2019

- Développer son réseau de distribution avec 15 points de vente en 2015 et l'ouverture d'un showroom en 2016.

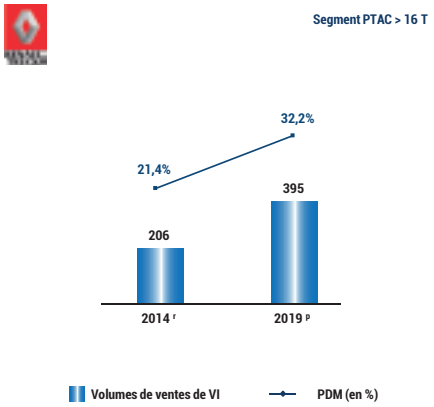
Source : Prospectus UADH

c) Renault trucks

LVI envisage de :

- Consolider les parts de marché des véhicules PTAC > 16 T dans l'objectif de maintenir la position de leader en Tunisie;

Evolution des ventes et des parts de marché (2014-2019)



La part de marché de Renault Trucks sur le segment PTAC>16 tonnes devrait passer de 21,4% en 2014 à 32,2% à l'horizon de 2019.

- Développer son réseau à travers l'ouverture de succursales dans des régions bien ciblées où la marque n'est pas présente notamment à Sfax, Gafsa et au Nord-Ouest sur la période 2015-2019;
- Accroître le volume des ventes des pièces de rechange;
- Lancer une étude pour le développement d'un projet CKD à horizon 2015;
- Réorganiser le groupe LVI (Gouvernance et exploitation)

2. La «Production et commercialisation de Filtres automobiles»

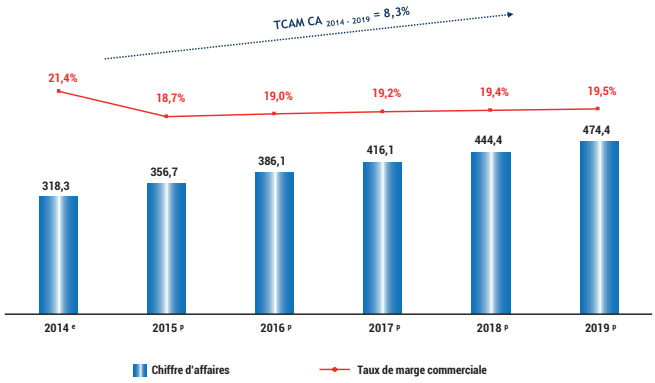
En vue d'assurer la pérennité du groupe GIF Filter et renforcer son positionnement aussi bien en local qu'à l'international, le groupe UADH a mis en place un plan d'action qui couvre les axes suivants :

- Le lancement du 4ème programme de mise à niveau de la société GIF Filter à travers un investissement de 6 626 431 DT en investissements matériels et 279 700 DT en investissements immatériels sur une période de 2 à 3 ans et ce en vue d'optimiser la capacité de production de GIF Filter, améliorer la qualité de ses produits et réduire ses coûts de production ;
- La consolidation de l'image de marque et de la notoriété des produits de la société GIF Filter, et ce à travers la diversification de la gamme de produits fabriqués, le renforcement des moyens commerciaux et l'activation des synergies au sein du groupe ;
- Le renforcement de la position concurrentielle du groupe GIF Filter sur le marché local à travers le redéploiement géographique de son réseau et la mise en place de nouveaux canaux de distribution ;
- L'amélioration des ventes de GIF Filter à l'exportation;
- La mise en œuvre d'un plan marketing adapté par gamme de produits ;
- La mise en place d'un projet de fidélisation des clients (CRM) et assurer une bonne gestion des réclamations clients.

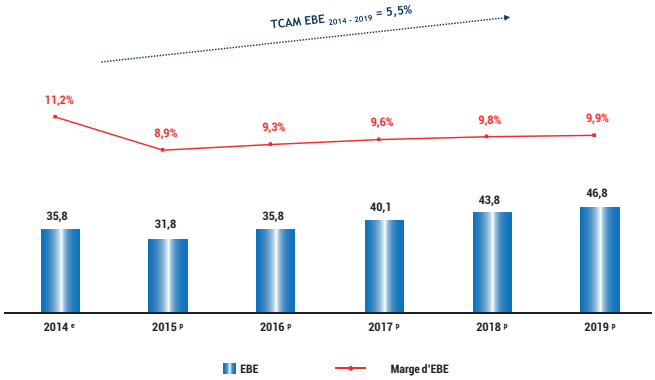
Source : Prospectus UADH

- 2014 était une année exceptionnelle en termes de revenus et de marges. Le BP est conservateur ce qui explique la baisse des marges (commerciale et EBE) en 2015.
- Une croissance moyenne du marché de 1,7% sur la période 2014-2019.
- Une part de marché Citroën qui passe de 10,6% à fin 2014 à 11,1% à horizon 2019.
- Une part de marché Mazda qui passe de 2,7% à fin 2014 à 3,3% à horizon 2019.
- Le prix du titre UADH ne prend pas en compte le potentiel de croissance du groupe LVI (valorisation de LVI au prix de Transaction).
- Le résultat de l'année 2014 prend en considération des éléments exceptionnels liés à la structuration juridique.
- Conséquence de l'upside retenu pour le taux de marge commerciale, le taux d'EBE s'affiche à 8,9% en 2015 vs 11,2% à fin 2014, puis atteint 9,9% à horizon 2019.
- Porté par la performance liée à l'exploitation ainsi que l'amélioration du résultat financier suite à la consolidation de la structure financière de UADH et de ses filiales, le taux de marge nette croit progressivement pour atteindre 5,8% à horizon 2019.

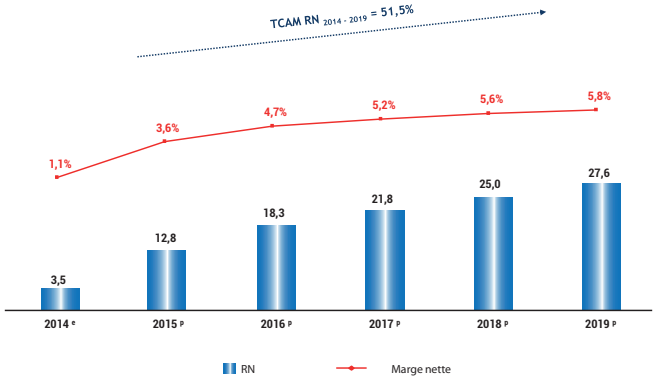
Evolution du chiffre d'affaires (en MDT)



Evolution de l'Excédent Brut d'Exploitation (en MDT)



Evolution du résulta net (en MDT)



Source : Prospectus UADH

IV. Valorisation

UADH a été valorisée par Attijari Finances sur la base de la méthode de la somme des parties. Cinq méthodes d'évaluation ont été retenues pour la valorisation des sous-groupes : Méthode Discounted Cash Flows, Méthode des Multiples Boursiers et Méthode Goodwill pour Groupe AURES AUTO et Groupe ECONOMIC AUTO, la Méthode de valeur de transaction pour le Groupe LVI et la Méthode des cours boursiers pour le Groupe GIF.

• Méthode DCF

Paramètres communs : Rf : 6,543% ; Prime actions : 7,8% ; Bêta désendetté (βe) de 0,807 ; g = 2,0%

AURES AUTO

La valeur de 100% des Fonds Propres du Groupe AURES AUTO, selon la méthode des DCF, s'inscrit à 118,033 MD.
L'actualisation des DCF a été faite compte tenu d'un taux d'actualisation WACC (coût moyen pondéré du capital) de 13,0% et qui a été calculé en fonction d'un Bêta endetté (βl) de 2,46.

ECONOMIC AUTO

La valeur de 100% des Fonds Propres du Groupe ECONOMIC AUTO, selon la méthode des DCF, s'inscrit à 80,442 MD.
L'actualisation des DCF a été faite compte tenu d'un taux d'actualisation WACC (coût moyen pondéré du capital) de 12,9% et qui a été calculé en fonction d'un Bêta endetté (βl) de 1,39.

• Méthode Goodwill

AURES AUTO

La valeur de 100% des Fonds Propres du Groupe AURES AUTO, selon la méthode Goodwill, s'inscrit à 89,050 MD.

ECONOMIC AUTO

La valeur de 100% des Fonds Propres du Groupe ECONOMIC AUTO, selon la méthode Goodwill, s'inscrit à 67,133 MD.

• Méthode Multiples Boursiers

La méthode des multiples boursiers consiste en l'application de P/E (14e) et xEBITDA (14e) sectoriel issu d'un échantillon d'entreprises locales (ARTES, CITY CARS et ENNAKL) et étrangères (AUTOHALL, AUTO NEJMA et DOGUS OTOMOTIV SERVIS VE TICARET AS).

AURES AUTO

La valeur de 100% des Fonds Propres du Groupe AURES AUTO, selon la méthode des Multiples Boursiers, s'inscrit à 117,509 MD.

ECONOMIC AUTO

La valeur de 100% des Fonds Propres du Groupe ECONOMIC AUTO, selon la méthode des Multiples Boursiers, s'inscrit à 106,499 MD.

• Méthode Valeur Transaction

La valorisation de LVI a été retenue en fonction du prix de la transaction d'achat de la société par UADH auprès de l'Etat. La valeur retenue est de 43,005 MD.

• Méthode des cours boursiers

La valorisation de GIF FILTER a été faite sur la base du cours moyen pondéré de l'action GIF FILTER sur la cote de la BVMT du 20 août 2014 au 20 février 2015. La valeur de 100% des fonds propres de GIF FILTER est de 33,549 MD.

Source : Prospectus UADH

Synthèse de valorisation par sous groupe de UADH

Activité	Carte/Marque	Groupe	Méthode de valorisation	Valeur de 100% des fonds propres (en KDT)	Pondération	Valeur pondérée de 100% des fonds propres (en KDT)
Distribution Automobile		AURES Auto – AURES Gros	DCF (Wacc = 13,0%)	118 033	50%	59 016
			Multiples Boursiers	117 509	25%	29 377
			Goodwill	89 050	25%	29 377
					∑ des valeurs pondérées	110 656
		ECONOMIC Auto – Mazda Détails	DCF (Wacc = 12,9%)	80 442	50%	40 221
			Multiples boursiers	106 499	25%	26 625
			Goodwill	67 133	25%	16 783
					∑ des valeurs pondérées	83 629
		LVI– Trucks Gros	Valeur de Transaction	43 005	100%	43 005
					∑ des valeurs pondérées	43 005
Filtres Automobile		GIF Filter-GIF Distribution	Cours boursier pondéré par les volumes sur 6 mois (20/08/2014 – 20/02/2015)	33 549	100%	33 549
					∑ des valeurs pondérées	33 549

Source : Prospectus UADH

La valorisation de 100% des fonds propres du groupe UADH s'établit à 252,672MD. La synthèse de valorisation se présente comme suit :

Elément	Groupe AURES Auto	Groupe ECONOMIC Auto	Groupe LVI	Groupe GIF Filter
Valorisation de 100% des fonds propres	110 656 KDT	83 629 KDT	43 005 KDT	33 549 KDT
% de détention directe et indirecte	99,996%	99,914%	99,989%	46,090%
Valo. de la participation de UADH	110 652 KDT	83 557 KDT	43 000 KDT	15 463 KDT
Valeur des fonds propres des 4 sous groupes avant décote	252 672 KDT			
Dette nette individuelle ajustée de UADH	28 564 KDT			
Valeur des fonds propres de UADH avant décote	224 108			
Décote	10,7%			
Valeur de UADH à l'IPO	200 200 KDT			
Prix par action	6,500 DT			

Source : Prospectus UADH

La valeur du titre UADH, après décote de 10,7% s'établit à 200,200 MD soit 6,500 DT par action.

Multiples induits

	2014^{c} retraité	2015^{p} retraité	2016^{p}
P/E	12,7x	14,4x	10,9x
VE/EBITDA	7,4x	8,3x	7,4x

Source : Prospectus UADH

V. Structure de l'Offre

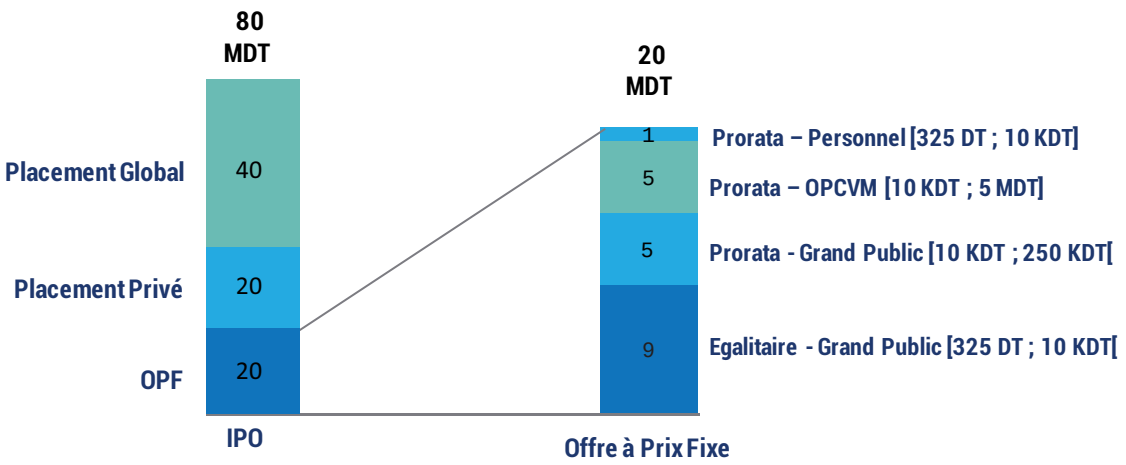
Dans le cadre de son introduction en bourse, UADH ouvre son capital à hauteur de 33,31% pour un montant de 80 MD dont 40 MD sous forme d'augmentation de capital et 40 MD en cession de titres par LIG, l'actionnaire de référence.

Structuration de l'IPO d'UADH

Montant de l'Opération	80 MDT
% du flottant	33.3%
Augmentation de capital	40 MDT
Cession	40 MDT

Une montant de 25,2 MDT issu de la cession sera injecté par LIG dans les sociétés d'UADH afin d'assainir leurs situations financières suite aux charges subies dans le cadre de la restructuration du groupe

Structuration de l'IPO d'UADH



Le placement selon la procédure de l'Offre à Prix Ferme s'effectuera en termes de quotités d'actions composées chacune d'une (1) action nouvelle et d'une (1) action ancienne, soit un total de 1 538 461 quotités offertes, correspondant à 1 538 461 actions nouvelles et 1 538 461 actions anciennes.

Source : Prospectus UADH

Les quotités offertes dans le cadre de l'Offre à Prix Ferme seront réparties en quatre (4) catégories :

Catégories		Nombre de quotités	Nombre d'actions nouvelles	Nombre d'actions anciennes	Répartition en % du capital social après augmentation	Répartition en % de l'OPF	Montant total en DT
Catégorie A	Personnes physiques et/ ou morales, tunisiennes et/ ou étrangères autres que les OPCVM, sollicitant au minimum 25 quotités et au maximum 769 quotités.	692 308	692 308	692 308	3,75%	45,00%	9 000 004
Catégorie B	Personnes physiques et/ ou morales, tunisiennes et/ ou étrangères autres que les OPCVM, sollicitant au minimum 770 quotités et au maximum 19 231 quotités.	384 615	384 615	384 615	2,08%	25,00%	4 999 995
Catégorie C	Ordres réservés aux OPCVM tunisiens désirant acquérir au minimum 769 quotités et au maximum 384 615 quotités tout en respectant les dispositions légales notamment celles concernant les ratios prudentiels.	384 615	384 615	384 615	2,08%	25,00%	4 999 995
Catégorie D	Personnel du groupe UADH sollicitant au minimum 25 quotités et au maximum 769 quotités.	76 923	76 923	76 923	0,42%	5,00%	999 999
Total		**1 538 461**	**1 538 461**	**1 538 461**	**8,33%**	**100,00%**	**19 999 993**

Source : Prospectus UADH

CITROËN

mazda
mazda

RENAULT TRUCKS

Aures Auto: Citroën/DS

Adresse : 28, rue 8600, La Charguia – 2035 Tunis - Tunisie
Tél. : 71 789 924
Fax : 71 788 238
info@citroen.com.tn
www.citroen.tn

Economic Auto: MAZDA

Adresse: Route de Mornag, KM7 ZI Ben Arous - Tunisie
Tél. : +216 71 38 64 86
Fax : +216 71 38 67 33
info@mazda.tn
www.mazda.tn

LVI: Renault Trucks

Adresse : Route de Sousse GP1 km 1.5 Jbel Jelloud-1009 El Wardia Tunis - Tunisie
Tél. : +216 71 494 962 +216 71 484 100
Fax : +216 71 483 900
contact@ennakl-vi.com
www.renault-trucks.tn

Gif Filter

Adresse : Km 35 - Gp1 8030 Grombalia – Tunisie
Tél. : +216 72 255 844 / +216 72 255 830 / +216 72 255 787
Fax : +216 72 255 629
contact@gif.com.tn
www.gif.com.tn

UADH
UNIVERSAL AUTO DISTRIBUTORS HOLDING
A UNIT OF THE LOUKIL GROUP

Equipe Attijari Finances Tunisie

Conseil, ingénierie financière et évaluation

Mehdi Lengliz
+216 31 34 13 06
m.lengliz@attijari.tn

Faten Ezzar
+216 31 34 13 03
f.ezzar@attijari.tn

Equipe Attijari Intermédiation

Analyse et Recherche

Aymen Ben Zina
+216 71 10 89 17
Benzina.aymen@attijaribank.com.tn

Soumaya Rekik
+216 71 10 89 25
Rekik.soumaya@attijaribank.com.tn

Front Office

Hichem Ben Romdhane
+216 71 10 89 08
Benromdhane.hichem@attijaribank.com.tn

Malek Horchani
+216 71 10 89 05
Horchani.malek@attijaribank.com.tn

Nihele Raies
+216 71 10 89 09
Raies.nihele@attijaribank.com.tn

Wiem Zarrouk
+216 71 10 89 07
Zarrouk.wiem@attijaribank.com.tn

Gestion de portefeuille

Khaled Bouthour
+216 71 10 89 06
Bouthour.khaled@attijaribank.com.tn

UADH

UNIVERSAL AUTO DISTRIBUTORS HOLDING

A UNIT OF THE LOUKIL GROUP

Adresse: 62, Avenue de Carthage - 1000 Tunis -Tunisie

Tél.: + 216 71 354 366

Fax: + 216 71 343 401

www.uadh.tn