

Uniban: poursuivre son expansion hors Québec

Publié le 27 avril 2009 à 06h28 | Mis à jour le 27 avril 2009 à 06h31



Marc Desmarais



[Stéphane Champagne](#), collaboration spéciale

La Presse

Avec une croissance qui ne se dément pas au Québec depuis trois ans, le holding Uniban, propriétaire notamment du franchiseur VitroPlus, souhaite maintenant augmenter sa présence dans le reste du Canada. Et dire qu'il y a moins de 10 ans, la marque VitroPlus s'en allait presque à la dérive.

Ce revirement de situation est en grande partie attribuable à Marc Desmarais, président, chef de la direction et coactionnaire d'Uniban. Ce gestionnaire de 43 ans est arrivé dans le giron de VitroPlus en 2000, à l'époque où PPG, le plus important fabricant de vitres d'autos en Amérique du Nord, en était propriétaire.

«J'ai été séduit par le fait que PPG (le propriétaire de l'époque) était une grosse entreprise publique. Mais pendant les six premiers mois, je me suis demandé qu'est-ce que j'étais venu faire là! Plus de 70% des franchisés n'avaient pas renouvelé leur franchise, l'entreprise avait un important déficit et le contrôle des produits était inexistant», se souvient Marc Desmarais.

Cette époque est bel et bien révolue. Propriété à parts égales depuis 2004 de Marc Desmarais et de la PME québécoise PH Vitres d'auto, le plus important distributeur de verre automobile dans l'est du Canada, la franchise VitroPlus a fait des petits.

Les deux actionnaires ont fondé le holding Uniban qui, aujourd'hui, est propriétaire non seulement de la franchise VitroPlus, mais aussi de Ram-Ko Vitres d'autos au Québec, de même que de UniglassPlus et Unipro Autoglass, ailleurs au Canada. Uniban est également dépositaire canadien de la marque Ziebart. Le holding possède aussi

Vimaxco, laquelle vend des solutions web relatives aux demandes d'indemnités auprès des compagnies d'assurances.

Uniban est donc derrière plus de 200 magasins au Canada. Son modèle d'affaires repose sur les magasins franchisés, les bannières, de même que les agents affiliés. Son intégration est presque complète. Il est à la fois distributeur, détaillant, installateur, en plus d'offrir des solutions technologiques. Ne manque plus que la fabrication (ce qui ne risque pas d'arriver) et la boucle serait complète.

La présence hors Québec d'Uniban est toute fraîche. Elle date d'à peine un an et demi. Les dirigeants du holding souhaitent maintenant augmenter leur présence de façon importante au cours des prochaines années de l'Atlantique au Pacifique.

«Notre croissance est de 10% par année depuis 2004. Et nous continuons d'aller chercher de nouvelles parts de marché. Nous sommes l'étoile montante dans l'industrie», explique Marc Desmarais. Uniban fait travailler près de 1000 personnes. Le chiffre d'affaires de ses différentes bannières et franchises (et non du holding au complet) est de 100 millions.

Pour parvenir à ses fins, Uniban dit miser sur un florilège de stratégies qu'elle préfère ne pas trop détailler. «Ça ne passera pas par la croissance organique. Le concept un magasin à la fois n'a jamais été notre cheval de bataille. Les acquisitions font toutefois partie de notre stratégie. Nous sommes surtout intéressés par des franchisés opérateurs, et non pas par des gens qui veulent simplement investir dans une franchise.»

Que ce soit au Québec ou ailleurs au Canada, Uniban fait face à un adversaire de taille: Belron, le leader mondial en verre automobile. Cette multinationale cotée en Bourse appartient au groupe européen D'Ieteren. Belron a acheté Lebeau vitres d'auto il y a une dizaine d'années.

«Être bon deuxième comporte aussi ses avantages, dit Marc Desmarais. Ça nous pousse à constamment vouloir nous dépasser. Nous misons sur l'innovation. Nous sommes par exemple la première entreprise à faire le recyclage des pare-brise.»

Marc Desmarais est bachelier en administration. Sitôt ses études complétées, il travaille pour son père, propriétaire du franchiseur spécialisé dans l'esthétique pour autos Perma-Shine. Le jeune homme possède six franchises de Perma-Shine avant de prendre la route des États-Unis, où il travaille 10 ans... encore dans le secteur de la franchise ayant un lien avec l'automobile.

En 2000, des chasseurs de tête l'approchent et lui offrent la direction générale de VitroPlus. Et en 2004, lorsque PPG se départit de VitroPlus, l'entreprise québécoise PH est prête à s'en porter acquéreur. Mais à une seule condition: que Marc Desmarais reste à la barre du groupe et qu'il en devienne actionnaire.

Bref, aujourd'hui, Marc Desmarais ne regrette plus son choix.

L'ENTREPRISE

Spécialisé dans les vitres d'autos, l'esthétique et les accessoires, le holding québécois Uniban est un franchiseur qui détient les marques VitroPlus/Ziebart et Ram-Ko au Québec, de même que Uniglass Plus et Unipro Auto Glass dans le reste du Canada. Il compte par ailleurs des agents affiliés. Sa force de vente est présente dans plus de 200 magasins.

DÉFIS

Avec entre autres ses quelque 70 franchises VitroPlus, Uniban occupe 24 % du marché de la vitre d'auto au Québec. Son objectif est d'augmenter sa présence dans le reste du Canada, où la multinationale Belron (qui a acquis l'entreprise québécoise Lebeau) est incontestablement numéro un.

STRATÉGIE

Sans vouloir entrer trop dans les détails, Uniban dit explorer de six à sept stratégies différentes. La croissance organique n'en fait pas partie. Le holding affirme cependant être ouvert aux acquisitions

