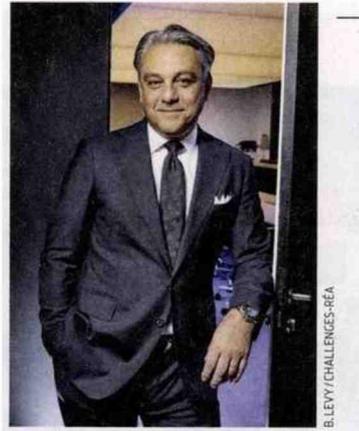




## Les défis de Luca de Meo chez Kering

Luca de Meo est-il l'homme providentiel dont Kering a besoin ? Nommé nouveau directeur général du géant du luxe le 16 juin, le stratège de la « Renalution » prendra ses fonctions le 15 septembre. Et il a du pain sur la planche. Le groupe de François-Henri Pinault a subi une perte de chiffre d'affaires de 12 % en 2024, soit 2,4 milliards d'euros de moins par rapport à 2023. Cette baisse est due à deux facteurs. D'abord, la chute de Gucci, la marque qui rapporte le plus à Kering, dont le chiffre d'affaires a dégringolé de 23 % en 2024. Un déclin dû, en partie, à la direction artistique d'Alessandro Michele. Ce designer star a certes donné un certain éclat à la griffe entre 2015 et 2022, et fortement attiré la jeune clientèle, mais il s'est aussi aliéné une clientèle plus âgée, réputée davantage loyale. L'autre facteur réside dans la conjoncture internationale, entre une consommation chinoise qui ne redémarre toujours pas, la menace constante des droits de douane



B. LEWY / CHALLENGES-REA

américains, et un contexte international incandescent, peu propice aux achats de luxe. L'endettement de Kering, à hauteur de 10,5 milliards d'euros, n'aide pas. Pour redresser Kering, Luca de Meo devra donc reconquérir la clientèle de Gucci, et naviguer à travers les eaux troubles du commerce international, tout en limitant les dépenses. Reste à savoir si ce spécialiste de l'automobile pourra conduire Kering vers de nouveaux horizons du luxe. # M. H.

