



Kering poursuit sa dégringolade dans un contexte de conflits commerciaux

(AFP) -

En pleine période de conflits commerciaux, le groupe de luxe Kering, plombé par la crise de sa marque phare Gucci, a vu son bénéfice plonger et ses ventes reculer nettement au premier semestre, et mise sur l'arrivée mi-septembre d'un nouveau directeur général, Luca de Meo, pour redresser la barre.

Le groupe dirigé par François-Henri Pinault bataille depuis plusieurs années pour remonter la pente.

Au premier semestre 2025, le bénéfice net a plongé de 46% à 474 millions d'euros, contre 878 millions au premier semestre 2024 - un résultat déjà très inférieur au semestre 2023.

Le chiffre d'affaires a lui reculé de 16% à 7,6 milliards d'euros.

En cause principalement, le problème Gucci. La marque phare du groupe assure à elle seule 44% du chiffre d'affaires et les deux tiers de la rentabilité opérationnelle, mais n'en finit pas de traverser une mauvaise passe.

Elle séduit moins qu'auparavant, quelle que soit la région du monde, "c'est une question de désirabilité", a concédé Francesca Bellettini, la directrice générale adjointe lors d'un échange avec les analystes mardi soir.

Ainsi, les ventes de Gucci ont reculé de 26% sur le semestre, à 3 milliards d'euros, contre plus de 4 milliards d'euros un an plus tôt.

En quête d'un nouveau souffle, Kering a nommé le créateur Demna à la direction artistique de Gucci, qui a ainsi quitté Balenciaga.

Il présentera une collection en septembre "qui ne sera pas un défilé mais d'une manière qui rappellera aux gens ce qu'est Gucci - une collection complète", avant "un véritable défilé en mars", a précisé Mme Bellettini.

Point d'orgue de son plan de relance, Kering accueillera le 15 septembre Luca de Meo, l'Italien qui a redressé le constructeur automobile Renault, à un poste nouvellement créé de directeur général. François-Henri Pinault conservera la présidence.

Les autres marques du groupe ne sauvent pas davantage les meubles: les ventes semestrielles d'Yves Saint Laurent reculent de 11% à 1,29 milliard d'euros et celles des "autres maisons", section qui comprend Balenciaga, de 15% à 1,46 milliard d'euros.

Seuls les sacs à main tressés Bottega Veneta tirent leur épingle du jeu avec une très légère hausse de 1% des ventes, à 846 millions d'euros, ainsi que Kering Eyewear, la branche lunetterie et beauté (+2% à 1 milliard d'euros).

- Droits de douane "gérables"-

"Si les résultats publiés restent encore bien en deçà de notre potentiel, nous sommes convaincus que les efforts déployés depuis deux ans ont permis de poser des bases solides pour les prochaines étapes du développement de Kering", déclare le PDG François-Henri Pinault cité dans le communiqué.

Le groupe continue d'affronter "un environnement économique et géopolitique qui demeure incertain", reconnaît le groupe. Il affronte notamment un recul de la clientèle de touristes chinois au Japon et d'Américains en Europe.

Mais il affiche sa "volonté de s'inscrire durablement dans une trajectoire de croissance profitable".

En attendant, la rentabilité a continué de souffrir au premier semestre, avec une marge d'exploitation en baisse.

L'ensemble du secteur du luxe est confronté à un ralentissement de la demande et à l'offensive protectionniste des Etats-Unis.

Jeudi, le géant français LVMH (Louis Vuitton, Dior, Céline, Moët Hennessy...) a annoncé une chute de 22% de son bénéfice net et de 4% de ses ventes au premier semestre.

Dimanche, un accord a été annoncé entre Washington et l'Union européenne prévoyant de taxer à 15% les produits européens exportés aux Etats-Unis.

L'Amérique du Nord représente 24% des ventes de Kering qui, contrairement à son concurrent LVMH, ne produit pas sur le sol américain. "On vend de la culture française, on vend de la culture italienne. Ça n'aurait pas de sens pour moi d'avoir des sacs Gucci italiens fabriqués au Texas", avait dit récemment François-Henri Pinault.



"L'impact des droits de douane reste tout à fait gérable", a déclaré mardi la directrice financière Armelle Poulou: "Cet impact peut être géré sur les prix", sur "certaines marques", comme en avril lorsque des augmentations de prix avaient été pratiqués pour compenser les premières hausses de tarifs douaniers, a-t-elle dit.

"Nous pourrions éventuellement envisager une deuxième vague d'ajustement à l'automne parce que nous le faisons généralement au moment de nouvelles collections."

kap/ak/eb

Afp le 29 juil. 25 à 19 35.

