

# Luca de Meo promet un nouveau plan stratégique pour Kering début 2026



**D**evant les actionnaires, le nouveau directeur général de Kering s'est engagé à s'attaquer aux coûts du groupe de luxe et à réduire la dette.

« Nous serons rapides, efficaces et décisifs ». Pour sa première prise de parole officielle devant les actionnaires de Kering, Luca de Meo, transfuge de Renault, était là où il était attendu, dans la position du nouvel homme fort du groupe de luxe, déterminé à mettre en œuvre la feuille de route qui lui a été confiée.

Auréolé d'une réputation de magicien des marques, avec son savoir-faire en matière de style « néo-rétro » automobile chez Fiat puis chez Renault, Luca de Meo connaît l'urgence de Kering à redresser Gucci, la première de ses marques du groupe de luxe, en panne de positionnement clair et de croissance, et de réduire la dette et les coûts.

« Nous devons continuer à réduire notre dette et nos coûts. Et, si nécessaire, rationaliser, réorganiser et repositionner certaines de nos marques », a déclaré Luca de Meo dans un discours, estimant que « les décisions ne seront pas toujours faciles ». En ligne de mire, le printemps 2026 : c'est à cet horizon que Kering présentera son nouveau plan stratégique, sans exclure d'aller plus vite avec des prises de décisions difficiles d'ici la fin de l'année, si nécessaire. « Nous allons ramener le groupe à la place où il devrait être », a-t-il plaidé.

Après le feu vert accordé mardi par les actionnaires, réunis en assemblée générale au siège du groupe, Luca de Meo prendra

ses fonctions le 15 septembre, date à laquelle il deviendra directeur général à la faveur de la dissociation des fonctions de PDG.

A lire aussi: Les maux de Gucci restent profonds chez Kering

## Redresser Gucci

Lesté de 9,5 milliards d'euros de dette et confronté à des résultats en chute libre, Kering a en effet fait le choix de rénover sa gouvernance. François-Henri Pinault occupera désormais le seul fauteuil de président quand Luca de Meo aura les coudées franches pour relancer le groupe et améliorer le cash-flow.

Voilà plus de trois ans que Kering est confronté à l'équation complexe de son ex-fleuron Gucci. En panne de croissance, pénalisé par une instabilité de la direction artistique – trois changements de stylistes au cours des trois dernières années –, la marque italienne est en quête de relance. Jusqu'ici sans succès. Cette baisse de régime qui intervient dans un environnement moins favorable au luxe, handicape indirectement les autres marques du groupe, de Balenciaga à Bottega Veneta en passant par Yves Saint-Laurent ou Alexander McQueen.

Pour l'actionnaire principal de Kering – la famille Pinault qui contrôle 42,3 % du capital via Artemis –, présenter rapidement des gages au marché est un impératif pour espérer tarir le flux des ventes à découvert.

Kering, dont l'action a perdu plus de 70 % depuis le pic d'août 2021, fait partie des actions les plus « shortées » au sein du CAC 40. Début septembre, le total des positions courtes représentait environ 8 % des actions Kering, selon les estimations du cabinet d'analyse de données Ortex, rapportées par Reuters. Si ces paris vendeurs apparaissent moins significatifs qu'à la veille de l'annonce de l'arrivée de Luca de Meo en juin, où ils atteignaient 10,7 %, ils demeurent toujours sensiblement plus élevés que ceux constatés dans le secteur du luxe, avec moins de 1 % pour LVMH (actionnaire de L'Agefi) et pour Hermès.

Lionel Garnier

