

Un nouveau concept pour Le Tanneur

Les normes d'aménagement seront dévoilées en avril prochain. Anticipant une année difficile, le groupe de maroquinerie a pris des mesures de maîtrise des coûts mais se tient prêt à saisir les opportunités pour développer son réseau.



Hervé Descottes, pdg de Le Tanneur & Co

Le Tanneur & Cie a clos l'exercice 2008 avec un résultat net part du groupe de 1,6 million d'euros contre 0,2 million en 2007. Le résultat opérationnel courant a reculé de 6,8%, à 0,5 million pour un chiffre d'affaires de 56,8 millions (+14,4%). Le groupe de maroquinerie s'affirme d'année en année comme une société de distribution spécialisée. Ses marques propres Le Tanneur, **[Soco]** et la ligne de bagages Air France by Le Tanneur (dont le démarrage est prometteur) ont généré 48% de son chiffre d'affaires l'an dernier, les 52% restants provenant de l'activité de fabrication pour les marques de luxe. Le parc à l'enseigne (37 succursales et magasins affiliés fin 2008) a représenté 39,1% des ventes des marques propres contre 36,4% en 2007. Cette part devrait encore croître en 2009. Après une forte croissance du réseau de 20% à périmètre comparable au premier semestre 2008, le second semestre a été nettement moins bon, une "vraie rupture" s'étant produite en milieu d'année, indique Hervé Descottes, le pdg. Malgré une baisse de 10% des ventes aux grands magasins due à une modification du mode de gestion aux Galeries Lafayette, le volume d'affaires des marques propres a progressé grâce

à la bonne résistance des détaillants multimarques (+1,9%) et la hausse de l'export (+10%). Mais cette activité a vu une dégradation de sa rentabilité du fait d'un accroissement des coûts logistiques, d'un déstockage plus massif de produits non reconduits dans les collections 2009, de la reprise des stocks des Galeries Lafayette, des frais de développement de la filiale au Japon. Pour réduire les coûts au pays du Soleil Levant, Le Tanneur cherche un partenaire local qui prendrait une participation minoritaire dans la filiale et permettrait d'ouvrir de nouvelles portes. À l'inverse, la rentabilité de l'activité de fabrication pour les maisons de luxe s'est sensiblement améliorée. Anticipant une année 2009 difficile après l'inversion de tendance observée au quatrième trimestre, le Tanneur & Cie a d'ores et déjà pris des mesures pour maîtriser les coûts (non renouvellement des CDD et intérimaires dans les usines de Bort-les-Orgues, gel des salaires, baisse des investissements publicitaires...). Hervé Descottes envisage de lancer une augmentation de capital pour lever 2,7 millions d'euros. L'enjeu : restructurer la dette et saisir les opportunités offertes par la crise. Car le dirigeant en est persuadé : des points de vente vont être cédés dans les mois qui viennent en France et en Espagne et "Le Tanneur, marque moins bling bling, plus discrète et plus authentique, va pouvoir prendre son véritable essor". Cinq magasins affiliés sont déjà planifiés sur l'exercice en cours à Quimper, Montpellier dans le centre commercial Odysseum et à Paris, rues de Sèvres, du Commerce et de Passy. Les boutiques de la capitale dupliqueront le concept qui sera dévoilé dans la succursale qui ouvrira en avril dans les Docks 76 à Rouen – la deuxième de l'année après l'ouverture de Labège 2. Élaboré avec Dragon Rouge Archi, ce concept évoquera un "atelier sublimé". ■

CHRISTINE GALIMANT