

# Vivarte : des ventes en baisse de 4,1 % sur l'exercice 2017/18

Information CFTC des Salariés VIVARTE  
20 Décembre 2018

C'est en estimant avoir achevé sa mission de restructuration - avec un an de retard sur les prévisions effectuées à son arrivée fin 2016 - que Patrick Puy a présenté ce 20 décembre à la presse les résultats annuels du groupe Vivarte pour la période close au 31 août 2018. Une année émaillée de ventes d'enseignes (Merkal, Naf Naf, André, Besson et bientôt Chevignon) durant laquelle [ce groupe de mode détricoté](#) a généré 1,4 milliard d'euros de chiffre d'affaires, soit une chute de 4,1 % à périmètre comparable. Sur l'exercice précédent, les ventes totales culminaient à 1,8 milliard d'euros.



« Tout est envisageable concernant l'avenir de Vivarte. Équilibré sur deux pattes (La Halle et Caroll), on peut imaginer pour le groupe une cession partielle ou totale des actifs restants, tout autant qu'une mise en Bourse, ou qu'une acquisition de marque pour compléter l'offre. Ce n'est pas de mon ressort mais de celui des actionnaires », énonce Patrick Puy, [confirmant également sa prise de recul](#) ainsi que l'annonçait FashionNetwork.com : il ne conservera que la présidence de Vivarte et nommera donc avant le printemps 2019 un directeur général expert du retail.

L'Ebitda du groupe aux 10 000 salariés ressort à 50,7 millions d'euros (contre 47 millions l'année précédente à périmètre constant), tandis que les pertes nettes ont été réduites, passant de 305 à 122 millions d'euros sur cet exercice. L'entreprise, dont les capitaux propres atteignent 131 millions d'euros, prédit que son résultat net sera positif en 2019. Le produit des cessions effectivement

réalisées cette année avoisine les 300 millions d'euros, dont 52 millions pour Naf Naf [vendu au chinois La Chapelle](#).

La Halle, la pierre angulaire de Vivarte, a pesé 873 millions d'euros en 2017/18, soit une baisse de 2,5 % par rapport à l'année précédente. L'enseigne qui orchestre toujours la fusion de ses entités chaussure et vêtement et ouvre des magasins mixtes, aurait doublé sa rentabilité « grâce à la fermeture des magasins non rentables ». Le parc de 835 magasins a vocation à n'en compter que 500 dans 10 ans, avance Patrick Puy.

Une vingtaine de magasins au nouveau format mixte mode et chaussure doivent néanmoins ouvrir durant ce nouvel exercice et un déploiement international est prévu d'ici 2020, notamment en Afrique.

L'enseigne de mode féminine Caroll, présentée comme la pépite du groupe, a quant à elle connu un nouveau revers, affichant un recul de ses ventes de l'ordre de -9 %, à environ 230 millions d'euros. « Caroll a passé une année difficile mais reste rentable et a réussi à rajeunir sa clientèle : la moyenne d'âge a baissé de 57 à 53 ans ».



La situation s'avère disparate pour [les trois marques de souliers que Vivarte vient de mettre en vente](#) : San Marina (120 millions d'euros, - 9 %) a connu la même dégringolade que Caroll, tandis que Minelli semble tirer son épingle du jeu et rester à flots, avec une légère progression de 1 % pour 129 millions d'euros de chiffre d'affaires. Cosmoparis, qui génère une vingtaine de millions d'euros, affiche une hausse de 3 %.

Ces trois enseignes seront vendues d'ici mai ou juin prochain. « Nous n'avons pas dégagé assez d'Ebitda pour soutenir le développement de toutes nos marques, c'est la raison de cette mise en vente, expose Patrick Puy. Il n'y a aucune urgence, si nous ne trouvons pas le bon acquéreur, on les gardera ».

En octobre, [Vivarte a officialisé la vente de Chevignon à un trio d'acquéreurs](#) composé du groupe Royer, de Stéphane Collaert et Thierry Le Guénic.

Au sujet de la dette du groupe, le dirigeant indique que celle-ci a été ramenée à 302 millions d'euros, suite notamment à la vente de Besson. « Nous honorerons facilement l'échéance de remboursement d'octobre 2019, à hauteur d'une centaine de millions d'euros ». L'échéance finale est programmée en octobre 2021. « Le montant de la dette, qui était de 3 milliards il y a quelques années, était dingue. Ce ne sont pas les choix stratégiques qui ont été mauvais par le passé, mais les difficultés provenaient du fait de ne pas pouvoir investir ».

D'autre part, le pool de créanciers du groupe a vu son périmètre fortement réduit, passant de 172 à une quarantaine, « dont l'un d'entre eux a quasi la majorité des parts », annonce le PDG sans préciser son nom.

Le plan d'investissement pour La Halle et Caroll s'accompagne d'une enveloppe de 100 millions d'euros sur trois ans. 43 millions ont été investis en 2018, et 28 millions le seront en 2019. Des efforts doivent être également engagés sur les stocks : ceux-ci s'élevant actuellement à 420 millions d'euros.

Cet automne s'est avéré compliqué pour le groupe, notamment du fait du mouvement des gilets jaunes. « On a perdu une quinzaine de millions d'euros de ventes entre mi-novembre et mi-décembre, nos ventes ayant fléchi de 25 % chaque samedi ». Le dirigeant anticipe tout de même un bilan positif pour l'exercice 2018/19, assorti d'une croissance de 2 %.