

KA INTERNATIONAL A CHANGÉ DE MAINS

L'enseigne de déco a été rachetée par Sherpa Capital.

C'EST une nouvelle ère qui s'ouvre pour *Ka International*. En quelques mois, l'enseigne espagnole de textile de décoration a changé de propriétaire et son nouvel actionnaire vient également de racheter un concurrent, *Maison Décor* (35 boutiques). Fin juillet, l'enseigne – dont le réseau avait chuté à 291 boutiques (contre 321 en avril 2011) – est passée entre les mains d'un fonds de restructuration espagnol, *Sherpa Capital* (qui a pris 90% du capital). L'enseigne appartenait auparavant au fonds de capital-risque *Mercapital*. La vente aurait avoisiné les 10 millions d'€, selon plusieurs sources.

«Pour nous, c'est un grand changement : notre nouveau propriétaire possède une vision à long terme et pas aussi financière que l'ancien», remarque Roberto Alonso, le directeur général de *Ka International*, qui est resté aux commandes. *Sherpa Capital*, doté de 30 millions d'€ et créé en octobre 2010, a été constitué par des chefs d'entreprise de la région de Valence qui souhaitent investir dans des sociétés souffrant de la crise. «Ce sont des gens qui croient en l'entreprise et qui possèdent les capitaux nécessaires pour transformer l'entreprise et moderniser son réseau», poursuit Roberto Alonso. Pour le président de *Sherpa Capital*, Eduardo Navarro, *Ka International* est «une entreprise très attirante, car elle possède une grande notoriété et un excellent positionnement, des produits attractifs, une grande présence internationale et une belle équipe managériale».

Il aura ensuite fallu à peine trois mois au nouveau propriétaire pour racheter l'un des principaux concurrents de *Ka* en Espagne, l'enseigne de décoration *Maison Décor* (10 millions d'€ de chiffre d'affaires). «Il faut toutefois préciser qu'avant de changer de propriétaire, cette opération faisait déjà partie de nos plans», indique Roberto Alonso. Les 35 boutiques de *Maison Décor* sont des franchises. Seize d'entre elles sont situées à l'étranger, notamment à Francfort et à Munich, à Athènes, à Casablanca, à Oslo, à Lisbonne, à Cascais et Santarem (Portugal), à Bordeaux, à Catania, à Naples et à Rome, enfin, à Puebla



ROBERTO ALONSO, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE KA INTERNATIONAL. «Notre nouveau propriétaire possède une vision à long terme». DR



DÉCOR KA INTERNATIONAL. Le repeneur de l'enseigne de tissus d'ameublement et de canapés a aussi racheté *Maison Décor*, le principal concurrent de *Ka International*. DR

(Mexique). «Cette enseigne est de même niveau de gamme que *Ka*, avec une cible identique. L'idée est d'intégrer petit à petit ces franchises au réseau *Ka International*, car leur situation géographique est complémentaire de la nôtre», observe le directeur général de *Ka International*. Mais nous n'allons pas pour autant forcer les franchisés, nous voulons que tout se passe en douceur.»

L'enseigne de décoration gagne plus qu'un réseau. Car le groupe espagnol *Alhambra*, ancien propriétaire de *Maison*

Décor, va entrer, à cette occasion, dans le capital de *Ka International*, à une hauteur qui n'est pas encore définie. *Sherpa Capital* devant détenir, pour sa part, 70%. «Avec cette opération, nous gagnons aussi un associé industriel solide, très bien positionné et qui facture 70% de ses ventes à l'international. Nous réalisons une synergie», assure Roberto Alonso. Le groupe *Alhambra*, éditeur de tissus, reste, par exemple, très bien placé en Asie, dans les pays arabes et en Amérique latine, «qui sont justement des zones où nous voulons

nous développer et où nous aurons donc déjà des contacts», insiste le directeur général de *Ka International*, pour qui la logique de toute cette opération «n'est pas seulement financière mais également industrielle».

L'année 2012 sera celle de la consolidation du réseau, pour stabiliser le cœur du métier de *Ka International*. L'enseigne prévoit, pour 2011, un chiffre d'affaires dans la lignée de celui de 2010 (111 millions d'€). L'accent sera mis, dans les trois prochaines années, sur quatre marchés européens : la France, l'Allemagne, l'Italie et la Norvège. «Nous considérons que c'est là que nous pouvons développer notre réseau, nous avons encore des zones inexploitées en France et en Allemagne», estime Roberto Alonso. L'Espagne, déjà bien quadrillée, ne connaîtra pas, en revanche, de plans d'expansion. *Ka International* repartira sur des bases assainies en France, où l'enseigne ne compte plus que 17 magasins (contre 24 en avril dernier). Ceux de Rouen, Quimper, Lille, La Rochelle, Caen, Saint-Maur et Le Havre ont fermé leurs portes.

Le directeur général de *Ka International* ne prévoit pas d'améliorations perceptibles l'année prochaine sur le front de la macro-économie : «Même l'Allemagne, qui va pourtant bien, pose problème, car les Allemands ne consomment pas, ils économisent.» Mais Roberto Alonso rappelle que les opportunités existent : *Ka International* vient ainsi de racheter un concurrent et de plus en plus de boutiques veulent devenir des franchises. Les projets annoncés en avril dernier par *Ka International* sont toujours à l'ordre du jour, mais ils seront retardés. Comme l'implantation de la vente sur Internet à l'international, qui ne devrait intervenir qu'au second semestre 2012. Ou encore le développement du linge de maison : «Nous nous concentrons d'abord sur notre cœur d'activité, à savoir les tissus d'ameublement et les canapés. Petit à petit, nous développerons le reste.» Plus que jamais, une politique conservatrice guidera les dirigeants de *Ka International*.

VALÉRIE DEMON, A MADRID ●

Ses ventes chutent et sa perte triple

L'anglais Jjb Sport s'empêtre dans les difficultés

LA chaîne britannique de vêtements et d'équipement de sport *Jjb Sports* est toujours en mauvaise posture. Au cours de son premier semestre, ses ventes à parc comparable ont plongé de 18%. L'enseigne a presque triplé ses pertes avant impôts, qui atteignent désormais 76 millions d'€. Alors que Keith Jones, son dirigeant, admet que «les mauvaises conditions de consommation en Grande-Bretagne rendent difficile l'amélioration des performances de la chaîne», il relève que ces dernières ont été «sévèrement affectées par les activités promotionnelles et les températures inhabituellement élevées au cours du dernier trimestre».

Durant cette période, l'enseigne a réduit son parc, fermant les portes de 49 magasins suite au moratoire négocié il y a quelques mois avec ses créanciers. Elle a en outre obtenu une réduction de loyer pour ses autres magasins, réalisant ainsi une économie de 15 millions d'€. L'enseigne a pu rénover 86 magasins dans le cadre de son plan de restructuration, suivant un nouveau concept plus haut de gamme ciblé vers les «amateurs de loisirs et les familles sportives».

Tandis que l'enseigne peine à remonter la pente depuis qu'elle a échappé de justesse au redressement, ces derniers résultats malmènent les objectifs que s'était

fixés l'enseigne lors de son augmentation de capital, en mars dernier. «Ayant sauvé l'enseigne de la faillite, nous allons nous concentrer sur une réduction significative des coûts», annonce le dirigeant, qui explique avoir été contraint de «rebudgéter le plan de restructuration pour les six prochains mois, sur une base des ventes et des coûts plus faible».

Néanmoins, même s'il concède qu'il «reste beaucoup à faire», Keith Jones assure que «des progrès ont été réalisés».

MAGASIN JJB SPORTS. L'enseigne britannique a fermé 49 magasins au premier semestre.

Jon Parker Lee



Malgré les conditions extrêmement difficiles du marché, le nouveau parc réduit de magasins et d'autres initiatives d'économie de coûts auraient permis à l'enseigne de «maintenir un contrôle serré» de ses finances. La chaîne, qui affirme ne pas prévoir une nouvelle levée de capital, dit avoir élaboré «différents scénarios de ventes» en prévision de la période cruciale des fêtes de fin d'année, estimant avoir «un capital suffisant pour y faire face à moyen terme». La chaîne se prépare en outre à d'autres périodes «critiques» telles que le Championnat d'Europe de football et les Jeux Olympiques l'année prochaine.

Jjb Sports, qui dispose de 195 magasins et est détenu à 85% par les fonds *Invesco Perpetual*, *Crystal Amber*, *Harris Associates* et *Bill and Melinda Gates Foundation*, n'est pas le seul à souffrir. Le distributeur de vêtements et d'équipements de sport britannique *Blacks Leisure* a également plongé dans le rouge au cours du premier semestre 2011, doublant ses pertes, à 18 millions d'€.

DELPHINE ARBONNE, A LONDRES ●