

## Charles Jourdan et Stéphane Kélian sont de retour

réunit une soixantaine d'acteurs de ce secteur – a d'ailleurs tout récemment repris l'ex-siège social de *New Man*. A Cholet, le bâtiment de 8.000 m<sup>2</sup> va être transformé pour accueillir à l'automne les sociétés *Euroka (Kickers) Yero Shoes, CD Shoes*, jusqu'ici installées à Montaigu, à une trentaine de kilomètres, et les licences *Hello Kitty, Morgan, Chipie*. Un regroupement qui constituera le pôle Junior du groupe. Seules *Aster* et *Mod'8*, dont le déménagement de la région bordelaise aurait pu créer des problèmes sociaux, resteront sur place.

En devenant voisin de *Cwf (Children Worldwide Fashion)*, leader européen des vêtements haut de gamme pour enfant sous licence, et du groupe *Zannier* à Saint-Macaire-en-Mauge, *Royer* bénéficiera de la proximité du Pôle Enfant, qui a bataillé pour la venue du groupe en terre choletaise. «Un dossier majeur pour le département», reconnaît sans détour Philippe Musset, secrétaire général du comité d'expansion du Maine-et-Loire. Un dossier tellement important pour les élus locaux qu'ils n'ont pas hésité à mettre la main à la poche pour déployer un véritable tapis rouge au patron du groupe de chaussures, réputé pour ne rien demander aux élus locaux. Comme ce fut le cas à Romans pour la relance de *Stephane Kélian* et de *Charles Jourdan*. «Etonnant», se risque Jacques Royer, attaché à sa liberté, qui vient également d'investir dans un nouveau bâtiment de 3.000 m<sup>2</sup> à Paris pour réunir, cette fois, des bureaux de style et des show-rooms pour *Kickers, Tss, Converse, Aster* et *Mod'8*, jusqu'à présent disséminés sur trois sites. Des espaces voulus à la hauteur des repositionnements entrepris.

### Ressources humaines

Humainement, tout en capitalisant sur l'évolution des hommes en interne, le groupe a aussi su capter les talents pour le style (Alexandra Neel et Lické Madsen pour *Charles Jourdan* et *Stephane Kélian*), la direction des pôles, des marques et des réseaux. Au fil des années, le groupe a ainsi attiré Stéphane Grimault, l'ex-Pdg de *Reebok France*, Véronique Guéritot (ex-*Sonia Rykiel*) pour développer les marques propres *Charles Jourdan* et *Stephane Kélian*, Eric Lechat, ex-directeur général du groupe *Carlzeiss vision* pour la France et l'Espagne, ou encore Anne Cirio, ex-Drh de *Darjeeling* (groupe *Chantelle*), etc. Un ensemble de compétences qui doit permettre au groupe d'atteindre ses objectifs. Une insolente réussite dans un secteur quasiment déserté en France. La clé du succès ? «C'est le fruit d'un savoir-faire mis au service des marques», analyse l'un des collaborateurs.

Lancé en plein développement de la grande distribution, le groupe a su habilement négocier les virages de la licence, des marques propres en passant du mass market à la mode et au luxe. La méthode *Royer*? Mettre des gens en face des gens. Valider les savoir-faire avant d'écrire le plan développement. Une stratégie qui a permis à *Converse* de passer de 7.000 à 4 millions de paires en quelques années. «Quand j'ai intégré le groupe, se souvient Stéphane Grimault, Jacques Royer m'a dit qu'il n'était pas un "énervé" du chiffre d'affaires. Quand on vient d'une entreprise américaine, ça surprend», reconnaît l'ex-Pdg de *Reebok France*. Pour Fidel Fernandez, entré dans le groupe *Royer* il y a vingt ans, la réussite tient à la qualité des produits et des soixante-dix partenariats engagés. «Quand nous allons dans un pays, nous ouvrons un bureau pour suivre le produit au quotidien, dit-il. Et ça fait vingt ans que ça dure.»

E.T. ●

**LE MAGASIN CHARLES JOURDAN RÉCEMMENT INAUGURÉ RUE FRANÇOIS-1<sup>ER</sup>, A PARIS.**  
Pour redonner une nouvelle vie aux deux marques de luxe qu'il a récemment acquises, le groupe Royer a recruté de nouveaux stylistes.  
*Frédéric Thuillat/Journal du Textile*



**B**LOQUÉ en Suisse par une procédure judiciaire, le problème des droits de licence à l'international de la marque de chaussures *Charles Jourdan*, jusque-là détenus par un fonds d'investissement, pourrait trouver une issue favorable au cours de l'été. «J'ai confiance», lâche Jacques Royer, toujours très prudent vis-à-vis d'éventuels rebondissements juridiques. Un scénario qui permettrait alors au groupe *Royer*, reprenneur de la marque en début d'année, d'écarter un obstacle. Mais, sans plus attendre, les équipes de *Royer* se sont attelées à redessiner l'avenir de *Charles Jourdan* pour refaire briller la marque haut de gamme, de fabrication 100% française, à l'international.

Ambitieux programme. «Et un chantier énorme», confie Stéphane Grimault, directeur du pôle Luxe du groupe *Royer*, qui réunit désormais sous un même destin les marques de chaussures de luxe *Charles Jourdan* et *Stephane Kélian*. Deux styles : l'un très haut de gamme, plutôt glamour, pour le soir, l'autre, plus créateur. «Deux monuments de la chaussure française», estime Stéphane Grimault.

En préalable, il a fallu reconstruire un outil industriel. L'idée d'utiliser l'ancienne usine *Charles Jourdan* à Romans a très vite été abandonnée. Trop vaste et surtout trop chargée en émotion. On est donc reparti de zéro. Ailleurs. A côté. Seul du matériel a été transféré pour équiper une nouvelle unité de production (modèle, maquette, échantillon) de 500 m<sup>2</sup> capable de produire 300 paires par jour. Soit un potentiel de 30.000 paires par an pour les deux collections. Une taille voulue pour produire 100% français et s'adapter à la fluctuation du marché. L'atelier qui produira à la fois pour *Charles Jourdan* et *Stephane Kélian* emploie à ce jour une trentaine de personnes pour le modélisme, les maquettes et l'échantillonnage. Surtout, il fait intervenir une dizaine de sous-traitants locaux pour les tiges, les formes, les talons. Une solution qui doit permettre à l'entreprise de garder la souplesse et la fluidité

qui ont pu faire défaut par le passé dans ce secteur.

«C'est tout l'enjeu du projet pour les cinq prochaines années. Nous voulions d'abord valider les savoir-faire avant d'écrire le plan de développement, rappelle Stéphane Grimault. Toute une génération dispose d'un énorme savoir-faire. Or beaucoup ont abandonné le métier ou se sont tournés vers d'autres horizons, comme la maroquinerie. Rares sont ceux, maintenant, qui veulent repartir pour l'aventure et transmettre leur savoir-faire.»

«On ne reconstruira pas Charles Jourdan sur la seule nostalgie en s'obstinant à vouloir faire revivre un passé révolu. Pour renaître, la marque devra être entièrement réinventée», disait Jacques Royer au moment du rachat. Un besoin de sang neuf qui s'est notamment traduit par le recrutement de la styliste Alexandra Neel, en charge de la direction artistique pour *Charles Jourdan*, et de Lické Madsen pour *Stephane Kélian*. La mise en place de la production et du style laisse maintenant place à la commercialisation de la marque en France et à l'international. Une mission tout récemment confiée à Véronique Guéritot, qui dirigeait une ligne de chaussures chez *Sonia Ry-*

*kiel*. Les premières collections (120 modèles par collection) ont fait leur apparition dans les deux nouvelles boutiques de *Stephane Kélian* et *Charles Jourdan*, ouvertes en novembre pour la première et il y a quelques semaines pour la seconde, sur 50 m<sup>2</sup> chacune, rue François-1<sup>er</sup> à Paris.

L'écrin de *Charles Jourdan*, conçu par Denise Omer, de la société *Code Déco*, est habillé de noir et d'étagères blanches mettant en valeur les modèles. Même volonté chez *Stephane Kélian*, où les modèles s'organisent dans une espèce de damier blanc doté de miroirs. Ces deux visions devraient participer à l'élaboration d'un concept mixte qui permettra d'écrire l'histoire des marques. Il sera décliné dans les huit points de vente du réseau à Marseille, Lyon, Toulouse, Bordeaux, Paris (rue du Cherche-Midi) et dans les deux magasins d'usines de Romans et de l'île-Saint-Denis. Un parc qui pourrait devenir une chaîne de magasins. «Nous réfléchissons à étoffer l'offre avec des licences de bagages et de textile», indique Jacques Royer, en quête de partenaires distributeurs pour implanter les marques en Asie, en Russie, au Moyen-Orient et, bien évidemment, en Europe.

E.T. ●

**LE MAGASIN STEPHANE KÉLIAN DE LA RUE FRANÇOIS-1<sup>ER</sup>.**  
Le concept devrait être décliné dans de futurs points de vente.  
*Frédéric Thuillat/Journal du Textile*

