Lamarthe recentre son organisation sur sa valeur ajoutée

Dans l'environnement macro économique actuel et face au manque de visibilité qui en résulte, Lamarthe choisit de recentrer son organisation sur ses activités à forte création de valeur (le style, le marketing et les ventes) et de « variabiliser » sa structure de coûts de fabrication. Ainsi, Lamarthe a signé un accord préliminaire avec un partenaire industriel de premier plan, en vue de la signature d'un contrat d'externalisation de sa production qui devrait être mis en place dès le mois de mars 2009.

Une plus grande flexibilité

Afin d'accroître la flexibilité de sa structure et d'améliorer son BFR, Lamarthe a engagé, au cours du 3ème trimestre 2008, un plan de réorganisation de sa chaîne logistique visant à diminuer significativement les frais fixes du Groupe. La société a choisi, pour cela, de se rapprocher d'un partenaire industriel italien reconnu et spécialisé dans la production d'accessoires de maroquinerie haut de gamme, en sous-traitance pour des marques prestigieuses françaises et italiennes.

Selon les termes négociés dans un contrat exclusif en cours de finalisation sur le plan juridique, ce partenaire assurera, pour Lamarthe, les prestations de modelage, prototypage, achats, approvisionnements, production et contrôle qualité. Lamarthe lui transfèrera l'ensemble de ses effectifs opérant dans ces fonctions, ainsi que son outil de production basé en Roumanie (300 personnes) et en Italie (7 personnes). Le montant brut des actifs transférés devrait s'élever à environ 350 K€.

En contrepartie, Lamarthe s'engage sur un montant annuel d'achats de 3,8 M€, équivalent à 150 000 pièces, une quantité minimale inférieure d'environ 35% au nombre de produits fabriqués en 2007. Au delà de ces quantités, un effet volume permettra de diminuer le coût moyen d'achat par produit.

Au total, ce sont près de 20% des frais fixes qui seront transformés en coûts variables.

Un niveau de qualité garanti, des délais de mise sur le marché optimisés

Ce sont des salariés recrutés et formés par Lamarthe, habitués aux exigences du maroquinier notamment en terme de qualité, qui continueront à assurer la fabrication des produits de la société, sous le contrôle de ses équipes française et italienne. Le partenaire industriel de Lamarthe entend également préserver la politique de production mise en place par le Groupe, en continuant de fabriquer les lignes d'entrée de gamme en Chine, via ses propres implantations.

Commentant cette nouvelle organisation, Mario Gardini, PDG de Lamarthe déclare : «Ce recentrage sur nos activités à forte valeur ajoutée, initié dès le mois d'octobre 2008, démontre notre capacité à réagir, dans un environnement qui se durcit. Le partenaire que nous avons choisi est un groupe solide et expérimenté, que nous connaissons bien puisque nous travaillons ensemble depuis plusieurs années. Ce contrat va nous permettre de continuer à produire nos accessoires dans les usines que nous avons créées afin de garantir à notre clientèle le niveau de qualité auquel nous l'avons habituée. En parallèle, il doit nous permettre d'augmenter notre taux de service et de raccourcir nos délais de mise sur le marché de nos produits.»

Un Groupe recentré sur ses activités à forte création de valeur et sur sa marque

Le groupe Lamarthe va désormais se concentrer sur son cœur de métier : le style, le marketing et les ventes. Sous l'impulsion de Stéphane Verdino, Directeur Artistique depuis le mois d'avril 2008, Lamarthe a finalisé son repositionnement en terme de style dans le respect de ses valeurs intrinsèques : qualité, féminité, créativité. Lamarthe est une marque de « luxe accessible » et entend aujourd'hui consolider ce positionnement.

A propos de Lamarthe :

Créée en 1930, Lamarthe propose des lignes d'articles et accessoires de maroquinerie créatifs et modernes, positionnées sur le segment du « luxe accessible » à destination d'une clientèle essentiellement féminine.

Dotée d'une vocation résolument internationale, la société est présente dans plus de 25 pays, ses deux premiers marchés étant la France et l'Espagne. Le Groupe possède un bureau de style en Italie et une filiale en Espagne.

Lamarthe distribue ses produits au travers de boutiques exclusives en France et en Espagne, et s'appuie à l'international sur des points de vente sélectifs dans les Grands Magasins et les détaillants multimarques.

Plus d'informations sur le site www.lamarthe-finance.com

Contacts :

LAMARTHE
Mario Gardini
Président Directeur Général

Diane Lepel Cointet
Directrice marketing et communication

ACTUS
Relations Analystes / Investisseurs
Nathalie Boumendil
01 53 67 35 74 / nboumendil@actus.fr

Relations Presse
Anne-Catherine Bonjour
01 53 67 36 93 / acbonjour@actus.fr

LAMARTHE
PARIS