

Imaginez-vous plus en forme!

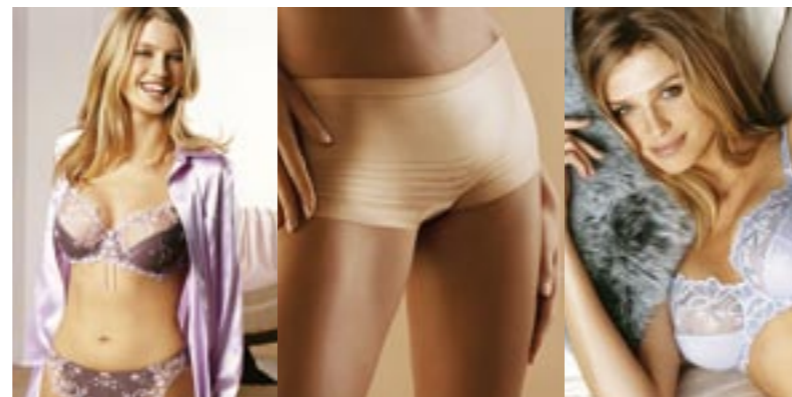


Depuis 1998, Philippe Berthaux dirige la société **EMPREINTE**, positionnée sur le marché de la lingerie comme le spécialiste des poitrines généreuses. En 2003, il devient actionnaire majoritaire avec le soutien actif d'IPO, ayant pour ambition de **rajeunir la marque** et de **la développer fortement à l'international**.



En 1946, dans un petit atelier à Brest, Jean Le Her crée la marque de sous-vêtements EMPREINTE avec quatre ouvrières. C'est le début d'une grande réussite. En 1954, l'entreprise bretonne se spécialise sur le segment

des poitrines généreuses, en inventant la profondeur de bonnet. Suivent en 1968 le premier soutien-gorge sans bretelle, en 1972 la première collection de maillots de bain, en 1996 le modèle « Felice »... Autant d'innovations qui permettent à la société d'occuper la place de leader en France, avec environ 10 % de part de marché. Un positionnement produit très porteur, puisqu'en 12 ans, les poitrines des Françaises ont gagné une taille et une profondeur pour un standard de 90C.



En 1998, EMPREINTE est rachetée par un fonds d'investissement britannique. Philippe Berthaux, qui a occupé différents postes à haute responsabilité chez les leaders mondiaux de la lingerie, prend alors les rênes de l'entreprise. Sous son impulsion, EMPREINTE réduit ses coûts et améliore sa productivité, en délocalisant 1/3 de sa production en Tunisie. Les procédures nécessitant un fort degré de technicité et de contrôle s'effectuent toujours sur le site de Brest, qui compte 130 salariés. La société cherche également à séduire les femmes d'aujourd'hui, par des produits plus esthétiques et plus jeunes, sans se défaire pour autant de son image liée au confort. Cinq ans plus tard, EMPREINTE maintient une croissance annuelle continue de 4 % par an, et l'EBIT s'est stabilisé à un niveau moyen de 10 % du chiffre d'affaires net.

En 2003, Philippe Berthaux prend une nouvelle dimension, en devenant actionnaire majoritaire suite à la volonté de vendre des deux sociétés financières qui détenaient plus de 80 % du capital du groupe. Au terme de cette reprise organisée par IPO, l'équipe de management détient 50,21 % du capital d'une nouvelle holding de contrôle dénommée EUROFASHION, et IPO

49,79 %. De plus, un financement de 1,45 M€ en obligations convertibles mezzanine a été souscrit par IPO et une dette senior de 5 M€ a été mise en place par la CRCA Quercy Rouergue.



Pour François Rouaült de La Vigne, en charge de ce partenariat IPO, « Philippe Berthaux était le reprenneur idéal de cette PME à forte valeur ajoutée. Il disposait d'une importante expérience sur ce marché et dans cette entreprise. Il a réussi à maintenir le chiffre d'affaires et la rentabilité, tout en orientant la marque vers une attitude plus marketing et haut de gamme. » Pour IPO, le changement d'actionnaire doit donner à EMPREINTE un nouveau souffle.

« Notre partenariat est inscrit dans la durée, l'apport financier est là pour mener à bien les changements nécessaires au développement de l'entreprise » conclut François Rouaült de La Vigne.

Depuis sa reprise, EMPREINTE a ainsi accentué son développement international. Pour assurer la commercialisation de ses produits, EMPREINTE a renforcé son réseau de 1 200 revendeurs en France et plus de 2000 à l'international. Présente dans plus d'une douzaine de pays, la société réalise 18 % de son chiffre d'affaires à l'export, surtout en Allemagne, en Grande Bretagne et en Belgique, mais aussi au Canada, en Russie ou encore en Afrique du Sud. L'année dernière, l'entreprise a largement investi dans le marketing et la publicité afin de développer la notoriété de la marque (campagne de publicité TV, photographies de mode...). En 2004, elle a réalisé un chiffre d'affaires de 12,6 M€.



Le point de vue de Philippe Berthaux, P.-D.G. de Empreinte.

« Le partenariat avec IPO est une réussite totale. C'est un actionnaire qui s'engage sur la durée, contrairement au LBO précédent où nous avons une pression beaucoup plus forte à court terme. Nos interlocuteurs IPO connaissent très bien le monde du textile, ils comprennent et soutiennent notre stratégie de développement. Notre objectif est de réaliser 40 % de notre chiffre d'affaires à l'international d'ici 5 ans, contre 20 % actuellement. Nous avons l'avantage d'être sur un marché de niche très porteur, avec des produits techniquement difficiles à réaliser. Ceci nous permet de résister à l'offensive chinoise, et de préserver un tiers de nos emplois en France. »