

Juin 2016

OLLY GAN et
CM-CIC Investissement

Une rencontre modèle.



CM  **CIC**
 **Investissement**

1981 OLLY GAN

Créée à Aix-en-Provence en 1981, Olly Gan est aujourd'hui l'un des grands noms du prêt-à-porter masculin en France. À la tête de l'entreprise depuis 2007, Claude Gigou nous expose sa stratégie de développement dans un secteur de l'habillement en pleine mutation.



Claude Gigou





OLLY GAN et CM-CIC Investissement, un partenariat taillé pour la croissance.

Quel est le positionnement de Olly Gan ?

Claude Gigou : Nous sommes des spécialistes du chic abordable dans le prêt-à-porter masculin. Concrètement, cela signifie qu'un costume chez Olly Gan coûte deux fois moins cher que dans une enseigne haut de gamme et deux fois plus que dans une enseigne « Mass market ». Dans les centres commerciaux, où se situent 80 % de nos boutiques, Olly Gan est généralement le magasin premium.

Le secteur du prêt-à-porter a beaucoup souffert au cours des 10 dernières années.

Avez-vous été impactés ?

C.G. : Heureusement non. Nous affichons aujourd'hui un taux de rentabilité de 14 %, ce qui est dans la fourchette haute de notre secteur. C'est d'abord le fruit du développement et de la réorganisation de notre réseau depuis 2007. Nous sommes en effet passés de 70 à 150 magasins. Nous avons quasiment abandonné la franchise classique, qui représentait la moitié des enseignes du réseau il y a 10 ans, pour privilégier les succursales (trois quarts du réseau aujourd'hui) et les commissionnaires affiliés. Cette transformation stratégique nous a permis de mener une politique de

gestion intégrée et d'optimiser la rotation des stocks et la logistique. À l'horizon 2020, nous visons un réseau de 200 à 250 magasins pour assurer une couverture complète du territoire français.

Au-delà de ce maillage national, quels sont vos autres leviers de développement ?

C.G. : L'un des grands défis de notre secteur est aujourd'hui la maîtrise de la vente omnicanal. C'est pourquoi nous mettons actuellement en place dans toute l'entreprise un système web to store /store to web global, avec notamment une visibilité en temps réel des stocks disponibles pour les clients. Nous travaillons également sur la valorisation de notre positionnement et la modernisation de notre image, tant en magasin qu'en communication externe. Après quelques années de stand-by, nous allons ainsi reprendre la parole dans les grands médias, à partir de l'automne prochain.

Des opérations de croissance externe sont-elles également envisageables ?

C.G. : C'est effectivement l'un de nos axes de développement majeurs. Le groupe vient de faire l'acquisition de la société Peter Polo Saint-Tropez spécialisée dans



le « beachwear ». Nous avons de grandes ambitions pour cette enseigne, aujourd'hui présente sur la côte méditerranéenne, que nous souhaitons développer sur les villes balnéaires de l'Atlantique et d'Europe. Nous n'excluons pas non plus d'autres acquisitions de marques complémentaires sur le segment du prêt-à-porter masculin.

Quel est le rôle de CM-CIC Investissement à vos côtés ?

C.G. : Depuis 2007, par le biais de plusieurs LBO, l'équipe dirigeante est montée au capital de l'entreprise dont elle détient désormais 52 %. Chef de file de nos partenaires financiers, CM-CIC Investissement nous a fait profiter de son expertise en matière d'opération de transmission, pour mener à bien cette évolution. Ce partenariat est pour nous stratégique car, investissant sur ses fonds propres, CM-CIC Investissement peut nous accompagner dans la durée. Pour nous, cette visibilité à long terme est essentielle. Elle nous permet de lancer des projets structurants dans un secteur en pleine mutation, mais également d'associer au capital les jeunes cadres qui, demain, dirigeront l'entreprise.



14%
de rentabilité

150
magasins

+ de 400
salariés



OLLY GAN

vu par Laurent Sallet,
CM-CIC Investissement.



Laurent sallet

Claude Gigou, que nous connaissons depuis plusieurs années, a bien cerné les atouts de notre positionnement en capital-investissement. C'est ainsi que CM-CIC Investissement a pu structurer, à ses côtés, une opération sur mesure permettant à l'équipe dirigeante de devenir majoritaire. Préparée très en amont de notre entrée au capital en 2014, nous avons également coordonné l'entrée des co-investisseurs pour permettre au Groupe d'avoir un actionnariat avec une vision commune et ajuster le financement afin qu'il ne soit pas un frein pour le développement futur.

Depuis l'entrée au capital de CM-CIC Investissement, Olly Gan a ouvert 12 boutiques et fait l'acquisition de la marque enseigne Peter Polo Saint-Tropez. Partenaire actif, CM-CIC Investissement a réinvesti à l'occasion de cette acquisition. Elle a effectué des mises en relation au travers de son portefeuille et son réseau et a apporté son expérience dans le montage des opérations.

La stratégie de développement s'appuie sur la qualité du management et le savoir-faire du Groupe, ce qui permet à Olly Gan d'afficher une progression régulière de son chiffre d'affaires malgré un marché atone depuis plusieurs années.

Olly Gan souhaite aujourd'hui développer les ventes omnicanal et déployer la marque Peter Polo Saint-Tropez en France et à l'export.

Cette stratégie s'inscrit nécessairement dans le temps et correspond parfaitement à nos critères d'investisseur à long terme et à notre volonté d'accompagner des entreprises et des équipes performantes.



CROIRE EN VOUS, C'EST CAPITAL.



Explorer de nouveaux territoires, aller plus haut, aller plus loin...
Chez CM-CIC Investissement, nous croyons aux chefs d'entreprise qui osent. Quels que soient leurs objectifs de développement, nous accompagnons, sur fonds propres et dans la durée, les projets de plus de 435 sociétés, dans le cadre d'un véritable partenariat basé sur la confiance mutuelle.



CM-CIC Investissement - **Lyon**

Espace Cordeliers - 2, rue Président Carnot

69002 Lyon

Tél 04 72 56 91 09

www.cmcic-investissement.com

Paris - Lyon - Nantes - Lille - Strasbourg - Bordeaux - Montréal

Siège Social
28 avenue de l'Opéra
75002 PARIS

CM - CIC
Investissement