

# KERING

(KER.PA) :

GUIDE INVESTISSEUR



# **Kering (KER.PA) : Guide Investisseur**

*Par Fusianima Expert*

ÉDITIONS FUSIANIMA

[Lire la version interactive sur Fusianima.com](https://www.fusianima.com)

# Table des matières

Chapitre 1 : L'Univers Kering : Plus qu'une Action, un Empire du Luxe	4
Chapitre 2 : La Galaxie des Marques : Décoder l'ADN du Groupe	7
Chapitre 3 : Pourquoi Investir dans le Luxe ? Le Secret de la Croissance	10
Chapitre 4 : Kering vs LVMH et Hermès : Le Match des Géants	13
Chapitre 5 : Lire les Chiffres sans avoir Mal à la Tête	16
Chapitre 6 : L'Effet Gucci : Maîtriser le Risque de Concentration	19
Chapitre 7 : La Conquête de l'Asie et des USA : Les Moteurs de Demain	22
Chapitre 8 : Luxe Éthique et Durable : L'Engagement Kering comme Levier	25
Chapitre 9 : Dividendes et Rendement : Toucher sa Part du Gâteau	28
Chapitre 10 : Acheter sa Première Action : Guide Pas à Pas	31
Chapitre 11 : Psychologie de l'Investisseur : Garder son Calme en Zone de Turbulences	34
Chapitre 12 : Analyse Technique Simplifiée : Le Bon Moment pour Acheter	37
Chapitre 13 : Votre Plan d'Action Personnalisé : Devenir un Actionnaire Averti	40

# Chapitre 1

## L'Univers Kering : Plus qu'une Action, un Empire du Luxe

Introduction : Comprendre le Géant derrière le Symbole

Investir dans Kering, ce n'est pas seulement parier sur une courbe boursière, c'est devenir copropriétaire d'un des piliers de l'économie mondiale du luxe. Sous le code KER.PA se cache un empire bâti sur l'audace d'un homme et une transformation industrielle sans précédent.

L'Histoire d'une Métamorphose Spectaculaire

Point Clé 1 : Les racines de François Pinault

- Fondation en 1963 par François Pinault, initialement spécialisé dans le négoce de bois.
- Une croissance rapide par acquisitions successives dans le secteur de la distribution.
- Le groupe devient PPR (Pinault-Printemps-Redoute), dominant le commerce de détail en France avec des enseignes iconiques comme la Fnac, Conforama ou La Redoute.

Point Clé 2 : Le virage stratégique vers le luxe

- En 1999, l'acquisition de 42% du groupe Gucci marque le point de départ d'une nouvelle ère.
- S'ensuit une cession progressive de tous les actifs de distribution (vente de Printemps en 2006, de la Fnac en 2013).

- En 2013, le groupe change officiellement de nom pour devenir Kering, un nom qui évoque le "soin" (caring) et les racines bretonnes de la famille ("ker" signifiant maison).

### La Stratégie Kering : Un Modèle de "Pure Player"

#### Point Clé 3 : Un portefeuille de marques puissantes

Kering ne gère pas ses marques de manière uniforme ; il leur laisse une autonomie créative totale tout en mutualisant les ressources logistiques et financières. Voici les piliers du groupe :

- Gucci : La locomotive financière, représentant une part majeure du chiffre d'affaires.
- Saint Laurent : L'équilibre parfait entre héritage parisien et croissance rentable.
- Bottega Veneta : Le luxe discret et l'excellence du savoir-faire artisanal italien.
- Balenciaga : La marque pionnière qui définit les tendances et attire une clientèle plus jeune.
- Kering Eyewear : Une division interne performante qui gère les licences de lunettes pour l'ensemble du groupe.

#### Point Clé 4 : Vision stratégique et positionnement mondial

- Agilité créative : Kering est réputé pour sa capacité à changer de directeurs artistiques pour relancer des cycles de croissance (ex: l'ère Alessandro Michele chez Gucci).
- Développement Durable : Le groupe est un leader mondial reconnu pour ses normes éthiques et environnementales (EP&L - Environmental Profit & Loss).
- Focus sur le Luxe pur : Contrairement à certains concurrents, Kering s'est totalement désengagé de la distribution pour maximiser ses marges opérationnelles.

## Kering face à ses concurrents : Le match des géants

Dans l'arène du luxe, Kering se bat principalement contre trois types d'acteurs :

- LVMH : Le leader absolu, beaucoup plus diversifié (vins, spiritueux, hôtellerie), là où Kering reste focalisé sur la mode et les accessoires.
- Hermès : Le modèle de la rareté absolue et de la résilience, souvent moins volatil que Kering en période de crise.
- Richemont : Le géant suisse spécialisé dans la haute joaillerie (Cartier), un secteur où Kering renforce actuellement sa présence (Boucheron, Pomellato).

*LE CONSEIL PRO : En tant qu'investisseur, gardez toujours un œil sur Gucci. Étant donné que cette marque pèse pour plus de 50% du chiffre d'affaires et encore davantage dans les bénéfices, la santé de l'action Kering est historiquement corrélée à la performance et à l'attractivité de Gucci auprès des clients asiatiques et américains.*

# Chapitre 2

## La Galaxie des Marques : Décoder l'ADN du Groupe

### L'ADN de Kering : Un Portefeuille de Maisons Iconiques

Investir dans Kering, ce n'est pas parier sur une seule entreprise, mais sur un écosystème de "Maisons" aux identités distinctes. Comprendre la force de ce portefeuille est essentiel pour évaluer la résilience et le potentiel de croissance du groupe.

#### Étape 1 : Gucci, la locomotive et le baromètre

Gucci est de loin la marque la plus importante du groupe. Elle définit souvent la performance boursière de Kering à elle seule.

- **Identité** : Un mélange d'audace italienne, de maximalisme et, plus récemment, un retour vers un "luxe intemporel" sous la nouvelle direction artistique.
- **Poids financier** : Elle génère environ 50 % du chiffre d'affaires total du groupe et les deux tiers de son résultat opérationnel.
- **Point de vigilance** : Sa forte exposition au marché chinois et sa phase actuelle de transition créative qui impacte les ventes à court terme.

#### Étape 2 : Saint Laurent, la croissance sereine

Si Gucci est la locomotive, Saint Laurent est l'élève modèle du groupe avec une croissance souvent plus régulière.

- **Identité** : L'incarnation du chic parisien, un style "rock & roll" et une élégance intemporelle dominée par le noir et les coupes structurées.

- Poids financier : Elle représente environ 15 à 20 % du chiffre d'affaires.
- Atout majeur : Une excellente rentabilité grâce à une forte présence dans la maroquinerie (sacs à main), qui offre des marges très élevées.

### Étape 3 : Bottega Veneta, le luxe du murmure

Bottega Veneta occupe un créneau spécifique : celui du "Quiet Luxury" (luxe discret), sans logos apparents.

- Identité : Un savoir-faire artisanal italien unique, symbolisé par le tressage du cuir appelé Intrecciato.
- Positionnement : Une marque d'initiés, moins sujette aux effets de mode que ses grandes sœurs.
- Performance : Elle contribue à environ 8 à 10 % du chiffre d'affaires, avec une clientèle extrêmement fidèle.

### Étape 4 : Balenciaga et Alexander McQueen, l'avant-garde

Ces deux maisons sont les laboratoires de tendances du groupe, attirant une clientèle plus jeune et portée sur la mode créative.

- Balenciaga : Connue pour ses volumes radicaux et son mélange entre Streetwear et Haute Couture. C'est une marque puissante sur les réseaux sociaux.
- Alexander McQueen : Incarne une mode plus théâtrale et un héritage britannique axé sur la coupe impeccable (tailoring).
- Rôle stratégique : Elles permettent à Kering de rester pertinent auprès de la Gen Z et des Millénials.

Point Clé : Synthèse du poids financier du groupe

Pour un investisseur, voici la hiérarchie simplifiée de la contribution aux revenus (données indicatives moyennes) :

- Gucci : ~50% (Ultra-dominante)
- Saint Laurent : ~16% (Le relais de croissance)
- Bottega Veneta : ~9% (La stabilité premium)
- Autres Maisons (Balenciaga, McQueen, Boucheron) : ~18% (Le réservoir d'innovation)
- Kering Eyewear : ~7% (Le segment lunettes en forte expansion)

*LE CONSEIL PRO : Ne surveillez pas uniquement le chiffre d'affaires global. Surveillez la dépendance à Gucci. Un investissement réussi dans Kering repose souvent sur la capacité du groupe à faire briller ses "petites" marques (comme Saint Laurent ou Bottega) pour compenser les cycles de transformation de Gucci. Si les marques secondaires performant bien, le risque sur l'action est mieux réparti.*

# Chapitre 3

## Pourquoi Investir dans le Luxe ? Le Secret de la Croissance

### Pourquoi Investir dans le Luxe ? Le Secret de la Croissance

Le secteur du luxe n'est pas une industrie comme les autres. Alors que la plupart des entreprises se battent sur les prix pour attirer les clients, les géants du luxe comme Kering évoluent dans une sphère où la rareté et le prestige dictent les règles. Voici pourquoi ce secteur est considéré comme l'un des plus performants en bourse sur le long terme.

#### Point 1 : Le "Pricing Power" ou le pouvoir de fixer ses prix

Le Pricing Power est sans doute l'atout le plus puissant des sociétés de luxe. Il s'agit de la capacité d'une entreprise à augmenter ses tarifs sans que cela ne réduise la demande pour ses produits.

- L'effet Veblen : Dans le luxe, l'augmentation du prix peut paradoxalement augmenter le désir pour le produit, car il renforce son statut de marque exclusive.
- Protection contre l'inflation : Lorsque les coûts de production augmentent, des maisons comme Gucci ou Saint Laurent répercutent ces hausses sur le client final sans perdre de parts de marché.
- Marges exceptionnelles : Ce pouvoir permet de maintenir des marges opérationnelles très élevées, souvent bien supérieures à la moyenne des autres secteurs industriels.

#### Point 2 : Des barrières à l'entrée quasi infranchissables

On ne devient pas un géant du luxe du jour au lendemain. Le secteur est protégé par

des remparts naturels qui empêchent de nouveaux concurrents de venir bousculer les leaders établis.

- L'héritage et l'histoire : On ne peut pas acheter 100 ans d'histoire. Le patrimoine d'une marque est un actif immatériel inestimable.
- Le savoir-faire artisanal : La maîtrise technique et l'accès à des ateliers spécialisés (maroquinerie, joaillerie) demandent des décennies de perfectionnement.
- Le contrôle de la distribution : Les grands groupes comme Kering contrôlent leurs propres boutiques, créant une expérience client unique et difficile à copier.

### Point 3 : Une résilience économique remarquable

Le luxe est souvent perçu comme une "valeur refuge" au sein du marché actions. Sa capacité à traverser les tempêtes économiques attire aussi bien les fonds de pension que les petits porteurs.

- Une clientèle insensible aux crises : Les clients "Ultra-High Net Worth" (très riches) voient leur pouvoir d'achat peu impacté par les cycles économiques classiques.
- La croissance des classes moyennes émergentes : L'ascension économique de pays comme la Chine, l'Inde ou le Vietnam crée des millions de nouveaux consommateurs chaque année.
- Des actifs tangibles : Les stocks de luxe (sacs, montres) conservent une valeur intrinsèque forte, contrairement à des produits technologiques qui deviennent vite obsolètes.

### Point 4 : Pourquoi les investisseurs privilégient ce secteur

Investir dans le luxe, c'est chercher un équilibre entre croissance et sécurité. C'est un secteur qui combine souvent les avantages des actions de rendement et des actions de croissance.

- Génération de cash : Ces entreprises génèrent énormément de trésorerie (Free Cash Flow), ce qui permet de financer des acquisitions ou de verser des dividendes réguliers.
- Visibilité à long terme : Les tendances de mode passent, mais les marques de luxe s'inscrivent dans la durée, offrant une meilleure visibilité aux analystes financiers.
- Prestige du portefeuille : Détenir du Kering ou du LVMH est souvent perçu comme un gage de qualité pour un portefeuille boursier diversifié.

*LE CONSEIL PRO : Ne voyez pas le luxe comme un secteur de mode éphémère, mais comme une industrie de l'exception. Pour un investisseur particulier, le secret est de surveiller la désirabilité d'une marque : tant que le désir reste intact, la valeur boursière finit toujours par suivre la croissance des bénéfices, malgré la volatilité de court terme.*

# Chapitre 4

## Kering vs LVMH et Hermès : Le Match des Géants

MODULE : Kering vs LVMH et Hermès : Le Match des Géants

Investir dans le luxe français revient souvent à choisir entre trois acteurs majeurs : Kering, LVMH et Hermès. Bien qu'ils partagent le même secteur, leurs modèles économiques et leurs performances boursières diffèrent radicalement.

Point 1 : Les Modèles Stratégiques - Diversification vs Spécialisation

- LVMH (Le Paquebot) : Une stratégie de diversification totale. Avec 75 maisons (Louis Vuitton, Dior, Moët & Chandon, Sephora), le groupe est présent dans la mode, les vins, les cosmétiques et l'hôtellerie.
- Hermès (L'Artisanat Pur) : Un modèle basé sur la rareté extrême et le contrôle total de la production. Hermès ne suit pas les modes, il les survole grâce à une demande structurellement supérieure à l'offre.
- Kering (Le Pure Player Mode) : Une concentration forte sur la Mode et la Maroquinerie (Gucci, Saint Laurent, Balenciaga). C'est un groupe plus agile, mais aussi plus exposé aux cycles de la mode et aux tendances changeantes.

Point 2 : Analyse des Marges et de la Rentabilité

La rentabilité est le juge de paix pour l'investisseur. Voici comment les trois géants se comparent sur le plan opérationnel :

- Hermès : Champion incontesté avec une marge opérationnelle proche de 40 %. Sa capacité à augmenter ses prix (Pricing Power) est la plus forte du secteur.

- LVMH : Une rentabilité solide et stable (environ 26-28 %). Sa taille lui permet de négocier les meilleurs emplacements immobiliers et de réduire ses coûts publicitaires.
- Kering : Une marge plus volatile (autour de 20-25 %). Elle dépend énormément de la performance de Gucci, qui génère traditionnellement la majorité des profits du groupe.

### Point 3 : Performances Boursières et Valorisation

En bourse, le prix que vous payez pour une action dépend de la confiance des investisseurs dans l'avenir :

- Hermès (Le luxe défensif) : Se paie très cher (PER souvent supérieur à 40). C'est une valeur "refuge" qui baisse peu en cas de crise, mais dont le ticket d'entrée est élevé.
- LVMH (La croissance régulière) : Un historique de croissance constante du dividende. C'est le moteur de fond de portefeuille par excellence pour un investisseur de long terme.
- Kering (Le pari du redressement) : Son cours est plus cyclique. L'action est actuellement décotée par rapport à ses pairs, ce qui offre un potentiel de gain plus élevé si la relance de Gucci réussit, mais avec un risque supérieur.

### Point 4 : Forces et Faiblesses de Kering face à ses Rivaux

Pour bien évaluer Kering, il faut comprendre ses avantages comparatifs et ses points de vulnérabilité :

- Force : Potentiel de rebond. Kering est plus "sous-évalué" que ses concurrents. Une simple amélioration des ventes peut entraîner une hausse rapide du titre.
- Force : Portefeuille de marques iconiques. Saint Laurent et Bottega Veneta sont des piliers de croissance très solides qui équilibrent le groupe.

- Faiblesse : Dépendance à Gucci. Si Gucci tousse, c'est tout le groupe Kering qui s'enrhume. Cette concentration est son principal risque stratégique.

- Faiblesse : Sensibilité à la Chine. Kering est très exposé aux classes moyennes-supérieures chinoises, un segment plus volatil que l'ultra-luxe visé par Hermès.

*LE CONSEIL PRO : Ne voyez pas Kering comme un "petit LVMH".  
Considérez-le comme une valeur de retournement (turnaround). Si vous  
cherchez la sécurité absolue, privilégiez LVMH ou Hermès. Si vous cherchez un  
levier de performance avec une décote à l'achat, Kering est le candidat idéal, à  
condition d'accepter une volatilité plus forte sur votre portefeuille.*

# Chapitre 5

## Lire les Chiffres sans avoir Mal à la Tête

Module : Lire les Chiffres de Kering sans avoir Mal à la Tête

Investir dans le luxe, c'est avant tout comprendre la santé des Maisons qui composent le groupe. Pas besoin d'être expert-comptable pour évaluer Kering : il suffit de savoir où regarder. Voici les trois piliers pour analyser les résultats comme un professionnel.

Étape 1 : Le Chiffre d'Affaires (CA), le moteur de la croissance

C'est l'argent total encaissé par la vente de sacs, de chaussures et de bijoux. Pour Kering, il faut distinguer deux types de croissance :

- La croissance publiée : C'est le chiffre brut, qui inclut les variations des taux de change (l'euro par rapport au dollar ou au yuan).
- La croissance organique (en comparable) : C'est l'indicateur le plus important. Il montre la croissance réelle des ventes à périmètre et taux de change constants.
- Le poids de Gucci : Surveillez la part de Gucci dans le CA total. Historiquement, cette marque représente environ 50% des ventes et une part encore plus grande des bénéfices.

Étape 2 : Le Résultat Opérationnel Courant (ROC), la machine à profit

Le ROC indique ce que le groupe gagne réellement après avoir payé ses coûts de fabrication, ses loyers de boutiques et ses frais marketing, mais avant les impôts et les éléments exceptionnels.

- La Marge Opérationnelle : C'est le ROC divisé par le Chiffre d'Affaires. Dans le

luxe, on attend des marges élevées (souvent entre 25% et 35%).

- La santé des "Autres Maisons" : Regardez si Yves Saint Laurent ou Bottega Veneta parviennent à maintenir leurs marges même quand Gucci ralentit.
- Le caractère "Courant" : Ce terme signifie que l'on exclut les événements rares (comme une amende ou une restructuration) pour voir la performance réelle du business quotidien.

### Étape 3 : Le Flux de Trésorerie (Free Cash Flow), l'oxygène du groupe

C'est l'argent qui reste réellement dans les caisses une fois que Kering a payé toutes ses dépenses et ses investissements (rénovation de boutiques, logistique).

- Le Dividende : C'est grâce à ce flux de trésorerie que Kering peut vous verser une partie des bénéfices chaque année.
- La croissance externe : Cet argent permet aussi de racheter de nouvelles marques (comme Creed récemment) pour diversifier le portefeuille.
- Le désendettement : Un flux de trésorerie solide permet de garder une dette sous contrôle, ce qui rassure les marchés financiers.

### Les indicateurs clés à surveiller lors des publications trimestrielles

Quatre fois par an, Kering publie ses performances. Ne vous laissez pas noyer par le rapport de 50 pages, concentrez-vous sur ces points précis :

- La performance par zone géographique : La Chine (Asie-Pacifique) est-elle en croissance ? C'est le principal moteur du luxe actuel.
- L'évolution du réseau de boutiques en propre : Le luxe délaisse les revendeurs (wholesale) pour vendre directement en boutique, ce qui augmente les marges.
- Le "Guidance" : C'est le message de la direction sur les mois à venir. Si le groupe se

montre prudent, le cours de bourse peut réagir même si les chiffres passés sont bons.

- La dynamique de Gucci : Un changement de designer ou une nouvelle collection peut prendre plusieurs trimestres avant d'impacter les chiffres de manière positive.

*LE CONSEIL PRO : Ne comparez jamais les chiffres d'un trimestre à ceux du trimestre précédent (effet de saisonnalité avec Noël). Comparez toujours par rapport au même trimestre de l'année précédente (ex: T3 2024 vs T3 2023) pour obtenir une image fidèle de la tendance.*

# Chapitre 6

## L'Effet Gucci : Maîtriser le Risque de Concentration

### L'Effet Gucci : Maîtriser le Risque de Concentration

Investir dans le groupe Kering (KER.PA) nécessite de comprendre une réalité fondamentale : le groupe est porté par un moteur surpuissant, mais unique. C'est ce qu'on appelle l'Effet Gucci. Cette section vous apprendra à évaluer si ce moteur est en plein régime ou s'il menace de caler.

#### Point 1 : Comprendre le poids de l'ogre Gucci

Kering n'est pas un conglomérat de marques égales. Le groupe présente une hyper-dépendance envers sa marque phare, ce qui influence directement la valorisation boursière du titre.

- Chiffre d'affaires : Gucci représente historiquement environ 50 % à 60 % des revenus totaux du groupe.
- Rentabilité : Plus crucial encore, la marque contribue à près de deux tiers (environ 65 %) du résultat opérationnel courant de Kering.
- Effet de levier : Toute variation de 1 % des ventes de Gucci a un impact disproportionné sur le bénéfice par action (BPA) de Kering par rapport à n'importe quelle autre marque du portefeuille comme Saint Laurent ou Bottega Veneta.

#### Point 2 : Décrypter les cycles de mode et le renouveau créatif

Le luxe n'est pas un secteur linéaire. Le succès de Gucci repose sur sa capacité à définir les tendances, ce qui rend le groupe vulnérable aux cycles de désirabilité.

- Le rôle du Directeur Artistique : La performance de Gucci est intimement liée à la vision de son créateur (comme le passage du style maximaliste d'Alessandro Michele au style "Ancora" plus épuré de Sabato De Sarno).

- L'essoufflement de l'image : Une esthétique forte finit toujours par saturer le marché. Le risque est que le consommateur s'en lasse avant que la marque n'ait eu le temps de se réinventer.

- Le temps de transition : Entre la nomination d'un nouveau créateur et l'arrivée des collections en magasin, il s'écoule souvent 9 à 12 mois de flottement qui peuvent peser sur les résultats financiers.

Point 3 : Analyser l'impact direct sur le cours de bourse KER.PA

Le marché financier traite souvent Kering comme un "proxy" de Gucci. La volatilité de l'action est le miroir de la santé de la marque italienne.

- La décote de conglomérat : Les investisseurs appliquent souvent une décote à Kering par rapport à LVMH, car LVMH est plus diversifié (vins, montres, hôtellerie), ce qui lisse les risques.

- Réactions aux publications : Si les ventes de Gucci sont inférieures aux attentes, le cours de KER.PA peut dévisser de 5 % à 10 % en une seule séance, même si les autres maisons (Yves Saint Laurent, Balenciaga) performant bien.

- Sensibilité géographique : Gucci étant très forte en Chine, l'action Kering est particulièrement sensible aux indicateurs économiques de la zone Asie-Pacifique.

Point 4 : Les étapes pour surveiller ce risque en tant qu'investisseur

Pour ne pas subir les fluctuations du titre, vous devez adopter une démarche d'analyse systématique avant chaque achat ou vente d'actions.

- Surveillez le "Lyst Index" : Ce classement trimestriel des marques les plus

populaires est un excellent indicateur avancé de la désirabilité de Gucci.

- Analysez la marge opérationnelle : Si le chiffre d'affaires stagne mais que la marge baisse, cela signifie que Gucci doit faire plus de marketing ou de promotions pour vendre, ce qui est un signal d'alerte rouge.

- Observez la diversification interne : Notez si la part de Saint Laurent et de la division "Kering Eyewear" progresse. Plus ces branches montent en puissance, plus le "Risque Gucci" diminue.

*LE CONSEIL PRO : Ne jugez jamais Kering sur son seul ratio Cours/Bénéfice (PER). Un PER bas peut être un "piège à valeur" si Gucci est en fin de cycle créatif. Attendez de voir une stabilisation des ventes organiques chez Gucci sur deux trimestres consécutifs avant de considérer que le point bas du cours de bourse est atteint.*

# Chapitre 7

## La Conquête de l'Asie et des USA : Les Moteurs de Demain

La Géographie du Luxe : Pourquoi l'Asie et les USA Décident du Cours de l'Action

Pour comprendre Kering, il faut lever les yeux de l'avenue Montaigne. Si le groupe est français, son destin se joue principalement à Shanghai et New York.

Le chiffre d'affaires de Kering est fortement concentré sur ces deux zones géographiques majeures, ce qui constitue à la fois une opportunité de croissance massive et un point de vigilance pour l'investisseur.

Point Clé 1 : La Chine, le Poumon Économique de Kering

L'Asie-Pacifique (hors Japon) représente souvent plus du tiers des ventes totales du groupe. Voici pourquoi cette zone est vitale :

- L'émergence des classes moyennes : Des millions de nouveaux consommateurs accèdent chaque année au luxe, voyant dans des marques comme Gucci ou Saint Laurent un symbole de réussite sociale.
- La préférence pour le local : Depuis la pandémie, les Chinois consomment davantage chez eux (à Hainan ou Shanghai) plutôt que lors de voyages en Europe.
- La dépendance de Gucci : La marque phare du groupe est particulièrement exposée à la demande chinoise. Un ralentissement en Chine impacte immédiatement le bénéfice par action.

Point Clé 2 : Le Marché Américain, entre Résilience et Volatilité

Les États-Unis constituent le second pilier de Kering. C'est un marché mature mais

extrêmement dynamique :

- La clientèle "aspirationnelle" : Les USA comptent beaucoup de clients qui achètent des produits d'entrée de gamme (ceintures, petite maroquinerie). Ce segment est sensible à l'inflation.

- L'effet de richesse : La performance de la bourse américaine et de l'immobilier influence directement les dépenses de luxe à Los Angeles ou Miami.

- Le réseau de boutiques : Kering investit massivement pour posséder ses propres murs dans les grandes métropoles afin de mieux contrôler l'image de marque et les marges.

### Point Clé 3 : Les Tensions Géopolitiques et Macro-économiques

Investir dans Kering demande de suivre l'actualité internationale, car les risques sont réels :

- Les barrières douanières : Toute guerre commerciale entre les USA et la Chine, ou entre l'Europe et les USA, peut renchérir le prix des produits et réduire les marges.

- La politique de "Prospérité Commune" : En Chine, les régulations sur l'ostentation peuvent freiner l'ardeur des acheteurs les plus fortunés.

- Les taux de change : Kering produit en zone Euro mais vend en Dollars et en Yuans. Une monnaie forte en Europe peut pénaliser les résultats une fois convertis.

### Point Clé 4 : Comment Analyser ces Zones dans les Rapports Financiers

En tant qu'investisseur, vous devez apprendre à lire entre les lignes des communiqués trimestriels :

- Ventes à périmètre constant : Regardez si la croissance en Asie est organique ou si elle dépend de l'ouverture de nouveaux magasins.

- Le poids relatif : Si la part de l'Asie dépasse 40%, le risque de concentration devient élevé.
- La reprise du tourisme : Surveillez les flux de touristes chinois vers l'Europe et le Japon, car ils achètent souvent avec des marges plus élevées pour le groupe.

*LE CONSEIL PRO : Ne paniquez pas lors d'un ralentissement temporaire en Chine. Le luxe est un marché de cycles longs. Observez plutôt la capacité de Kering à diversifier ses ventes vers d'autres pays émergents comme l'Inde ou l'Asie du Sud-Est (Vietnam, Thaïlande) pour réduire sa dépendance au duo Pékin/Washington.*

# Chapitre 8

## Luxe Éthique et Durable : L'Engagement Kering comme Levier

Luxe Éthique et Durable : L'Engagement Kering comme Levier

Investir dans Kering aujourd'hui, ce n'est pas seulement miser sur des sacs à main ou de la haute couture. C'est investir dans un groupe qui a compris que la durabilité est devenue la condition sine qua non de la rentabilité future.

Le groupe mené par François-Henri Pinault se positionne comme un leader mondial de la transition écologique dans le secteur du luxe, transformant des contraintes environnementales en avantages compétitifs.

Point Clé 1 : Décrypter la Stratégie « Care, Collaborate, Create »

Ce programme est la colonne vertébrale de l'engagement de Kering. Il se décompose en trois piliers stratégiques qui impactent directement la valeur de l'entreprise :

- **CARE (Prendre soin)** : Cet axe se concentre sur la réduction de l'empreinte environnementale. Kering s'est fixé l'objectif de réduire ses émissions de CO2 de 40 % d'ici 2025 sur l'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement.
- **COLLABORATE (Collaborer)** : Il s'agit du volet social. Kering mise sur la parité (plus de 60 % de femmes dans le management) et sur le bien-être animal, en ayant été l'un des premiers groupes à bannir totalement la fourrure animale de ses collections.
- **CREATE (Créer)** : C'est l'innovation pure. Le groupe investit massivement dans des matières alternatives (cuir de champignon, textile recyclé) pour anticiper la raréfaction des ressources naturelles.

## Point Clé 2 : Pourquoi l'ESG influence le cours de bourse (KER.PA)

Les critères ESG (Environnement, Social, Gouvernance) ne sont plus de simples rapports de relations publiques. Ils sont désormais scrutés par les analystes financiers pour plusieurs raisons :

- La réduction des risques opérationnels : Un groupe qui ne respecte pas les normes environnementales s'expose à des amendes massives et à des boycotts. En étant proactif, Kering sécurise sa chaîne logistique.
- L'attractivité auprès des institutionnels : De plus en plus de fonds d'investissement (fonds "verts") ont l'obligation d'investir uniquement dans des entreprises bien notées au niveau ESG. Cela crée une demande stable pour l'action Kering.
- La désirabilité des marques : Les nouvelles générations (Gen Z et Millennials), qui représentent le futur du luxe, privilégient les marques engagées. La durabilité devient un argument de vente pour Gucci ou Saint Laurent.

## Point Clé 3 : L'outil EP&L, une innovation pour l'investisseur

Kering a inventé un outil unique pour mesurer sa performance réelle : le compte de résultat environnemental (EP&L). Voici pourquoi vous devez le connaître :

- Il convertit l'impact naturel (consommation d'eau, pollution) en valeur monétaire.
- Il permet aux investisseurs de voir les "coûts cachés" que l'entreprise assume ou réduit activement.
- C'est un gage de transparence totale qui rassure les marchés financiers sur la gestion rigoureuse du groupe.

*LE CONSEIL PRO : Ne regardez pas seulement la croissance des ventes lors des résultats trimestriels. Consultez le score ESG de Kering sur des plateformes comme MSCI ou Sustainalytics. Une amélioration de ces notes précède souvent une hausse de l'intérêt des grands fonds d'investissement, ce qui soutient mécaniquement le cours de l'action à long terme.*

# Chapitre 9

## Dividendes et Rendement : Toucher sa Part du Gâteau

### Dividendes et Rendement : Toucher sa Part du Gâteau

Investir dans Kering ne signifie pas seulement parier sur la hausse du cours de l'action. C'est aussi devenir copropriétaire d'un géant du luxe et percevoir une partie des bénéfices générés par des marques iconiques comme Gucci, Saint Laurent ou Bottega Veneta.

#### Point Clé 1 : Comprendre l'Historique des Dividendes

Kering a une tradition de partage des profits avec ses actionnaires. Voici ce qu'il faut savoir sur l'historique des versements :

- Une croissance sur le long terme : Malgré les cycles économiques, le groupe a globalement maintenu ou augmenté son dividende sur la dernière décennie.
- La résilience du luxe : Même lors de crises majeures (comme en 2020), Kering a prouvé sa capacité à générer suffisamment de cash-flow pour rémunérer ses investisseurs.
- Le rythme de versement : Généralement, Kering verse son dividende en deux temps : un acompte (souvent en janvier) et le solde (après l'assemblée générale annuelle, souvent en mai).
- Montants récents : Ces dernières années, le dividende s'est stabilisé autour de 14€ par action, reflétant la maturité du groupe.

#### Point Clé 2 : Calculer le Rendement de votre Investissement

Le rendement est l'indicateur qui vous permet de savoir combien votre argent vous rapporte réellement chaque année, indépendamment de la variation du prix de l'action.

- La Formule :  $(\text{Montant du dividende annuel} / \text{Prix d'achat de l'action}) \times 100$ .

- Exemple concret : Si vous achetez une action à 400 € et que le dividende est de 14 €, votre rendement est de 3,5 %.

- Interprétation : Un rendement élevé peut être attractif, mais attention : si le cours de l'action baisse fortement à cause de difficultés opérationnelles, le rendement grimpe mécaniquement, ce qui peut être un signal d'alerte.

- Comparaison : Le rendement de Kering se situe généralement dans la moyenne haute du secteur du luxe, souvent supérieur à celui de LVMH ou Hermès, qui privilégient davantage la réinvestissement interne.

### Point Clé 3 : La Politique de Rachat d'Actions

Le dividende n'est pas le seul moyen utilisé par Kering pour vous enrichir. Le groupe pratique régulièrement des rachats d'actions.

- Le mécanisme : L'entreprise rachète ses propres titres sur le marché pour les annuler.

- L'effet "Relatif" : Puisqu'il y a moins d'actions en circulation, chaque action restante représente une part plus importante du gâteau (les bénéfices).

- Un signal de confiance : Quand la direction de Kering rachète ses actions, elle envoie le message qu'elle considère le titre sous-évalué.

- Avantage fiscal : Contrairement au dividende, le rachat d'actions n'est pas taxé directement pour l'actionnaire, car il se traduit par une hausse potentielle de la valeur du titre.

#### Point Clé 4 : La Stratégie de Rémunération à Long Terme

Kering cherche un équilibre entre le financement de sa croissance et la récompense de ses fidèles actionnaires.

- Le taux de distribution (Payout Ratio) : Kering distribue généralement environ 40 % à 50 % de son résultat net. Le reste est conservé pour acquérir de nouvelles marques ou rénover les boutiques.
- La vision patrimoniale : La famille Pinault, via la holding Artémis, est le principal actionnaire. Leurs intérêts sont alignés sur les vôtres : ils privilégient la pérennité et une croissance régulière du dividende.
- Réinvestissement des dividendes : Pour maximiser vos gains sur 10 ou 20 ans, il est conseillé de réinvestir vos dividendes pour acheter de nouvelles actions et profiter des intérêts composés.

*LE CONSEIL PRO : Ne regardez jamais le dividende de façon isolée. Vérifiez toujours le Free Cash-Flow (flux de trésorerie disponible) dans les rapports annuels de Kering. C'est l'argent réel qui reste une fois toutes les factures et investissements payés. Un dividende sain doit toujours être couvert par le Free Cash-Flow pour être maintenu en cas de coup dur économique.*

# Chapitre 10

## Acheter sa Première Action : Guide Pas à Pas

Acheter sa Première Action Kering : Guide Pas à Pas

Devenir actionnaire de Kering, c'est posséder une part d'un empire du luxe mondial (Gucci, Saint Laurent, Balenciaga). Voici la marche à suivre pour réaliser votre premier investissement de manière sécurisée et méthodique.

Étape 1 : Choisir le bon intermédiaire (Le Courtier)

Pour acheter l'action KER.PA, vous devez ouvrir un compte chez un intermédiaire financier. Vous avez deux options principales :

- Les courtiers en ligne spécialisés : (Bourse Direct, Fortuneo, Boursorama). Ils offrent souvent les frais de courtage les plus bas et des interfaces modernes.
- Les banques traditionnelles : Plus rassurantes pour certains, mais elles appliquent généralement des frais de garde et des commissions plus élevés.
- Les néo-courtiers : (Trade Republic, DEGIRO). Très accessibles via mobile, parfaits pour débiter avec de petites sommes.

Étape 2 : Choisir l'enveloppe fiscale (PEA ou Compte-Titres)

Avant d'acheter du Kering, vous devez décider sur quel type de compte loger vos actions. Comme Kering est une société française, vous avez deux choix :

- Le PEA (Plan d'Épargne en Actions) :
  - Avantage : Exonération d'impôts sur les bénéfices et dividendes après 5 ans

de détention (hors prélèvements sociaux).

- Limite : Uniquement pour les actions européennes. Plafond de 150 000 € de versements.

- Le Compte-Titres Ordinaire (CTO) :

- Avantage : Aucune limite de plafond, retrait libre à tout moment, accès aux actions du monde entier.

- Inconvénient : Imposition immédiate (Flat Tax de 30% sur les gains et dividendes).

Verdict : Pour un investisseur français misant sur Kering, le PEA est l'option à privilégier pour optimiser sa fiscalité sur le long terme.

Étape 3 : Rechercher la valeur Kering

Une fois votre compte alimenté par un virement bancaire, connectez-vous à votre interface de passage d'ordre :

- Utilisez la barre de recherche de votre courtier.

- Tapez le nom Kering ou son code ISIN : FR0000121485.

- Vérifiez le code mnémonique : KER pour être certain de ne pas vous tromper de société.

Étape 4 : Passer votre premier ordre de bourse

Il existe plusieurs façons d'acheter l'action. Voici les deux méthodes les plus courantes pour un débutant :

- L'ordre "Au Marché" :

- Fonctionnement : Vous achetez immédiatement au prix actuel disponible.

- **Avantage** : Exécution instantanée.
- **Risque** : Si le cours varie brusquement au moment du clic, vous pouvez payer un peu plus cher que prévu.
- **L'ordre "À Cours Limité" (Recommandé)** :
  - **Fonctionnement** : Vous fixez un prix maximum que vous acceptez de payer.
  - **Avantage** : Vous maîtrisez totalement votre prix d'achat. L'ordre ne s'exécute que si l'action descend à ce prix.
  - **Inconvénient** : Si l'action ne descend jamais à votre prix, vous n'achetez rien.

#### Étape 5 : Valider et suivre son investissement

Une fois l'ordre exécuté, vous recevrez un avis d'opéré (un justificatif). Vos actions Kering apparaîtront dans votre portefeuille.

- **Les Dividendes** : En tant qu'actionnaire, vous recevrez automatiquement les dividendes versés par Kering directement sur votre compte espèce.
- **La Volatilité** : Le secteur du luxe peut être fluctuant. Ne paniquez pas si le cours baisse de quelques pourcents le lendemain de votre achat.

#### *LE CONSEIL PRO :*

*Ne cherchez pas le "moment parfait" pour acheter votre première action Kering. Si vous croyez en la stratégie de luxe du groupe à long terme, utilisez la méthode de l'investissement programmé : achetez de petites quantités régulièrement pour lisser votre prix d'achat moyen et réduire l'impact de la volatilité des marchés.*

# Chapitre 11

## Psychologie de l'Investisseur : Garder son Calme en Zone de Turbulences

Psychologie de l'Investisseur : Garder son Calme en Zone de Turbulences

Investir dans le luxe, et particulièrement dans le groupe Kering, n'est pas un long fleuve tranquille. Le titre est réputé pour sa volatilité, souvent liée à sa dépendance envers sa marque phare, Gucci.

Ce module vous donne les clés psychologiques pour transformer le stress en opportunité et ne plus subir les mouvements erratiques du marché.

Étape 1 : Comprendre la nature de la volatilité de Kering

- Le secteur du luxe est cyclique : les cours de bourse réagissent fortement aux prévisions de croissance en Chine et aux indices de confiance des consommateurs.
- Kering subit un effet de levier émotionnel : comme le groupe est en phase de transformation, chaque annonce est amplifiée par les algorithmes de trading.
- La volatilité n'est pas une perte : elle ne devient une perte réelle que si vous vendez sous le coup de l'émotion.
- Acceptez que le titre puisse varier de 3% à 5% en une séance sans que la valeur intrinsèque de l'entreprise n'ait changé.

Étape 2 : Gérer le départ ou l'arrivée d'un Directeur Artistique

Dans le luxe, le Directeur Artistique (DA) est le moteur du désir. Son changement provoque systématiquement des remous boursiers.

- Ne surréagissez pas à l'annonce : Le marché déteste l'incertitude. Une baisse immédiate lors d'un départ est une réaction mécanique, pas forcément un jugement sur l'avenir.

- Observez le temps de transition : Il faut souvent 12 à 18 mois pour qu'une nouvelle vision créative se traduise dans les chiffres de ventes.

- Distinguez le talent de la marque : Des maisons comme Yves Saint Laurent ou Balenciaga ont survécu et prospéré bien après leurs fondateurs ou leurs DA iconiques grâce à la force de leur héritage.

- Analysez si le changement de DA est une sanction (mauvaises ventes) ou une fin de cycle naturelle.

### Étape 3 : Filtrer les rumeurs de Fusions-Acquisitions (M&A)

Le secteur du luxe est un terrain fertile pour les spéculations (rachats de nouvelles maisons, rumeurs de fusion avec d'autres géants).

- Identifiez la source : Une rumeur provenant d'un blog de mode n'a pas la même valeur qu'une analyse de Bloomberg ou Reuters.

- Évitez le "FOMO" (Fear Of Missing Out) : Acheter une action uniquement parce qu'on dit qu'elle va être rachetée est un pari spéculatif dangereux.

- Regardez la trésorerie : Kering a une stratégie d'acquisition ciblée (ex: Creed). Vérifiez si le groupe a la capacité financière d'agir avant de croire aux rumeurs de rachat massif.

- Rappelez-vous que les rumeurs servent souvent à créer du volume de transaction pour les traders de court terme.

### Étape 4 : La méthode pratique pour rester serein

Pour ne pas céder à la panique lors d'une chute brutale du cours, appliquez cette routine de vérification :

- Coupez les écrans : Ne regardez pas le cours de l'action toutes les heures. Une vérification hebdomadaire est suffisante pour un investisseur de long terme.
- Revenez aux fondamentaux : Relisez les derniers résultats annuels. La rentabilité est-elle toujours là ? La dette est-elle sous contrôle ? Si oui, ne vendez pas.
- Pratiquez l'investissement progressif : Au lieu d'investir une grosse somme d'un coup, entrez sur le titre en plusieurs fois pour lisser votre prix d'achat.
- Définissez votre thèse d'investissement : Écrivez sur un papier pourquoi vous avez acheté Kering. Si les raisons (ex: puissance des marques, dividendes) sont toujours valables, la baisse du cours est une opportunité d'achat, pas une raison de fuir.

*LE CONSEIL PRO : En période de turbulences sur Kering, demandez-vous toujours : "Est-ce que les clients vont arrêter d'acheter des sacs Gucci ou des vêtements Saint Laurent demain matin ?" Si la réponse est non, alors la tempête boursière est temporaire. Le luxe est une industrie de la patience, pas de la précipitation.*

# Chapitre 12

## Analyse Technique Simplifiée : Le Bon Moment pour Acheter

### Analyse Technique Simplifiée : Le Bon Moment pour Acheter Kering

L'analyse fondamentale vous dit quoi acheter (la qualité de l'entreprise Kering), mais l'analyse technique vous aide à déterminer quand l'acheter. Pour un titre comme KER.PA, souvent sujet à une forte volatilité liée au secteur du luxe, maîtriser quelques indicateurs visuels est essentiel pour optimiser son prix de revient.

#### Étape 1 : Repérer les Supports et les Résistances

Le marché a de la mémoire. Les prix de l'action Kering ont tendance à réagir sur des niveaux psychologiques et historiques précis :

- **Le Support (Le Sol) :** C'est une zone de prix où l'intérêt acheteur est plus fort que la pression vendeuse. Historiquement, si l'action Kering chute vers un support, elle a tendance à "rebondir".
- **La Résistance (Le Plafond) :** C'est une zone où les investisseurs ont tendance à vendre pour prendre leurs profits, empêchant l'action de monter plus haut.
- **L'application pratique :** Observez les plus bas de Kering sur les 12 derniers mois. Si le cours s'en approche, c'est souvent une opportunité d'achat ou de renforcement.

#### Étape 2 : Suivre la Tendance avec les Moyennes Mobiles

Les moyennes mobiles lissent les variations quotidiennes pour vous montrer la direction réelle du titre Kering :

- **La Moyenne Mobile 50 jours (MM50) :** Elle représente la tendance à court/moyen

terme. Si le cours est au-dessus, la dynamique est positive.

- La Moyenne Mobile 200 jours (MM200) : C'est l'indicateur phare des investisseurs institutionnels. Un cours qui repasse au-dessus de la MM200 est un signal de retournement haussier majeur.

- Le Croisement Doré (Golden Cross) : Lorsque la MM50 croise et passe au-dessus de la MM200, c'est un signal d'achat très puissant pour le long terme sur KER.PA.

### Étape 3 : Identifier les Zones d'Entrée Attractives

Pour ne pas acheter "au plus haut", suivez ces règles simples de lecture graphique :

- Acheter sur repli : Évitez d'acheter Kering après une hausse verticale de 10 %. Attendez que le cours revienne tester son support ou sa moyenne mobile.

- Le RSI (Relative Strength Index) : Cet indicateur mesure la force du mouvement. Si le RSI de Kering descend en dessous de 30, l'action est dite en "survente". C'est souvent un moment idéal pour entrer en position.

- Les Chiffres Ronds : Les niveaux comme 400 €, 450 € ou 500 € servent souvent de supports psychologiques naturels pour le titre.

### Étape 4 : Stratégie de Renforcement (Le DCA Technique)

Si vous possédez déjà des actions Kering, l'analyse technique vous aide à "moyenner" votre prix :

- Ne renforcez pas dans la panique : Attendez que le cours stabilise sur un support historique avant d'ajouter des fonds.

- Validation du rebond : Il est préférable d'acheter quand le cours repart de 2 ou 3 % à la hausse après avoir touché un sol, plutôt que d'acheter pendant que "le couteau tombe".

*LE CONSEIL PRO : Ne cherchez jamais à acheter au point le plus bas absolu, c'est mathématiquement improbable. Concentrez-vous sur l'achat dans des "zones de valeur" (proche des supports ou en début de retournement de moyenne mobile). Pour Kering, la patience est une arme : le titre peut consolider longtemps avant de reprendre une tendance haussière explosive.*

# Chapitre 13

## Votre Plan d'Action Personnalisé : Devenir un Actionnaire Averti

Module : Votre Plan d'Action Personnalisé : Devenir un Actionnaire Averti

Investir dans un géant du luxe comme Kering demande de la méthode. Ce plan d'action vous guide de la réflexion stratégique à la gestion quotidienne de votre portefeuille.

Étape 1 : Définir votre profil d'investisseur

Avant d'engager votre capital, posez-vous les questions essentielles pour bâtir une base solide :

- L'objectif : Souhaitez-vous générer des revenus complémentaires via les dividendes ou visez-vous une plus-value sur le long terme ?
- L'horizon de temps : Le luxe est un secteur de cycles. Prévoyez une détention minimale de 5 à 10 ans pour lisser la volatilité.
- Le budget : Déterminez une somme que vous pouvez immobiliser sans compromettre votre épargne de précaution.

Étape 2 : Choisir le bon support fiscal

Le choix de l'enveloppe fiscale est déterminant pour votre rentabilité nette :

- Le PEA (Plan d'Épargne en Actions) : C'est le support à privilégier pour Kering. Après 5 ans, vos gains sont exonérés d'impôt sur le revenu.

- Le Compte-Titres Ordinaire (CTO) : Plus flexible, il permet de détenir des actions sans plafond, mais vos gains sont soumis à la Flat Tax (30%).

- Le Nominatif Pur : En enregistrant vos actions directement chez Kering, vous facilitez la communication avec le groupe et pouvez bénéficier de droits de vote doubles après deux ans.

### Étape 3 : Exécuter l'achat de manière méthodique

Ne cherchez pas à "deviner" le point le plus bas du marché. Utilisez plutôt ces techniques :

- L'investissement programmé (DCA) : Achetez des actions à intervalles réguliers (ex: chaque mois) pour moyenniser votre prix d'achat.

- L'achat par paliers : Si vous avez une somme importante, divisez-la en 3 ou 4 fois pour entrer progressivement sur le titre.

- La diversification : Kering ne doit représenter qu'une fraction de votre portefeuille (généralement entre 5% et 10%) pour limiter les risques sectoriels.

### Votre Check-list Annuelle de Suivi

Une fois actionnaire, votre rôle est de surveiller la santé de votre investissement. Voici les rendez-vous clés :

#### Février : Analyse des résultats annuels

- Vérifiez la croissance organique (à périmètre constant).
- Observez la performance de Gucci, locomotive du groupe.
- Consultez la proposition de dividende faite par le Conseil d'Administration.

#### Avril/Mai : Assemblée Générale

- Exercez votre droit de vote (en ligne ou physiquement) sur les résolutions stratégiques.

- Notez la date de détachement du dividende pour votre trésorerie.

Juillet et Octobre : Points trimestriels

- Surveillez la dynamique des ventes dans les zones géographiques clés, notamment l'Asie et les États-Unis.

- Soyez attentif aux annonces de changements de direction artistique au sein des maisons du groupe.

Ressources Indispensables pour Rester Informé

Pour ne pas dépendre des rumeurs, appuyez-vous sur des sources d'information fiables et officielles :

- Espace Actionnaires Kering : Le site officiel ([finance.kering.com](http://finance.kering.com)) contient tous les communiqués de presse et rapports annuels.

- L'application mobile "Kering Finance" : Pour recevoir des alertes en temps réel sur les résultats du groupe.

- La presse financière spécialisée : Des titres comme Les Échos, Investir ou ZoneBourse offrent des analyses approfondies sur la valeur.

- Rapports de durabilité : Essentiels pour suivre les engagements ESG de Kering, un critère de plus en plus crucial pour la valorisation du titre.

*LE CONSEIL PRO : Ne réagissez jamais de manière émotionnelle aux variations brutales du cours de bourse. Le luxe est un marché de fondamentaux. Tant que les marques du groupe conservent leur désirabilité et leur pouvoir de fixation des prix (pricing power), la valeur intrinsèque de votre investissement reste solide.*

**FIN**

*Merci d'avoir lu "Kering (KER.PA) : Guide Investisseur"*

Une œuvre écrite par Fusianima Expert

[Lire la version interactive et commenter](#)

[Découvrir les autres œuvres de l'auteur](#)