



Christophe Spadone veut savoir si la société italienne n'a pas été privilégiée au détriment de l'entité suisse. David Wagnières

«Une procédure légale va être engagée contre OVS»

MODE Une plainte va être déposée contre le groupe italien OVS par Elarof Trust, dans le cadre de la reprise de la Charles Vögele.

NICOLAS PINGUELY
nicolas.pinguely@lematindimanche.ch

La débâcle des magasins OVS en Suisse, anciennement Charles Vögele, interroge. Et pas seulement les quelque 1150 employés qui se retrouvent dans la tourmente suite au retrait de la maison mère italienne. En 2016, le groupe OVS avait repris à hauteur d'une trentaine de pourcent les enseignes Charles Vögele - via la firme Sempione Fashion -, avec deux autres actionnaires: Retails investment (40%) et Elarof Trust (30%). La société valait alors une cinquantaine de millions de francs.

Rencontre avec Christophe Spadone, dont la famille est le bénéficiaire d'Elarof Trust. Actionnaire majoritaire de Charles Vögele à l'époque, il avait été la cheville ouvrière du rapprochement entre la maison de mode de Pfäffikon et la marque italienne à fin 2016.

Vous semblez remonté contre OVS?

Je relaie ici les préoccupations du trustee (ndlr: tiers qui agit pour le compte du bénéficiaire) d'Elarof Trust, qui a un devoir fiduciaire envers ses ayants droit. Le trustee se pose de nombreuses questions au sujet de la débâcle d'OVS en Suisse. Il est difficile d'imaginer comment on a pu fusiller une boîte en douze mois.

Qu'est-ce que cela implique pour vous?

Une procédure légale va être engagée contre OVS et ses représentants. Les avocats du Trust sont en train de creuser l'affaire. Ils ont besoin de comprendre si de potentiels conflits d'intérêts du côté d'OVS, qui siégeait au board, dirigeait l'entreprise et agissait en tant que fournisseur, n'ont pas influencé les prises de décisions. Ils veulent savoir si la société italienne n'a pas été privilégiée au détriment de l'entité suisse.

Que reprochez-vous exactement à OVS?

Le trustee m'a communiqué une liste de près de 20 points qui demandent vérification. À fin mai, le groupe italien a par exemple modifié les termes commerciaux avec Sempione Fashion (ndlr: entité qui chapeaute les activités d'OVS en Suisse). Un système de compensation a été instauré. De la sorte, les stocks de vêtements sont redevenus la propriété d'OVS dans le cadre d'une transaction de 32,3 millions d'euros. Dans le détail, cela est constitué d'un versement de 7,9 millions d'euros en cash, couplé à un montant de 24,4 millions appelé compensation.

Cela pose un problème?

Nous ne voyons pas ce que représentent ces compensations, alors que le montant payé en cash paraît très bas pour le stock de 140 magasins.

Aucune idée de ce qui se cache derrière ce terme compensation?

Non, c'est bien ce que le trustee aimerait savoir. Nous n'avons pas de visibilité sur les comptes. C'est pourquoi nous souhaitons déterminer si la firme italienne n'a pas été avantagée au détriment d'OVS en Suisse. La justice devra le déterminer.

Vous avez été à la base du rapprochement en 2016. N'avez-vous rien su de la stratégie suivie?

Nous avions reçu la promesse d'être informé de manière soutenue et informelle de la marche des affaires, mais cela n'a pas été vraiment le cas. Il y a eu une assemblée constitutive en 2016, puis deux ou trois contacts, avant que le board nous présente le désastre financier en mars 2018, et dépose la demande de sursis concordataire en mai 2018.

«Il est difficile d'imaginer comment on a pu fusiller une boîte en douze mois»

Christophe Spadone, dont la famille est le bénéficiaire d'Elarof Trust

Vous n'aviez pas un siège au board?

Pour des raisons réglementaires, j'ai été contraint au moment du rapprochement de quitter le board de Charles Vögele/Sempione. Cela m'a déplu, car j'avais imaginé et œuvré pour trouver un partenariat avec un opérateur solide et crédible. Leader sur le marché italien, OVS semblait être le partenaire idéal.

Qu'était-il ressorti des contacts que vous avez eus avec le board d'OVS?

À l'été 2017, la stratégie qui nous avait été présentée dans le business plan initial commençait à porter ses fruits, et le groupe était repassé dans le bleu après des années de pertes. On avait réussi à redonner de l'oxygène, le nombre de magasins avait été réduit de 165 à 150. Les postes de type cadre, du stylisme au marketing, avaient été rapatriés en Italie, où les salaires sont plus attractifs. La suite a été plus difficile.

C'est-à-dire?

Cela a trait à la seconde phase de la stratégie qui prévoyait une conversion totale des enseignes Charles Vögele en OVS. Comme les résultats étaient plutôt positifs après la première phase de restructuration, j'ai demandé au board s'il comptait vraiment mettre en place la seconde phase. On était juin 2017. Je trouvais cette dernière très risquée et très chère. Elle a d'ailleurs coûté plus de 40 millions de francs. Je craignais que la clientèle de Vögele ne s'adapte pas à la marque OVS.

Vous étiez donc contre la conversion totale et son rebranding?

J'avais des doutes. C'était un pari risqué dans un segment du vêtement déjà en crise. Les mesures les plus simples avaient déjà été adoptées. Mais OVS est allé de l'avant. Et là, en mai 2018, moins de 12 mois après, on nous demande de remettre la main à la poche, ou ce sera la faillite. Avant que les problèmes financiers n'apparaissent très profonds, le niveau de transparence a été très bas et aucune assemblée générale des actionnaires n'a été réunie. C'est incompréhensible.

Hublot seconde les arbitres

MONDIAL

La marque, déjà présente au bord du terrain avec ses panneaux, place une montre connectée au poignet des hommes en noir.

Il aura fallu attendre 50 ans pour que le verdict tombe, au printemps 2016: le but de Geoff Hurst lors de la finale Angleterre - Allemagne (4 - 2) du Mondial 1966 était bel et bien valable. L'ahurissant aller-retour entre la transversale et la ligne blanche, faute de moyens techniques, laissa planer l'un des plus célèbres doutes de l'histoire du foot.

La technologie a depuis enterré la glorieuse incertitude du sport. Elle fait un pas supplémentaire avec la nouvelle montre connectée de Hublot. Les arbitres de ce Mondial arborent en effet au poignet une Big Bang Referee 2018 FIFA World Cup Russia, connectée à la Goal Line Technology, un dispositif électronique de vidéo assistance à l'arbitrage qui suit toutes les trajectoires du ballon. Sur-tout, il détermine de manière certaine si le ballon a ou n'a pas franchi entièrement la ligne de but. «En cas d'hésitation, l'arbitre peut immédiatement consulter sa montre pour prendre sa décision», explique Romain Gourdain, du service communication de Hublot.

C'est à la demande de la FIFA que la marque a mis au point cette montre connectée. «Les arbitres ont tous suivi une formation dédiée, de la part de la FIFA et de notre chef produits», poursuit-il.

Il existe aussi une série limitée (à 2018 exemplaires), pour 4500 fr., qui ravira les amateurs d'horlogerie, de connectique et de ballon rond. Munie d'une application spéciale, et d'une série de cadrans «fans» aux couleurs de chaque nation participante, en plus de deux cadrans neutres, elle annonce

le match un quart d'heure à l'avance, de même que les cartons jaunes et rouges, les changements de joueurs et les buts (vibration à chaque goal): idéal pour ne rien rater, même au travail, et en toute discrétion. «Elle s'est très bien vendue depuis sa présentation à Baselworld, mais il en reste encore quelques-unes», lance Romain Gourdain.

Stratégie gagnante

Hublot poursuit ses noces avec le football. Entamées en 2006, avec un partenariat avec l'équipe de Suisse, elles se sont poursuivies au fil des compétitions majeures. Montre officielle de l'Euro depuis l'édition 2008 en Suisse et en Autriche, et du Mondial depuis l'Afrique du Sud en 2010, il est impossible de ne pas voir les fameux panneaux brandis en bordure de terrain pour annoncer les changements de joueurs et les temps additionnels. Elle a servi également de chronomètreur officiel de clubs prestigieux tels que la Juventus, le Bayern, Manchester United ou le PSG, et ses ambassadeurs ont nom Maradona, Pelé, Mourinho, ou, régional de l'étape, Shaqiri. L'incursion du luxe dans le monde du football, jugée incongrue il y a dix ans dans un milieu davantage familier du polo, du golf ou de la voile, la stratégie décidée par Jean-Claude Biver, responsable du pôle horloger chez LVMH, s'est avérée payante. En 2017, Hublot a affiché une croissance de 12%, alors que les exportations horlogères suisses augmentaient de 2,7%.

IVAN RADJA



La montre fait l'objet d'une série limitée à 2018 exemplaires. DR

«Les arbitres ont tous suivi une formation dédiée, de la part de la FIFA et de notre chef produits»

Romain Gourdain, Hublot



Vérifier en un coup d'œil si le ballon a franchi la ligne de but. DR