

## Vivarte cède l'enseigne de prêt-à-porter Kookaï à l'entreprise australienne Magi

Vivarte annonce le rachat de l'enseigne de prêt-à-porter Kookaï par l'entreprise australienne Magi. Créée en 1983 par 3 entrepreneurs Français Jean-Lou Tepper, Jacques Nataf and Philippe de Hesdin, avant d'être rachetée par Vivarte en 1996, Magi est le détenteur de la licence d'exploitation de la marque Kookaï en Australie depuis 26 ans.

Souhaitant offrir à Kookaï la possibilité de pleinement exploiter et développer son potentiel, Vivarte cède l'enseigne à l'entreprise familiale Magi. Lancée en 1992, Magi est un spécialiste de la vente de biens d'habillement en détail, reconnu dans la région Océanie. En 2016, Magi réalise un chiffre d'affaires de 70 millions d'euros, soit 105 millions de dollars australiens, et emploie 400 collaborateurs. Vitesse de commercialisation, diversité de la gamme de produits, et capacité à s'adapter et adresser rapidement les évolutions de la demande sont la clé du succès de l'entreprise. Magi détient depuis 26 ans la licence d'exploitation et assure le succès de la marque Kookaï en Australie. Gérant 39 magasins Kookaï, Magi s'est naturellement imposé à Vivarte comme acquéreur de la marque.

C'est en 1983 que les trois amis de longue date, Jean-Lou Tepper, Jacques Nataf and Philippe de Hesdin, créent la marque Kookaï. En seulement quelques années, Kookaï est devenue une marque de référence pour des milliers de jeunes femmes à travers le monde, de la France à la Chine, de l'Espagne à l'Australie. Les collaborations avec des personnalités prestigieuses du monde de la mode telles que Yves Saint-Laurent, Karl Lagerfeld ou encore Sonia Rykiel, ont résolument contribué à faire de la Kookaïette une figure iconique.

Aujourd'hui, Kookaï propose 1 400 modèles par an grâce à un réseau de 195 magasins implantés en France, en Espagne et en Suisse, et compte 500 collaborateurs. Le plan de redressement lancé il y a deux ans a permis de renouer avec de meilleurs résultats financiers, et d'offrir de nouvelles perspectives de développement à la marque. L'enseigne a réalisé au cours du dernier exercice un chiffre d'affaires de 76 millions d'euros.

Cette session participe activement au plan de relance de Vivarte présenté en janvier 2017 par Patrick Puy, qui est fondé que la réorganisation de ses enseignes et de ses activités en trois grands pôles : les enseignes de périphérie avec La Halle et Besson, les enseignes de chaussures en centre-ville avec Minelli, San Marina et CosmoParis, et Caroll pour le prêt-à-porter.

### *A propos de Vivarte*

---

*Présent dans près de 70 pays à travers le monde, Vivarte compte parmi les principaux acteurs français sur le marché du prêt-à-porter, de la chaussure, et de la maroquinerie avec 16 marques de premier plan. Fort d'un chiffre d'affaires de 2,2 milliards d'euros en 2016, Vivarte poursuit une stratégie de recentrage autour de trois grands pôles pour répondre aux nouvelles attentes et modalités de consommation de ses clients : les enseignes de périphérie avec La Halle et Besson, les enseignes de chaussures de centre-ville avec Minelli, San Marina et CosmoParis, et le prêt-à-porter de centre-ville avec Caroll.*

### *Contacts media*

---

Laure Frugier – + 33 1 44 72 35 98 [l.frugier@vivarte.fr](mailto:l.frugier@vivarte.fr) | Clothilde Mbock Mbock – +33 6 81 54 33 29 – [clothilde.mbock-mbock@vae-solis.com](mailto:clothilde.mbock-mbock@vae-solis.com)