

# LE TANNEUR & CIE

## RESULTATS 2009

- **Repli limité du chiffre d'affaires de 4,2%**
- **Montée en puissance des ventes de la distribution à l'enseigne LE TANNEUR (+12,0% et +1,7% à périmètre constant)**
- **Perte nette de 0,8 M€ limitée à 0,1 M€ hors Japon (activité arrêtée)**
- **Forte amélioration du ratio d'endettement net : de 100% à fin 2008 à 47% à fin 2009**

Paris, le 13 avril 2010

Le conseil d'administration a arrêté les comptes 2009 de LE TANNEUR & CIE le 31 mars 2010. Ces comptes ont été certifiés le 2 avril 2010. Des comptes proforma 2008 ont été établis à titre comparatif pour tenir compte du classement de l'activité au Japon en « résultat des activités arrêtées ou en cours de cession » et d'un changement de méthode concernant les charges constatées d'avance. Les comparaisons par rapport à 2008 de ce communiqué font référence aux comptes proforma.

(En M€)	31/12/09	31/12/08 proforma	31/12/08 publié
Chiffre d'affaires	53,3	55,6	56,8
Valeur ajoutée	18,0	18,0	17,9
Excédent brut d'exploitation	1,3	1,5	1,3
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>0,2</b>	<b>0,8</b>	<b>0,5</b>
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>0,3</b>	<b>1,5</b>	<b>1,2</b>
Coût de l'endettement financier	-0,4	-0,7	-0,7
Autres produits et charges financiers	0,1	0,8	0,8
Impôt	-0,1	0,3	0,2
<b>Résultat net avant activités arrêtées</b>	<b>-0,1</b>	<b>1,9</b>	<b>1,6</b>
Résultat des activités arrêtées	-0,7	-0,4	-
<b>Résultat net – part du Groupe</b>	<b>-0,8</b>	<b>1,5</b>	<b>1,6</b>



### Un chiffre d'affaires en repli limité

LE TANNEUR & CIE, bien que touché par la crise économique, a limité le repli de son chiffre d'affaires à 4,2%. Deux points sont à souligner :

- Les ventes des magasins LE TANNEUR sont en nette progression, validant ainsi la stratégie du Groupe.
- Sur l'ensemble de l'année, le rythme de la baisse d'activité s'est sensiblement ralenti (T1 : -8,5%, T2 : -6,7%, T3 : -5,1% et T4 : -4,3% à périmètre constant).

### Magasins contrôlés et affiliés

Leur chiffre d'affaires a de nouveau progressé en 2009 : +12,0% et +1,7% à périmètre constant. Malgré la crise, LE TANNEUR & CIE a accéléré le développement de son réseau. Avec 11 ouvertures de magasins (4 en 2008), 2009 a constitué une année record. La distribution contrôlée représente à présent 46,9% de l'activité Marques propres contre respectivement 39,1% et 36,4% en 2008 et 2007.

Fin 2009, le réseau se compose de 49 points de vente.

### Autres distributions

La baisse de 12,3% des Autres distributions des Marques propres masque des évolutions divergentes :

- Les ventes aux **détaillants multi-marques**, plus sensibles à la dégradation de l'environnement, ont connu une baisse de 22,4% en raison d'un phénomène de déstockage. A fin 2009, ce canal de distribution représente 22,7% du chiffre d'affaires des Marques propres.
- L'activité avec les **grands magasins** affiche un repli de 7,2% sur l'exercice malgré une progression de 32,8% aux Galeries Lafayette grâce à la mise en place de la gestion conditionnelle de ces « corners » fin 2008.

- **A l'export**, les Autres distributions ont souffert (-8,4%), à l'exception de la Suisse, de la Belgique et du Liban qui ont progressé en 2009.

La gamme de bagages AIR France by LE TANNEUR confirme sa montée en puissance avec une progression d'activité de 35,7% en 2009 (+40,7% dans les magasins LE TANNEUR) et représente 9% du chiffre d'affaires Marques Propres en 2009 contre 7% en 2008.

### **Fabrication pour maisons de luxe**

L'activité a baissé de 5,9%, conséquence de la réduction limitée des commandes et de la mise en place de nouveaux produits ayant pesé sur la productivité du 1<sup>er</sup> semestre.

### **Un résultat opérationnel positif**

Dès la fin de l'année 2008, LE TANNEUR & CIE a pris des mesures de maîtrise de ses coûts : réduction de 8% des effectifs de la Fabrication pour maisons de luxe, baisse du budget de communication, gel des salaires non indexés aux grilles de minima, etc. Les charges externes ont ainsi diminué de près de 11% sur l'exercice et en conséquence, la valeur ajoutée est restée stable à 18 M€ malgré la baisse du chiffre d'affaires.

La baisse de productivité de la Fabrication pour maisons de luxe, concentrée sur le 1<sup>er</sup> semestre 2009, a pesé sur le résultat opérationnel courant. La rentabilité de cette activité a été rétablie sur le reste de la période, notamment grâce à des actions de « lean manufacturing » (méthode visant à organiser les processus de production sur le principe des flux tendus).

Concernant les Marques propres, des éléments non récurrents ont pénalisé la contribution : démarrage des nouveaux magasins en propre, coûts de mise au point du nouveau concept de magasin, réorganisation de la direction de la distribution et engagement de reprise de stock au Printemps pour passage au mode conditionnel. Ainsi, le résultat opérationnel courant s'inscrit en repli à 0,2 M€ contre 0,8 M€ pour le proforma 2008.

Le résultat opérationnel net ressort à 0,3 M€ contre 1,5 M€ pour le proforma 2008, l'exercice précédent ayant bénéficié d'un produit de cession d'immobilisation de 0,6 M€.

A noter que le résultat opérationnel du 1<sup>er</sup> semestre 2009 affichait une perte de 1,7 M€, le rattrapage réalisé au 2<sup>ème</sup> semestre de l'exercice confirmant l'efficacité des mesures de maîtrise des coûts.

La charge d'intérêts a diminué de 0,3 M€ grâce à la baisse conjuguée de l'endettement net et des taux variables. Les autres produits financiers ont fortement baissé par rapport à 2008 qui avait bénéficié de gains de change sur l'USD.

Le transfert à un tiers de l'activité commerciale de la filiale japonaise (fortement touchée par la crise) a été décidé fin 2009 pour intervenir pendant une phase transitoire au cours du 1<sup>er</sup> semestre 2010. La perte de cette activité, incluant la provision pour transfert, est présentée en « activités arrêtées » pour 0,7 M€ contre 0,4 M€ pour le proforma 2008.

En 2009, le résultat net ressort ainsi à -0,8 M€ contre un bénéfice de 1,5 M€ en 2008. Hors activités arrêtées, la perte de l'exercice aurait été limitée à 0,1 M€.

### **Une situation financière renforcée**

A la fin du 1<sup>er</sup> semestre 2009, LE TANNEUR & CIE a procédé à une augmentation de capital d'un montant net de 2,7 M€. Par ailleurs, les stocks ont diminué de 19% grâce à une rationalisation des approvisionnements en produits finis des Marques propres et une optimisation des achats de matières premières de la Fabrication pour maisons de luxe. La Société a également bénéficié d'une réduction du délai moyen de règlement client en application de la LME.

Le ratio d'endettement net est ainsi passé de 100% à fin 2008 à 47% à fin 2009.

Les investissements 2009 se sont chiffrés à 1,1 M€ et concernent principalement les magasins LE TANNEUR. Au 31 décembre 2009, les fonds propres s'élèvent à 11,3 M€ (soit 2,67 € par action) contre 9,5 M€ au 31 décembre 2008.

## Perspectives

Face à un environnement économique incertain en 2010 avec un taux de chômage élevé et une consommation des ménages faible, LE TANNEUR & CIE dispose de deux atouts essentiels :

- Pour les Marques propres : son business model de donneur d'ordres qui lui confère une grande souplesse face aux fluctuations de la demande.
- Pour la Fabrication pour maisons de luxe : la reconnaissance de son savoir-faire « made in France » qui lui permet de bénéficier de la bonne résistance de ses donneurs d'ordres.

Pour rester parmi les fabricants français de référence dans le secteur de la maroquinerie de luxe, le site de Fabrication pour maisons de luxe doit améliorer sans cesse sa qualité, sa réactivité et sa compétitivité. Dans cette optique, deux projets importants sont en-cours :

- La migration vers un logiciel moderne de « GPAO » va être déployée durant tout le premier semestre 2010.
- Les premières expériences validées en 2009 de « lean manufacturing » vont être étendues à d'autres groupes de travail.

En ce qui concerne les Marques propres, la priorité est donnée au développement de la distribution contrôlée afin d'être au plus près de la mutation des modes de distribution de la maroquinerie. Actuellement, 6 ouvertures de magasins sont d'ores et déjà programmées pour 2010. La Société est toujours à l'affût d'opportunités d'acquisitions que l'augmentation de capital du mois de juin dernier lui permettrait de saisir. Pour accélérer la croissance du réseau de magasin, une demande d'emprunt bancaire est également en-cours.

D'autres facteurs de développement sont à signaler :

- Le passage des stands LE TANNEUR du Printemps en mode de gestion conditionnelle devrait permettre à ces corners de connaître une hausse de leur activité par rapport à 2009.
- La poursuite du développement rapide de la gamme de bagages AIR France BY LE TANNEUR.
- Le marketing de la marque LE TANNEUR va continuer d'être affiné par la communication publicitaire et l'offre produits. LE TANNEUR & CIE a engagé en 2009 une réflexion stratégique sur le positionnement de sa marque principale, visant à rechercher les éléments de différenciation propres à séduire des consommateurs remettant en cause les schémas de consommation traditionnels. Cette réflexion a abouti au lancement d'une nouvelle campagne de communication et à la création d'un nouveau concept de magasin mettant en lumière les valeurs de la marque.

Après une année difficile, LE TANNEUR & CIE aborde 2010 avec confiance et espoir.

## Prochains rendez-vous

- |   |                          |
|---|--------------------------|
| - Chiffre d'affaires 1 <sup>er</sup> trimestre  | mercredi 28 avril 2010   |
| - Chiffre d'affaires 2 <sup>ème</sup> trimestre | mercredi 28 juillet 2010 |
| - Résultats semestriels                         | mardi 31 août 2010       |

