

CA 2009 EN CROISSANCE DE 23%, PERSPECTIVES POSITIVES POUR 2010

CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDE ANNUEL (du 1er janvier au 31 décembre 2009)			
(en millions d'euros)	2009	2008	Variation
Hercules	46,8	31,6	+48,10%
Thrustmaster	14,4	18,0	-20,00%
TOTAL	61,2	49,6	+23,39%

La croissance du Groupe s'est accélérée au quatrième trimestre pour s'établir à +38,12%, portant la croissance annuelle à 23,39%. La forte dynamique des ventes Hercules a compensé le retrait de Thrustmaster, lié à l'évolution du marché « Casual games », et a permis cette croissance supérieure à la prévision initiale de 15%.

Hercules a conforté sa progression à deux chiffres dans la plupart de ses gammes : en effet, les nouveautés lancées au quatrième trimestre ont réalisé de très bonnes ventes en magasins, accélérant la rotation des stocks dans ses canaux de distribution.

- Gamme classique Hercules : Les gammes Wifi/réseaux, haut-parleurs et DJing ont vu des croissances significatives sur la période. Malgré une bonne progression des parts de marchés, la gamme webcam reste néanmoins en très léger retrait. L'intégration de nouveautés performantes au sein de ces gammes doit générer une poursuite de la croissance.
- Hercules netbooks : Les netbooks de nouvelle génération lancés à partir de septembre ont atteint leurs objectifs : établir la gamme eCAFÉ™ de façon rentable sur les segments Grand Public d'entrée et milieu de gamme avec les modèles EC-900 et EC-1000W. Le marché va poursuivre son expansion en 2010 avec une prévision de croissance estimée à plus de 19% selon le cabinet Display Research. Le Groupe développe de nouveaux modèles innovants pour renforcer sa présence sur ces segments.
- Hercules OEM : En première mondiale, une webcam pour Nintendo Wii® : Le segment OEM Hercules a contribué à la croissance du quatrième trimestre grâce au lancement de la toute première webcam pour la console Nintendo Wii® mise au point par le Groupe et bundlée avec le jeu d'Ubisoft® « Your Shape™ ». Ce projet très novateur, mené en partenariat avec Ubisoft® pour son jeu, a permis de développer en « première mondiale » sur Wii une webcam dédiée. Celle-ci permet de voir les mouvements du joueur et offre une ergonomie nouvelle et un réalisme inédit sur cette console.

Thrustmaster présente une situation contrastée avec des ventes d'accessoires pour PC en forte croissance et des accessoires consoles et OEM en retrait. En effet, les ventes d'accessoires pour « Gamers » ont enregistré de bonnes ventes tandis que les accessoires pour consoles ont pâti du ralentissement du marché Casual cette année. Les nouveautés PC (gamepads, joysticks, volants) ont permis la conquête de nouvelles parts de marché « Gamers » et confortent notre position parmi les sociétés leaders sur ce segment.

Licence Disney : Avec la signature de la licence Disney, le Groupe renforce son offre Casual et entend retrouver une dynamique forte sur ce segment important. Le Ray Gun, premier produit lancé sous cette licence, est un réel succès et augure bien du potentiel de ce partenariat pour l'année 2010.

Perspectives 2010

S'appuyant sur la force de ses nouveautés et l'élargissement de ses partenariats marketing et commerciaux, le Groupe prévoit une nouvelle croissance de ses gammes classiques Hercules et une progression des ventes d'accessoires Thrustmaster.

Guillemot Corporation est concepteur et fabricant de matériels et d'accessoires de loisirs interactifs. Le Groupe propose une gamme de produits diversifiée sous les marques *Hercules* et *Thrustmaster*. Acteur sur ce marché depuis 1984, le Groupe Guillemot Corporation est désormais présent dans 11 pays dont la France, l'Allemagne, la Grande-Bretagne, les Etats-Unis, le Canada, la Belgique, la Hollande, Hong-Kong, la Roumanie et l'Italie et diffuse ses produits dans plus de 30 pays. La mission du Groupe est d'offrir des produits performants et ergonomiques pour maximiser les satisfactions des utilisateurs de loisirs numériques interactifs.