

# LE TANNEUR & CIE

## CHIFFRE D'AFFAIRES du 1<sup>er</sup> trimestre 2012

- CA trimestriel à +2,2% (+2,7% à périmètre constant)
- Poursuite de la progression de la Fabrication pour maisons de luxe
- Activité Marques propres freinée par le contexte de consommation difficile
- Lancement d'un vaste programme de communication publicitaire
- Baisse significative de la démarque
- Ouverture d'un magasin LE TANNEUR à Berlin



Paris, le 26 avril 2012

1<sup>er</sup> trimestre 01/01-31/03

En M€	2012			Consolidé réel 2011			Var.			A périmètre constant		
	France	Export	Total	France	Export	Total	France	Export	Total	France	Export	Total
Magasins LE TANNEUR	3,1	0,1	3,3	3,5	0,1	3,6	-9,6%	12,4%	-8,9%	-7,2%	-17,9%	-7,6%
Autres distributions Marques propres	2,5	0,8	3,4	2,9	0,9	3,8	-13,3%	-9,4%	-12,4%	-13,3%	-9,4%	-12,4%
Total Marques propres	5,7	1,0	6,6	6,4	1,0	7,4	-11,3%	-6,8%	-10,7%	-10,2%	-10,4%	-10,2%
Fabrication pour maisons de luxe	9,9	0,0	10,0	8,8	0,0	8,8	12,7%	2182,2%	13,1%	12,7%	2182,2%	13,1%
<b>Total</b>	<b>15,6</b>	<b>1,0</b>	<b>16,6</b>	<b>15,2</b>	<b>1,0</b>	<b>16,2</b>	<b>2,6%</b>	<b>-4,0%</b>	<b>2,2%</b>	<b>3,4%</b>	<b>-7,6%</b>	<b>2,7%</b>

*Ces données de chiffre d'affaires n'ont pas été auditées.*

Le chiffre d'affaires consolidé du 1<sup>er</sup> trimestre 2012 a augmenté de +2,2% en données réelles par rapport à celui de 2011 et de +2,7% à périmètre constant. Cette évolution révèle des situations contrastées selon les branches d'activité et canaux de distribution du Groupe.

### Les Marques propres

En raison du contexte de consommation difficile, le chiffre d'affaires des Marques propres (LE TANNEUR, SOCO, Air France by LE TANNEUR) du 1<sup>er</sup> trimestre 2012 ressort à -10,7% (-10,2% en comparable).

Dans une optique d'augmentation de l'attractivité et de montée en gamme progressive de la marque LE TANNEUR, le Groupe a commencé à mettre en œuvre à partir du mois de février un vaste programme de communication avec des parutions dans les meilleurs emplacements des quotidiens et magazines de presse français. Parallèlement et en cohérence, cette décision est accompagnée d'une diminution des opérations commerciales de réduction de prix dans le réseau de distribution de détail avec notamment une démarque moins agressive pendant les soldes. A court-terme, ce changement de politique commerciale entraîne une baisse de chiffre d'affaires mais une amélioration des taux de marge et prépare les conditions à une rentabilité croissante en renforçant la marque LE TANNEUR.

#### - Magasins LE TANNEUR

Les magasins à enseigne LE TANNEUR ont connu au 1<sup>er</sup> trimestre une baisse d'activité de 8,9% en données publiées et de 7,6% à périmètre comparable. La démarque prise en charge par le Groupe est, quant à elle, passée de 1,3 M€ à 0,8 M€ au cours de la période, soit une diminution de près de 40%.

Après celui de Düsseldorf en septembre 2011, LE TANNEUR a ouvert en mars un nouveau magasin en propre en Allemagne : à Berlin. Ce nouveau point de vente est situé dans un environnement très commercial à l'angle de la Friedrich Strasse et de Französische Strasse.

### - **Autres distributions des Marques propres**

Les autres canaux de distribution des Marques propres (détaillants multimarques, grands magasins, exportations en *wholesale*) ont été plus touchés par la conjoncture avec une baisse d'activité de 12,4% au cours du trimestre.

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

Poursuivant la même tendance à la hausse qu'en 2011, l'activité du 1<sup>er</sup> trimestre a progressé de +13,1%. Au mois de mars, un troisième atelier a été implanté en Corrèze.

MAROQUINERIE DES ORGUES, filiale dédiée à cette branche d'activité, a débuté au cours du trimestre la collaboration en sous-traitance avec Qatar Luxury Group – Fashion S.P.C. pour le développement des produits de maroquinerie créés par l'actionnaire majoritaire sous sa propre marque.

### **Perspectives**

Concernant la branche Fabrication pour maisons de luxe, la croissance naturelle des clients donneurs d'ordres devrait permettre de poursuivre la tendance d'activité au cours de l'année 2012.

Concernant la branche Marques propres, le 1<sup>er</sup> semestre subira l'incidence de la conjoncture morose. Néanmoins, les investissements publicitaires vont se poursuivre et devraient être multipliés par 12 par rapport à 2011. D'ores et déjà, le carnet de commandes des détaillants multimarques de la saison Automne-Hiver est dynamisé par le plan média.

Par ailleurs, l'année 2012 sera un exercice de consolidation du réseau en France et de développement international :

- Un *outlet* sera ouvert dans le futur centre commercial de Roppenheim en Alsace.
- Sauf en cas d'opportunités particulières, il n'est pas prévu d'autres ouvertures de magasins à l'enseigne LE TANNEUR en France. La priorité sera donnée à la rationalisation du parc existant.
- Projet de contrat avec l'actionnaire majoritaire destiné à assurer le développement international de la marque LE TANNEUR en permettant l'ouverture de points de vente sur les principaux marchés internationaux.

### **Prochains rendez-vous**

- |   |  |
|---|--|
| - Communiqué sur les résultats annuels 2011                               | Jeudi 26 avril 2012  |
| - Assemblée générale des actionnaires                                     | Mardi 15 mai 2012 à 10h<br>Au 128 quai de Jemmapes – Paris 10 <sup>ème</sup> |
| - Communiqué sur le chiffre d'affaires du 2 <sup>ème</sup> trimestre 2012 | Mercredi 25 juillet 2012   |
| - Communiqué sur les résultats semestriel 2012                            | Vendredi 31 août 2012  |

Contact Actionnaires LE TANNEUR & CIE : Patricia Moulon - 04 79 81 60 60 – p.moulon@letanneuretcie.com