

LE TANNEUR & CIE

CHIFFRE D'AFFAIRES du 3^{ème} trimestre 2012

- CA trimestriel à +0,4% et CA cumulé à +1,1%
- Poursuite de la progression de la Fabrication pour maisons de luxe
- Validation de la stratégie Marques propres et de l'efficacité de l'investissement publicitaire :
 - Progression d'activité de +18,5% en septembre dans les magasins comparables
 - Baisse significative de la démarque
- Ventes aux détaillants freinées par le contexte économique difficile



Paris, le 24 octobre 2012

En M€	Consolidé réel									A périmètre constant		
	2012			2011			Var.			Var.		
	France	Export	Total	France	Export	Total	France	Export	Total	France	Export	Total
Magasins LE TANNEUR	3,3	0,3	3,6	3,3	0,2	3,5	0,0%	72,8%	3,2%	1,2%	16,9%	1,9%
Autres distributions Marques propres	2,9	0,9	3,8	3,6	1,0	4,6	-19,3%	-7,3%	-16,7%	-19,3%	-7,3%	-16,7%
Total Marques propres	6,2	1,2	7,4	6,9	1,2	8,1	-10,0%	3,3%	-8,1%	-9,7%	-4,2%	-8,9%
Fabrication pour maisons de luxe	7,3	0,0	7,4	6,7		6,7	10,1%		10,6%	10,1%		10,6%
Total	13,6	1,2	14,8	13,6	1,2	14,7	-0,1%	6,2%	0,4%	0,1%	-1,3%	0,0%
Magasins LE TANNEUR	9,3	0,6	9,9	9,9	0,4	10,3	-6,2%	51,8%	-3,9%	-4,6%	2,8%	-4,3%
Autres distributions Marques propres	7,4	2,1	9,5	9,0	2,4	11,3	-17,6%	-12,8%	-16,6%	-17,6%	-12,8%	-16,6%
Total Marques propres	16,7	2,7	19,4	18,9	2,8	21,7	-11,6%	-3,5%	-10,6%	-11,0%	-10,6%	-11,0%
Fabrication pour maisons de luxe	26,5	0,1	26,6	23,8	0,0	23,8	11,4%	5180,4%	11,7%	11,4%	5180,4%	11,7%
Total	43,2	2,8	46,0	42,7	2,8	45,5	1,3%	-1,0%	1,1%	1,7%	-8,1%	1,1%

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

Le chiffre d'affaires consolidé du 3^{ème} trimestre 2012 a augmenté de +0,4% par rapport à celui de 2011. En cumul, la croissance d'activité à fin septembre s'établit à +1,1%.

Les Marques propres

Dans un contexte économique national toujours difficile, l'activité des Marques propres (LE TANNEUR, SOCO, Air France by LE TANNEUR) du 3^{ème} trimestre 2012 ressort à -8,1% (-8,9% en comparable) et à -10,6% en cumul, avec des performances contrastées selon les réseaux commerciaux :

- **Magasins LE TANNEUR** à +3,2% en données publiées et +1,9% à périmètre comparable (-4,3% en cumul)
- **Autres canaux de distribution** (détaillants multimarques, grands magasins, exportations en *wholesale*) à -16,7% pour le trimestre et -16,6% en cumul. Au cours de l'année 2011 et en particulier au 3^{ème} trimestre, LE TANNEUR & CIE avait mené plusieurs opérations de déstockage (ventes privées, échange marchandises). Si l'on neutralise l'incidence de ces opérations, l'activité des « Autres distributions » ressort à **+10,3% pour le trimestre** et à -7,2% en cumul.

L'activité des détaillants multimarques, à -6,1% pour le trimestre et -20,2% en cumul, souffre du climat des affaires dégradé, la situation de surstock de nos clients les incitant à une très grande prudence.

Malgré une baisse de trafic générale, les magasins LE TANNEUR réalisent une performance notable, particulièrement depuis la fin août avec un **mois de septembre à +18,5%** à périmètre comparable. Les grands magasins suivent la même tendance avec une progression de +0,8% au cours du trimestre **et de +10,5% au mois de septembre**.

Ces résultats valident l'efficacité de la stratégie initiée au début de l'année :

- **Le plan média massif** avec la répétition des parutions dans la presse entraîne une hausse importante du taux de transformation, du panier moyen et du prix de vente moyen. La coordination des actions de merchandising, de la disponibilité des produits et de l'encadrement des équipes de vente a permis au sac NINA de la campagne publicitaire Automne/hiver de devenir immédiatement un best seller. La communication sur ce modèle va se poursuivre jusqu'à la fin de l'année.
- **La diminution drastique des opérations commerciales de réduction de prix** dans le réseau de magasins LE TANNEUR et les corners en grands magasins, qui ne sont plus compatibles avec un objectif de montée en gamme, ont entraîné une **baisse significative de la démarque** depuis le début de l'année et une amélioration sensible du taux de marge nette.

Fabrication pour maisons de luxe

Cette branche bénéficie de la croissance d'activité des donneurs d'ordres. Poursuivant la même tendance à la hausse qu'au 1^{er} semestre, l'activité du 3^{ème} trimestre a progressé de +10,6% (+11,7% en cumul).

MAROQUINERIE DES ORGUES, filiale dédiée à cette branche d'activité, a poursuivi la mise au point de produits de maroquinerie créés par l'actionnaire majoritaire, Qatar Luxury Group Fashion, sous sa propre marque. Les premières productions sont prévues pour le 4^{ème} trimestre.

Perspectives

Concernant la branche Fabrication pour maisons de luxe, la tendance d'activité devrait se poursuivre jusqu'à la fin de l'année 2012.

Concernant la branche Marques propres, les investissements publicitaires vont se poursuivre.

Le Groupe est confiant que le retard d'activité du 1^{er} semestre du réseau de distribution de détail puisse être rattrapé au cours du 4^{ème} trimestre. En octobre, un nouveau magasin affilié ouvre à Levallois-Perret.

Par ailleurs, LE TANNEUR & CIE propose désormais aux clients détaillants multimarques un contrat de distribution sélective visant une mise en avant de la marque LE TANNEUR dans leurs points de vente afin de dynamiser l'activité de ce canal commercial.

Enfin, LE TANNEUR & CIE a cédé le 30 septembre sa filiale belge à sa société-sœur qatari LE TANNEUR INTERNATIONAL qui gère désormais les deux magasins bruxellois à l'enseigne. Cette opération marque le début opérationnel du projet de développement international de la marque LE TANNEUR, dans lequel LE TANNEUR & CIE sera fournisseur exclusif des produits pour les points de vente que LE TANNEUR INTERNATIONAL va ouvrir à l'étranger.

Prochain rendez-vous

- Communiqué sur le chiffre d'affaires du 4^{ème} trimestre 2012 Mercredi 23 janvier 2013

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

A propos de LE TANNEUR :

Marque historique du Groupe Le Tanneur & Cie, Le Tanneur naît en 1898 de l'association d'un tanneur et d'un maroquinier déposant un brevet d'invention de porte monnaie « sans-couture ». Une innovation ancrée dans les gènes de la marque qui aujourd'hui propose des collections complètes de portefeuilles, serviettes, sacs et bagages.