



# LE TANNEUR & CIE

Résultats annuels au 31 décembre 2004

Paris le 6 Avril 2005

## SOMMAIRE

Groupe LE TANNEUR & CIE

La vie financière

Les perspectives

LE TANNEUR & CIE et la bourse

## Profil de la Société

LE TANNEUR & CIE est un acteur important de la maroquinerie française qui allie la créativité et l'innovation à la tradition centenaire du travail du cuir, en s'exprimant au travers de ses trois marques complémentaires, LE TANNEUR, SOCO et UPLA.

Son positionnement "value brand" et son atout majeur, la maîtrise de la chaîne création / production / distribution, lui permettent d'envisager, avec confiance, un développement profitable en France et sur les marchés export stratégiques.

## Stratégie de "value brand"

La recherche du meilleur rapport qualité / créativité / prix

La stratégie de LE TANNEUR & CIE consiste à allier la qualité d'une grande marque à une créativité maîtrisée tout en proposant des prix compétitifs : être le haut de gamme des produits accessibles (concept de "value brand").

A cette stratégie s'ajoute la volonté de pénétrer fortement le segment le plus porteur du marché : l'accessoire de maroquinerie féminin.

## Positionnement des marques

### LE TANNEUR

L'une des 4 marques françaises de maroquinerie nées au 19ème siècle qui s'appuie sur :

- **Un métier** : la maroquinerie
- **Une matière** : le cuir
- **Une promesse de fonctionnalité** : son origine de petite maroquinerie

élégance naturelle



## Positionnement des marques

# S O C O

Dans l'univers LE TANNEUR,  
SOCO représente :

- une créativité moins convenue
- une cible plus avide de "différence"
- un produit instantanément reconnaissable



## Positionnement des marques



*Upla*

La marque des "bobos" parisiens qui se décline autour de la besace anglaise traditionnelle de pêche à la truite, des cartouchières, du sac de berger provençal et des produits "bazar" choisis pour leur charme et leur pouvoir émotionnel :



le sportswear chic en maroquinerie

## Fabrication/Production

Pour réaliser les collections de ses propres marques, LE TANNEUR & CIE s'appuie tout d'abord sur le site de production de sa filiale **Luxrom** en Roumanie.

Créée en 2000, cette usine performante en terme de rapport coût-qualité emploie 177 collaborateurs à fin 2004 et couvre environ 20% des besoins de production.



## Fabrication/Production

Les 80% restant des besoins de production pour les marques propres sont réalisés par un réseau d'une dizaine de sous-traitants très compétents, en Asie et au Maghreb, avec lesquels LE TANNEUR & CIE a su tisser au cours des 20 dernières années des liens très étroits.

Leurs productions répondent aux critères de qualité définis et contrôlés sur place par LE TANNEUR & CIE.

Les prix de revient compétitifs profitent depuis plusieurs saisons de la faiblesse du dollar.

## Fabrication/Production

LE TANNEUR & CIE a dédié son site de production de Bort-les-Orgues en Corrèze à la fabrication en sous-traitance pour de grandes marques de luxe.

Cette activité en forte croissance représente aujourd'hui environ la moitié du CA.

Afin d'optimiser et de rationaliser ces productions, la Société a eu l'opportunité d'acquérir fin 2004 pour 1€ symbolique une nouvelle petite usine, toujours à Bort-les-Orgues, avec 13 personnes.

L'effectif productif total au 31/12/2004 représente 310 personnes dont environ 10% d'intérimaires.



## Démarche responsable

LE TANNEUR & CIE s'engage à construire des relations durables avec ses "fournisseurs-partenaires".

La Société est particulièrement vigilante sur les conditions sociales, humaines et environnementales de fabrication.

Ses fournisseurs s'engagent formellement à ne pas recourir au travail des enfants ni au travail forcé. Le respect de cette charte est vérifié par les collaborateurs de la Société qui se rendent régulièrement dans leurs divers ateliers.

## Distribution contrôlée

Magasins contrôlés en propre par LE TANNEUR & CIE

Après cession des points de vente qui ne répondaient plus au concept ou aux normes de rentabilité de LE TANNEUR & CIE, le réseau actuel représente :

- **9 magasins à Paris et en région parisienne**
- **1 magasin à Marseille La Valentine rénové en juillet**
- **1 magasin à Strasbourg (relocalisé en 2004)**
- **1 magasin à Toulouse**
- **1 magasin à Bruxelles**
- **4 magasins d'usine**



## Distribution contrôlée

### Commissionariat - Affiliation

Afin de développer et de mieux maîtriser la distribution de ses produits, LE TANNEUR & CIE a mis en place, parallèlement à son propre réseau de magasins, une formule de "commission-affiliation", forme moderne de la franchise dans les métiers de la mode.

La Société a participé au salon de la Franchise en mars 2004 et a procédé au recrutement d'un responsable du développement de ce réseau.

Le premier magasin affilié a été ouvert à Bordeaux, Cours de l'Intendance, en novembre 2004 et un second contrat a été signé à la fin de l'exercice pour une ouverture en mars 2005 à Rennes. En outre, 7 "DIP" ont été signés en 2004.

## Distribution contrôlée

### Commissionariat - Affiliation

Par rapport à une franchise classique, le système proposé repose sur les principes suivants :

- Le stock reste la propriété de LE TANNEUR & CIE. Il est géré et réassorti de façon permanente par les équipes de la Société, qui ont connaissance en temps réel des mouvements grâce au système développé pour le suivi et la gestion des magasins détenus en propre.
- Une commission garantie de 47% du CA réalisé par le magasin est versée à l'affilié. Le CA pris en compte par LE TANNEUR & CIE est net de commission.

## Distribution sélective

En complément de ses propres magasins et de ceux de ses nouveaux affiliés, LE TANNEUR & CIE distribue ses produits auprès de 500 détaillants multimarques. Pour enrayer l'érosion des ventes de ce canal de distribution, des actions ciblées comme la mise en place de corners sont proposées aux détaillants les plus dynamiques. 4 corners LE TANNEUR et 2 SOCO ont été mis en place en 2004.

LE TANNEUR & CIE distribue également ses produits auprès des Grands Magasins français dans des corners dédiés animés par ses propres démonstratrices et équipés progressivement de mobilier identique à celui des boutiques.

## Distribution sélective

Le positionnement de "value brand" et la créativité des collections ont conduit à une progression en terme de parts de marché dans ce secteur "référence" de la distribution.

Au plan international, le Groupe est présent dans 40 pays.

## SOMMAIRE

Groupe LE TANNEUR & CIE

La vie financière

Les perspectives

LE TANNEUR & CIE et la bourse

## Faits marquants

Les principaux faits marquants de l'exercice 2004 sont les suivants :

- Investissements importants dans le lancement de l'activité "commission-affiliation" avec participation aux salons spécialisés et recrutement d'un développeur. Première concrétisation avec l'ouverture du magasin de Bordeaux.
- Poursuite de la rationalisation du réseau des magasins détenus en propres (deux fermetures et un déménagement).
- Intensification du développement à l'étranger et signature de nouveaux contrats (USA, Espagne, Portugal, etc.) avec des résultats encourageants sur les marchés prospectés.



## Faits marquants

- Croissance forte de la fabrication pour maisons de luxe et acquisition d'une petite unité de production complémentaire à Bort-les-Orgues.
- Succès des nouvelles lignes LE TANNEUR et SOCO :
  - avec la poursuite de la féminisation de la marque LE TANNEUR et l'installation de best-sellers en passe de devenir des classiques
  - et pour SOCO un regain d'intérêt pour de nouvelles lignes qui pourraient être des relais de développement à la ligne historique San Diego
- Forte amélioration des résultats opérationnels anticipée par une valorisation boursière en hausse de 75% sur l'année.

## Chiffre d'affaires (en M€)

	Consolidé réel			A périmètre comparable		
	2004	2003	Δ%	2004	2003	Δ%
<b>Magasins contrôlés et affiliés</b>	5,62	5,87	-4,3	5,40	5,05	+6,8
<b>Autres distributions</b>	15,78	17,11	-7,8	15,76	16,49	-4,4
<b>Fabrications pour maisons de luxe</b>	22,08	20,20	+9,3	22,08	20,19	+9,4
	<b>43,48</b>	<b>43,18</b>	<b>+0,7</b>	<b>43,24</b>	<b>41,73</b>	<b>+3,6</b>

## Chiffre d'affaires

**A périmètre comparable** le CA augmente de 3,6%

Les **magasins** contrôlés sont en forte hausse à +6,8%

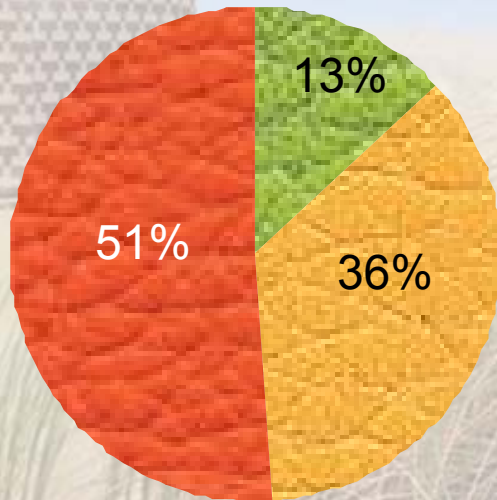
Les activités **Autres distributions** sont en baisse de -4,4%

- En France, elles ont régressé de 2,2%, le secteur Détaillants multimarques ayant chuté de 7% et les Grands Magasins étant restés stables. La baisse est concentrée sur la marque SOCO, LE TANNEUR progressant de 4%.
- A l'export, le recul de l'activité est de 12,9%. Le Japon enregistre une baisse de 41%, liée aux réajustements de stock de l'agent et au ralentissement du marché interne, non compensée par les progressions (+13%) enregistrées sur les autres marchés.

Les **fabrications pour maisons de luxe**, toujours très dynamiques, affichent une croissance de 9,4%.

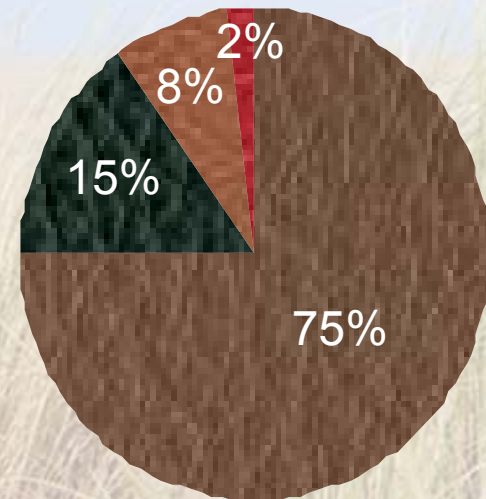
## Répartition du chiffre d'affaires

Par secteurs d'activité



- Magasins contrôlés et affiliés
- Autres
- Fabrication pour maisons de luxe

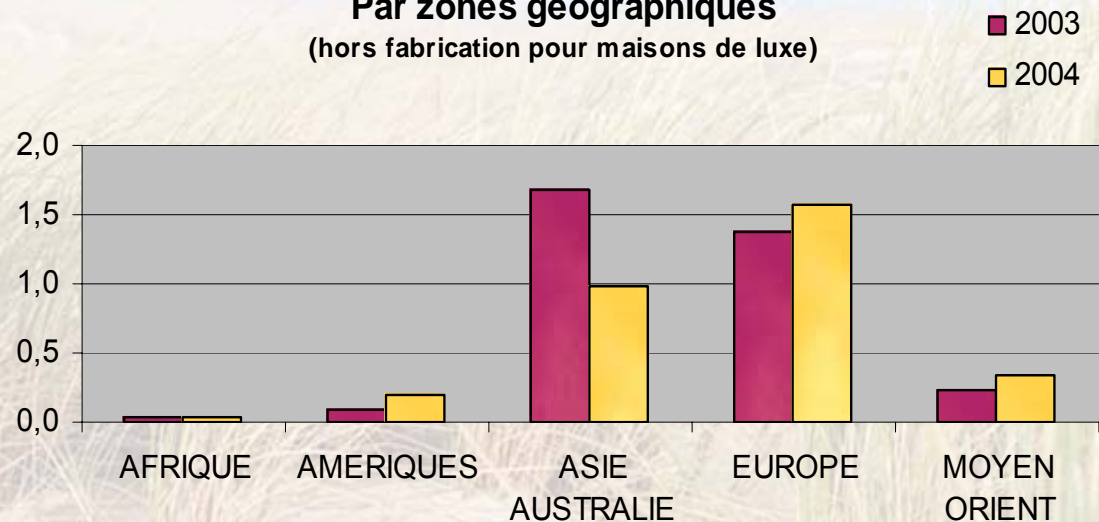
Par marques (hors fabrication pour maisons de luxe)



- LE TANNEUR
- SOCO
- Upla
- Autres

## Répartition du CA Export (en M€)

Par zones géographiques  
(hors fabrication pour maisons de luxe)



## Résultat d'exploitation (en M€)

	2004	2003	Δ%
Chiffre d'affaires	43,48	43,17	+0,7
Valeur ajoutée	16,90	15,56	+8,6
EBE	2,19	1,72	+27,3
Résultat d'exploitation	1,28	0,65	x 2

## Résultat net (en M€)

	2004	2003	Δ%
Résultat d'exploitation	1,28	0,65	x 2
Résultat financier	-0,36	-0,11	
Résultat courant	0,91	0,54	+69,9
Résultat exceptionnel	0,32	0,55	-41,5
Résultat net	1,19	1,05	+13,4

## Résultats

La **valeur ajoutée** continue de progresser en % du CA (38,9% contre 36,0%) malgré un "mix activité" défavorable en terme de marge : économies sur les achats de matières, bonne productivité de l'usine de Bort, cours du dollar favorable, fermeture de magasins non rentables, meilleure gestion des soldes dans les magasins.

Les frais de personnel ont progressé de 6,7% (embauches, arrivée au terme des aides Aubry 1, effort sur les bas salaires et reprise du personnel de l'atelier complémentaire de Bort). Néanmoins, et grâce à l'amélioration des marges, l'**EBE** est en progression et représente 5,0% du CA.

## Résultats

Après un effet net des amortissements et provisions de -0,98 M€ (dont 1,03M€ de dotation aux amortissements), le **résultat d'exploitation** ressort à 1,28M€ contre 0,65M€ en 2003, soit un doublement.

Au 31 décembre 2003, le **résultat financier** bénéficiait de la reprise de l'écart de conversion lié à la dissolution de la filiale américaine Elfa pour 0,41M€. Retraité de cet élément non récurrent, le résultat financier "opérationnel" s'élevait à -0,52M€ au 31 décembre 2003.

Au 31 décembre 2004, il ressort à -0,36M€, soit une amélioration liée à la poursuite du désendettement et à la reprise de provision pour dépréciation des actions d'autocontrôle.

## Résultats

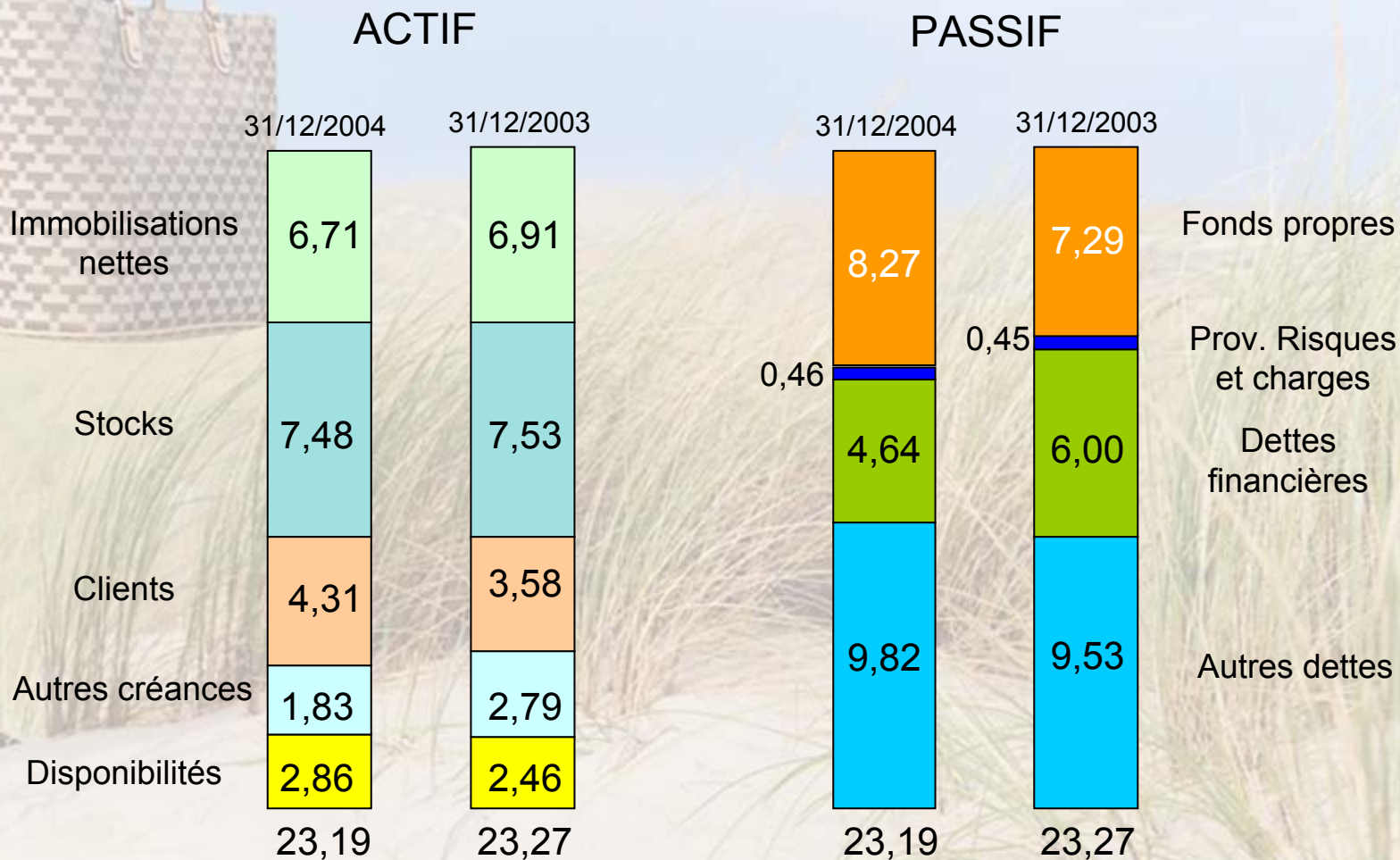
Le **résultat courant** à 0,91M€ est en augmentation de +69,9% par rapport à celui de l'exercice précédent.

Le **résultat exceptionnel** provient principalement des plus-values réalisées lors des cessions des magasins de Saint-Germain-en-Laye et Strasbourg.

Le **résultat net** part du Groupe ressort à +1,19M€ contre +1,05M€ en 2003, soit une progression de 13,4%.

# LE TANNEUR & CIE

## Bilans comparés (en M€)



## Éléments clés du bilan

Stocks stables par rapport au 31/12/2003.

BFR en nette diminution : -0,6M€ grâce à une capacité d'autofinancement de 1,9M€.

Capitaux propres (non réévalués) de 8,27M€.

Réduction de l'endettement net -1,8M€.

Ratio d'endettement net sur capitaux propres de 21,5% contre 48,6% au 31/12/2003 (et 126% en 2001).

## I.F.R.S.

Les retraitements liés à l'application des normes I.F.R.S. sur les comptes 2004 seraient les suivants :

	Résultat	Capitaux propres
Indemnités départ à la retraite	-0,02	-1,16
Stock-Options	-0,07	-
Divers Exploitation	+0,04	-
Actions d'autocontrôle	-0,14	-0,52
Divers Financier	+0,03	+0,03
<b>Total des retraitements</b>	<b>-0,16</b>	<b>-1,65</b>

## I.F.R.S.

L'impact de ces retraitements affecteraient les résultats 2004 de la façon suivante :

	99-02	I.F.R.S.
Résultat d'exploitation	+1,28	+1,23
Résultat financier	-0,36	-0,47
Résultat exceptionnel	+0,32	+0,32
Résultat net	+1,19	+1,03
Capitaux propres	8,27	6,62

## SOMMAIRE

Groupe LE TANNEUR & CIE

La vie financière

Les perspectives

LE TANNEUR & CIE et la bourse

## Points forts

- LE TANNEUR : légitimité d'une grande marque.
- SOCO : marque complémentaire.
- Réseau de distribution intégré opérationnel et rentable.
- LE TANNEUR apparaît d'ores et déjà comme le leader de la Franchise de maroquinerie en France.
- Outil de production pour marques propres entièrement délocalisé.
- Usine de Bort-les-Orgues performante générant le cash nécessaire au développement des marques propres.

## Opportunités

- Une distribution traditionnelle vieillissante qui laisse la place à des formules de distribution intégrées ou organisées.
- Une accélération du développement international grâce au concept de “value brand” dans le sillage des marques de luxe.
- Une collection féminisée en passe de prendre sa vitesse de croisière.
- De nombreux départs en retraite à court terme permettant une réorganisation en profondeur de l'entreprise.

## Objectifs

Les objectifs du plan à 3 ans sont les suivants :

- Atteindre un résultat d'exploitation de 7% à fin 2007.
- Disposer de 40 magasins affiliés opérationnels à fin 2007.
- Se concentrer sur 2 marques : LE TANNEUR et SOCO.
- Avoir un endettement net nul à fin 2006 et en cash positif à fin 2007 (hors négociation éventuelle d'un nouvel emprunt).

## Stratégie

Pour atteindre ces objectifs la stratégie sera la suivante :

- Concentrer l'ensemble des forces de l'entreprise sur le développement d'une seule enseigne : LE TANNEUR.
- Devenir un pur opérateur marketing et distribution.
- Préserver une forte contribution de la fabrication pour maisons de luxe tout en maintenant cette activité à son niveau actuel.
- Développer en optimisant leur rentabilité les réseaux qualitatifs : grands magasins, export, détaillants haut de gamme, cadeaux d'affaires.
- Amplifier les campagnes publicitaires (+40% en 2005).

## SOMMAIRE

Groupe LE TANNEUR & CIE

La vie financière

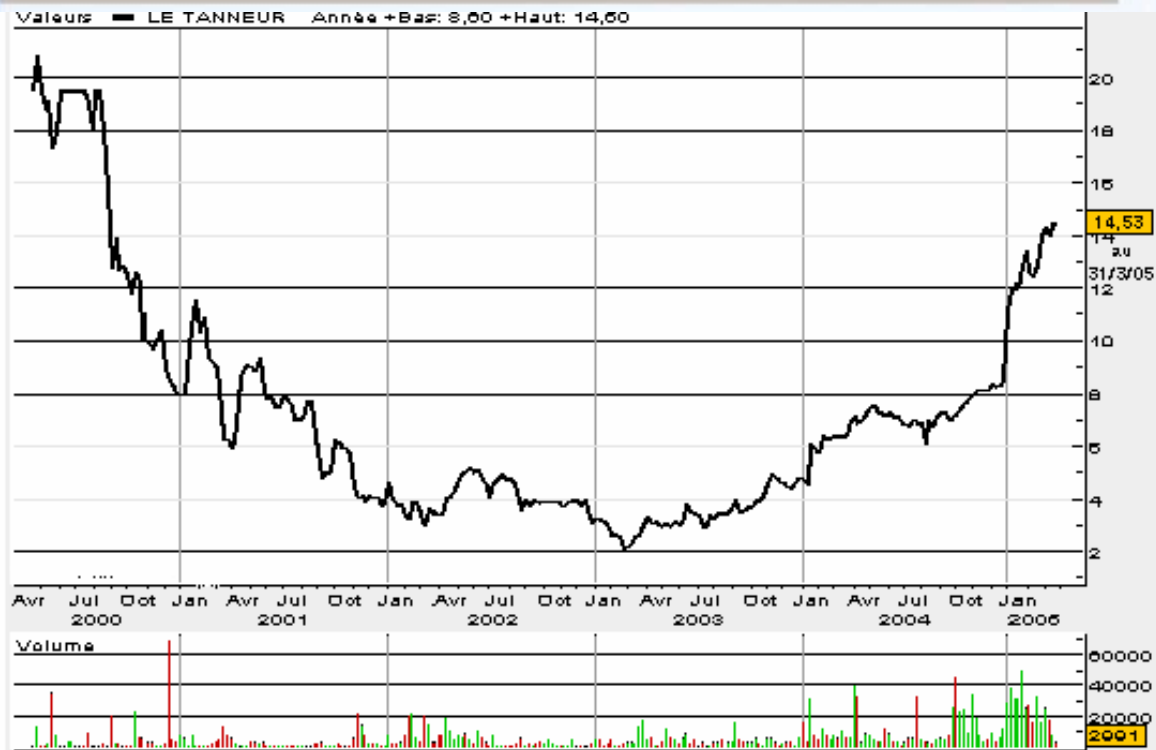
Les perspectives

LE TANNEUR & CIE et la bourse

# LE TANNEUR & CIE



## Graphique du cours



Cours au 1/1/2004 : 4,84€  
Cours au 31/12/2004 : 8,50€ + 75%  
Fonds propres au 31/12/2004 : 8,27M€ soit 6,04€ / action  
PER : 9,6

## Echanges annuels

	2003	2004	1 <sup>er</sup> trimestre 05
En nombre	225 000	607 000	335 000
En % du capital	16%	44%	24%
En % du flottant *	37%	100%	55%
En capitaux (en k€)	741	4260	4270

\* Sur base 31/12/2004 soit 605 540 actions

## Répartition du capital

Répartition du capital au 31/12/2004 :

	Capital	Droits de vote
Louis Vuitton Malletier :	27,4 %	31,5%
Dirigeant :	21,6 %	30,5%
Cadres :	1,6 %	2,4%
Autocontrôle :	5,2 %	0,0%
Public :	44,2 %	35,6%

## Évolution de l'actionnariat

Au cours de l'année, Hervé Descottes, Président de LE TANNEUR & CIE a acquis des titres de la Société sur le marché et possède directement ou à travers Fides 21.6% du capital au 31 décembre 2004 contre 19.5% au 1er janvier 2004.

**Déclaration de franchissement de seuil le 10 août 2004 publié par l'AMF** : à l'expiration du fonds Développement & Partenariat, créé en 1994 pour 10 ans, les titres LE TANNEUR & CIE (15.9% du capital) constituant l'actif résiduel du fonds, ont été remis à ses actionnaires. Au 31 décembre 2004, D & P ne détenait plus d'actions LE TANNEUR & CIE.

## Évolution de l'actionnariat

**Franchissement de seuil de l'auto-contrôle** : Dans le cadre du Plan de Rachat d'Actions voté en Assemblée Générale le 02 juin 2004, LE TANNEUR & CIE a franchi en hausse le seuil de 5% de titres auto-détenus avec 71 550 actions, à la date du 31 décembre.

Suite à ces différents mouvements, le flottant passe de 31,8% au 01/01/2004 à 44,2% au 31/12/2004. Le nombre d'actionnaires recensés en novembre 2004 était de 750 contre 580 un an auparavant.

## Capitalisation boursière

Capitalisation boursière 31/12/2002 : 4,16M€

Capitalisation boursière 31/12/2003 : 6.63M€ + 59%

**Capitalisation boursière 31/12/2004 : 11,65M€ +76%**



LE TANNEUR & CIE

La Value-Brand de la Maroquinerie