



LE TANNEUR & CIE

Résultats du 1^{er} semestre 2006

Paris, le 27 septembre 2006

LE TANNEUR & CIE



SOMMAIRE

Groupe LE TANNEUR & CIE

Les faits marquants

La vie financière

LE TANNEUR & CIE et la Bourse

Les perspectives

LE TANNEUR & CIE



LE TANNEUR & CIE

Un Groupe qui s'appuie sur 2 métiers complémentaires :

➤ **Fabrication pour maisons de luxe**



➤ **Création et Distribution de gammes de maroquinerie et d'accessoires de mode sous les marques LE TANNEUR et SOCO (Marques Propres)**

LE TANNEUR & CIE



Fabrication pour maisons de luxe

LE TANNEUR & CIE a dédié ses deux sites de production de Bort-les-Orgues en Corrèze à la fabrication en sous-traitance pour de grandes maisons de Luxe (environ 300 collaborateurs).

Portée par le dynamisme du marché mondial, cette activité représente 56% du CA au 1^{er} semestre 2006. **Cette proportion est appelée à se modifier avec le développement du réseau de détail et des marchés export de l'activité Marques propres.**



LE TANNEUR & CIE



Fabrication pour maisons de luxe

Points forts

- **Expertise** : qui tient sa légitimité de l'héritage de maroquinier de LE TANNEUR & CIE
- **Mix artisanat / industrie** : alliance d'un savoir-faire artisanal à des équipements industriels sophistiqués permettant la réalisation en série de modèles de luxe
- **Rentabilité** : la bonne profitabilité affichée lors des derniers exercices est affectée par la rotation accélérée des collections.



LE TANNEUR & CIE



Les Marques Propres

LE TANNEUR

- Une **tradition** centenaire : l'une des 4 marques françaises de maroquinerie nées au XIXème siècle
- Une **notoriété** assistée de 72% (Etude Simm France 2005)
- Une stratégie de « *value brand* » : la **qualité** d'une grande **marque** à **prix** abordable
- Une recherche systématique d'**amélioration** de la qualité permettant la « montée » en image



« élégance naturelle »

LE TANNEUR & CIE



Les Marques Propres

SOCO

- Un mélange insolite de matières et de couleurs, des modèles originaux et astucieux pour une cible avide de différence
- Un style «conquête de l'ouest américain» instantanément reconnaissable
- Dans les magasins, **SOCO** complète efficacement et de façon cohérente, l'offre produits de la marque **LE TANNEUR**



LE TANNEUR & CIE



Marques Propres

Maîtrise de la chaîne Création > Sourcing > Distribution

Des réseaux multiples :

➤ Distribution de **détail**

- Magasins succursales
- Magasins affiliés

➤ Distribution de **gros**

- En France : Les détaillants multimarques
Les grands magasins
- A l'export : Les agents et importateurs
Les filiales

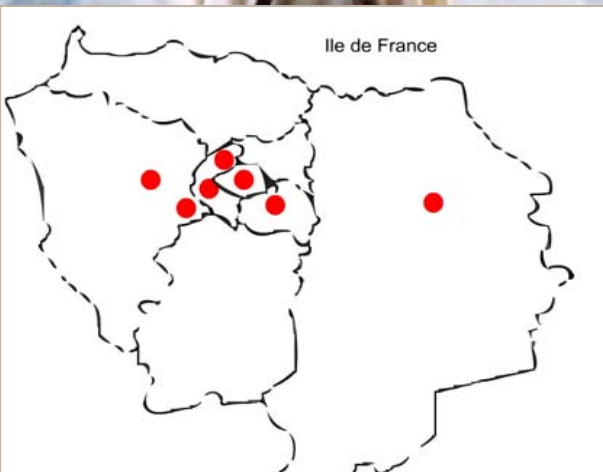
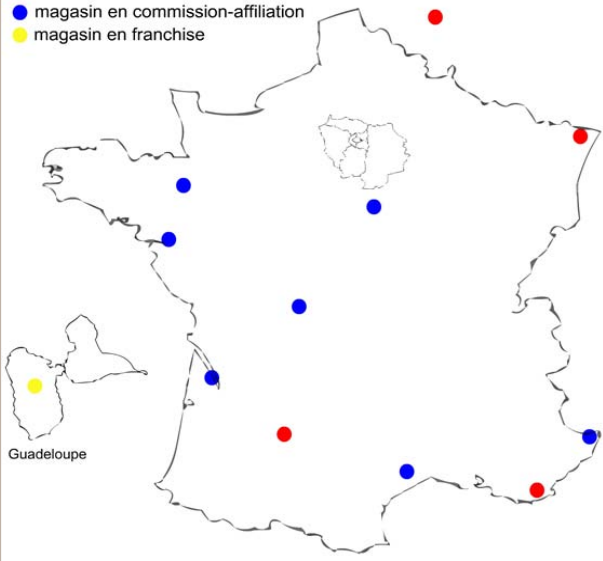
Limoges



Une distribution sélective

LE TANNEUR & CIE

- magasins succursalistes
- magasin en commission-affiliation
- magasin en franchise



Marques Propres

La distribution de détail

Le réseau de **distribution de détail** au 30 juin 2006 :

- 10 magasins **succursales** en France
1 en Belgique
5 magasins d'usine
- 7 magasins **affiliés** en métropole
1 franchise en Guadeloupe

Ouvertures du second semestre :

- Levallois-Perret en succursale
- Bourges, Chambéry et Saint-Etienne en affiliation

▶ **28 magasins fin 2006**

Un concept haut de gamme de magasins

LE TANNEUR & CIE



Marques Propres

Distribution de détail : la Commission - Affiliation

- Commission garantie de 50% pour le partenaire
- Assistance dans la construction du projet
- Mise à disposition du concept
- Formation et accompagnement permanent
- Gestion du stock
- Communication publicitaire



Montpellier



Rennes

L'affiliation : une implantation maîtrisée

LE TANNEUR & CIE



Marques Propres

Distribution de gros en France

- **Les détaillants multimarques** : 500 partenaires
Des corners spécifiques sont progressivement installés chez les détaillants les plus dynamiques.
- **Les grands magasins** : corners dédiés animés par un personnel de démonstration LE TANNEUR & CIE et progressivement équipés de mobilier propre à l'enseigne du Groupe.



Printemps de la Mode Haussmann

Une distribution sélective

LE TANNEUR & CIE



Marques Propres

Distribution de gros à l'export

➤ Les importateurs et agents

- Développement continu en Belgique, Espagne, Russie et Moyen-Orient
- Des accords ont été conclus sur le semestre pour de nouveaux territoires : Etats-Unis, Suisse, Grèce, Australie

Moscou



➤ Les filiales

- LE TANNEUR Japan créée début 2006 monte progressivement en puissance
- Projet de création de LE TANNEUR Chine au 4ème trimestre

Parution au Japon



Une distribution sélective

LE TANNEUR & CIE



Marques Propres

La communication publicitaire

La marque **LE TANNEUR** a une longue tradition de communication publicitaire



Au cours du 1^{er} semestre 2006, le positionnement « **élégance naturelle** » a été décliné dans de nombreux media presse



Une ambition : amplifier la présence publicitaire

LE TANNEUR & CIE



SOMMAIRE

Groupe LE TANNEUR & CIE

Les faits marquants

La vie financière

LE TANNEUR & CIE et la Bourse

Les perspectives

LE TANNEUR & CIE



Le constat

- Accélération rapide du renouvellement des produits. La maroquinerie qui, dans le passé, était un produit stable devient un produit Mode
- Compétition internationale accrue (9 sacs sur 10 achetés en France sont fabriqués en Chine)
- La place de plus en plus grande de l'image qui implique des investissements marketing accrus
- La difficulté de la distribution traditionnelle à s'adapter à cette nouvelle donne

LE TANNEUR & CIE



Les conséquences

- La nécessité de marges plus importantes pour financer les actions marketing
- La nécessité de maîtriser de plus en plus en amont la distribution : cumul des marges et maîtrise de l'image
- La nécessité de se concentrer sur la création, le sourcing et la distribution, générateurs de marges au détriment de la production propre



Les conséquences tirées par LTC

- Réorganisation en profondeur
Suppression des activités liées à la production (achat des matières et composants, services des méthodes, ordonnancement et administratif, usine de Roumanie).

Les actions se sont traduites par une réduction des effectifs centraux de 33% sur 12 mois (80 pour 120 personnes)
- Développement du sourcing
Mise en place des outils d'informations adaptés, renforcement de la filiale sourcing de Hong Kong, contrats avec des partenaires indiens et chinois au niveau approvisionnement, renforcement de la qualité avec la création d'un laboratoire interne

LE TANNEUR & CIE



Les conséquences tirées par LTC

➤ Déploiement international

Au cours du 1^{er} semestre 2006, LE TANNEUR & CIE a abordé les marchés d'Asie, incontournables pour le développement futur :

- Création d'une filiale au Japon
- Création d'une filiale en Chine

➤ Déploiement vers la distribution

Signature de nouveaux contrats de franchisé qui vont porter le nombre de magasins à 28 en fin d'année 2006

LE TANNEUR & CIE



SOMMAIRE

Groupe LE TANNEUR & CIE

Les faits marquants

La vie financière

LE TANNEUR & CIE et la Bourse

Les perspectives

LE TANNEUR & CIE



Chiffre d'affaires au 30 juin (en M€)

	Consolidé réel			A périmètre comparable		
	2006	2005	Δ%	2006	2005	Δ%
Magasins contrôlés et affiliés	2,9	2,5	+15,0	2,4	2,2	+9,2
Autres distributions	7,4	7,9	-7,2	7,0	7,5	-6,7
Fabrication pour maisons de luxe	13,1	12,9	+1,4	13,1	12,9	+1,4
	23,3	23,3	-	22,4	22,5	-0,8

LE TANNEUR & CIE



Chiffre d'affaires

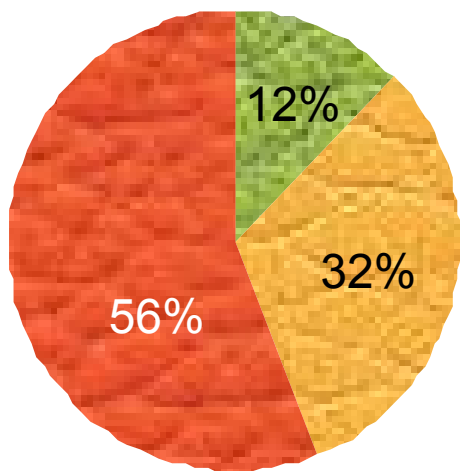
Chiffre d'affaires à -0,8% à périmètre comparable (retraitement des ouvertures de franchisés, de la marque Upla et du magasin Saint-Benoît cédés) :

- Progression de 9,2% des **Magasins** (hors Upla, la progression est de 13,5%) : créativité de l'offre produit, campagne publicitaire, actions d'animation, PLV, challenges, mise en avant des best sellers
- **Autres distributions** à -6,7% : érosion des ventes auprès des détaillants multimarques, légère progression des Grands Magasins, impact de l'activité en démarrage de la filiale LE TANNEUR Japan par rapport à l'agent japonais en 2005
- **Fabrication pour maisons de luxe** à +0,9% : standards d'activité habituels, renouvellement important des collections, recours à des heures supplémentaires sur le 2^{ème} trimestre

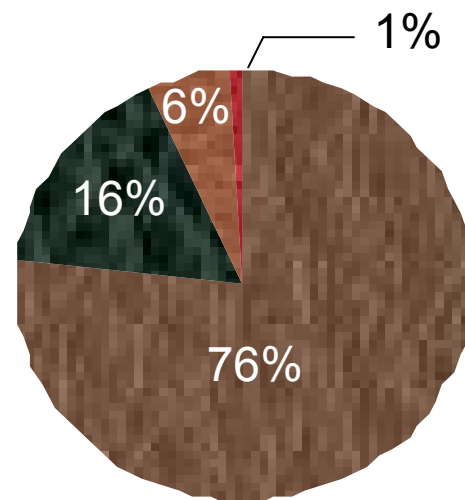
Répartition du chiffre d'affaires

Par marques (hors fabrication pour maisons de luxe)

Par secteurs d'activité



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



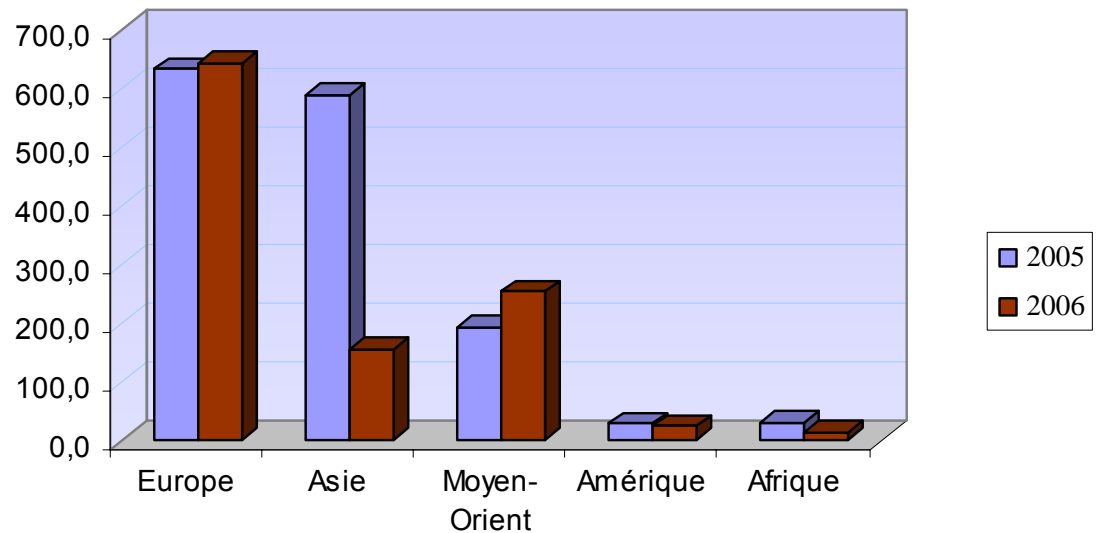
- LE TANNEUR
- SOCO
- Upla
- Autres

LE TANNEUR & CIE



Répartition du CA Export hors UPLA (en K€)

Par zone géographique (hors fabrication pour maisons de luxe)



LE TANNEUR & CIE



Résultat opérationnel courant (en M€)

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
Chiffre d'affaires	23,30	23,31
Valeur ajoutée	7,60	8,65
EBE	-1,26	0,38
Résultat opérationnel courant	-1,43	-0,05



Résultat opérationnel courant

- Valeur ajoutée** : baisse à 33% du CA contre 37% en 2005
- diminution de la marge de la Fabrication pour maisons de luxe (renouvellement important des collections)
 - cession des derniers stocks Upla à perte
 - dépréciation des stocks matières résiduels en conséquence de la prise d'autonomie des sous-traitants dans l'approvisionnement
 - comparaison pénalisante sur la zone Japon avec une filiale en démarrage d'activité
- EBE** : -5% du CA contre +2% en 2005
- réorganisation des services logistique et administratifs : 749 K€ d'indemnisation, 557 K€ de coût des salariés non remplacés
 - perte opérationnelle de 133 K€ du magasin Upla de la rue Saint-Benoît à Paris
 - perte de 119 K€ de la filiale roumaine avant l'arrêt des productions Marques Propres au 2^{ème} trimestre

LE TANNEUR & CIE



Résultat net (en M€)

	<u>2006</u>	<u>2005</u>
Résultat opérationnel courant	-1,43	-0,48
Autres produits et charges opérationnels (ex-except.)	0,13	-0,01
Résultat opérationnel	-1,30	-0,06
Résultat financier	-0,13	-0,14
Résultat net part groupe	-1,32	-0,19

Les **autres produits et charges opérationnels** correspondent essentiellement au résultat net de cession du magasin Upla de la rue Saint-Benoît à Paris.

Le **résultat financier** reste stable à -0,13 M€.

Le **résultat net** part du Groupe ressort à -1,32 M€.

LE TANNEUR & CIE



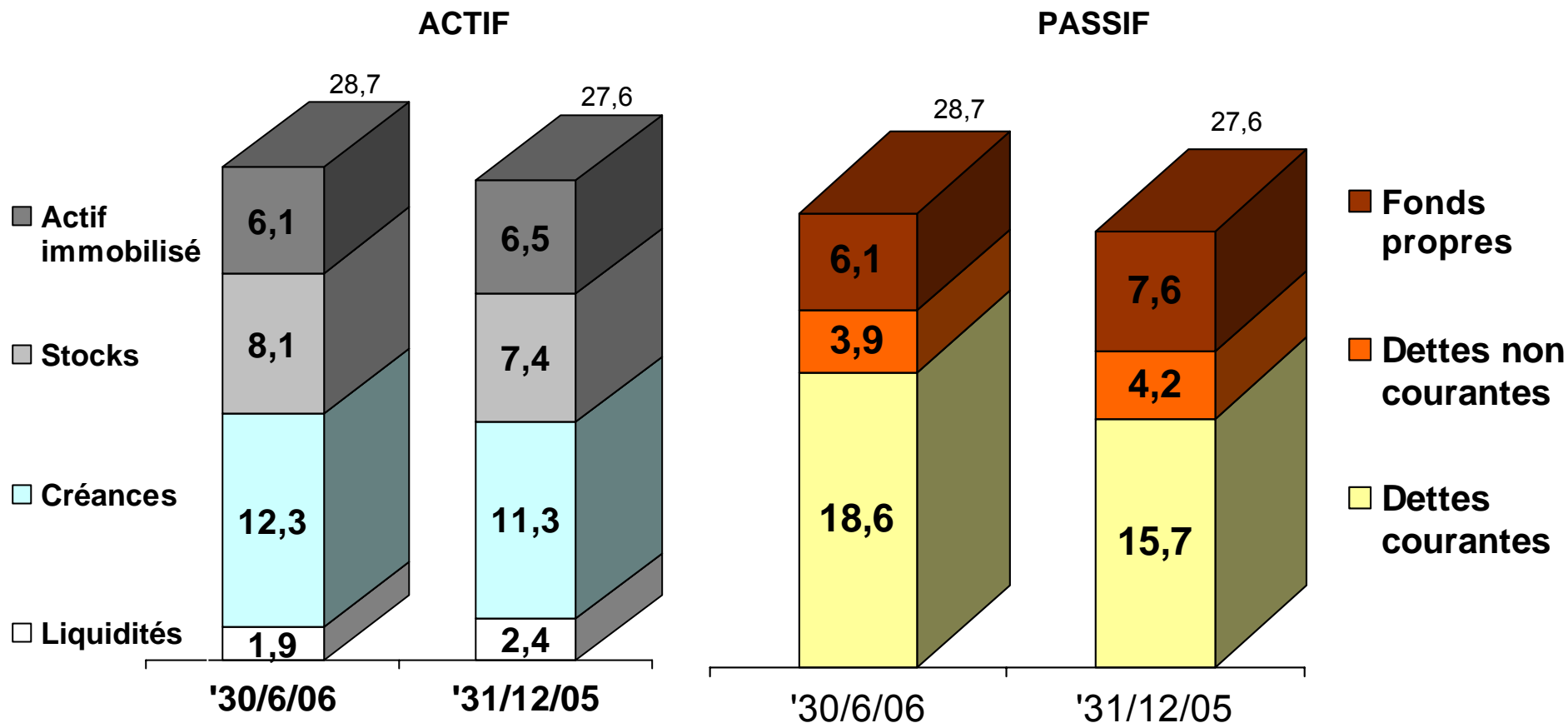
Charges non récurrentes

Les mesures fortes de réorganisation du 1^{er} semestre ont eu une incidence non récurrente de 1,95 M€ :

➤ Indemnisation des départs	0,75
➤ Coût des salariés non remplacés	0,56
➤ Perte opérationnelle du magasin St-Benoît	0,13
➤ Cession des stocks résiduels Upla	0,08
➤ Filiale japonaise en création	0,20
➤ Perte opérationnelle de Luxrom	0,12
➤ Dépréciation du stock résiduel matières	0,11
	<hr/>
	1,95

LE TANNEUR & CIE

Bilans comparés (en M€)



LE TANNEUR & CIE



Éléments clés du bilan

- **Actif immobilisé** : baisse due à la cession des magasins Saint-Benoît et Toulouse
- **Stocks** : hausse du fait de la saisonnalité habituelle et de l'approvisionnement en matières coûteuses en fin de semestre en prévision de la fabrication d'un produit particulièrement luxueux
- **Fonds propres** : baisse en raison de la perte du semestre et de la distribution d'un dividende de 0,10 € par action en juin pour un montant global de 139 K€
- **Dettes non courantes** : diminution de 165 K€ de l'endettement à plus d'un an et de 177 K€ de la provision indemnités départ retraite (réorganisation)

LE TANNEUR & CIE



SOMMAIRE

Groupe LE TANNEUR & CIE

Les faits marquants

La vie financière

LE TANNEUR & CIE et la Bourse

Les perspectives

LE TANNEUR & CIE



Graphique du cours



Cours au 31/12/2005 : 15,30 €

Cours au 30/06/2006 : 11,04 € -27,8%

Fonds propres au 30/06/2006 : 6,15 M€ soit 4,42 € / action

LE TANNEUR & CIE



Répartition du capital et échanges

Répartition du capital au 30/06/2006 :

	Capital	Droits de vote
Louis Vuitton Malletier	27,0%	30,1%
Groupe Descottes	21,2%	29,1%
Public	51,8%	40,8%

Echanges semestriels :	2006	2005
En nombre	243 404	498 000
En % du capital	18%	36%
En % du flottant *	34%	82%
En capitaux (en M€)	3,1	6,8

* Sur une base de 720 550 actions au 30/06/06 et de 605 540 au 30/06/05

LE TANNEUR & CIE



Capitalisation boursière

- Capitalisation boursière 31/12/2002 : 4,16 M€
- Capitalisation boursière 31/12/2003 : 6,63 M€ +59%
- Capitalisation boursière 31/12/2004 : 11,65 M€ +76%
- Capitalisation boursière 31/12/2005 : 21,19 M€ +82%
- Capitalisation boursière 30/06/2006 : 15,35 M€ -28%

LE TANNEUR & CIE



SOMMAIRE

Groupe LE TANNEUR & CIE

Les faits marquants

La vie financière

LE TANNEUR & CIE et la Bourse

Les perspectives

LE TANNEUR & CIE



Perspectives

Allégée de ses activités de production, avec un point mort qui a été réduit de 2 M€ en 18 mois, la société est désormais armée pour un développement très rentable de ses activités :

- Fabrication pour maisons de luxe
Maintien de la contribution de cette activité avec l'introduction, en cours, de méthodes nouvelles de production qui devraient permettre une amélioration de la productivité dans un contexte générale de baisse des marges



Perspectives

➤ Marques propres

- Avec l'amélioration possible des marges par la gestion active du sourcing – et non plus la gestion d'usines
- Avec le développement à l'export que vont permettre les filiales au Japon (1^{er} marché mondial de la maroquinerie haut de gamme) et en Chine (marché appelé à terme à devenir le 1^{er} marché mondial)
- Avec le développement de la franchise qui permet d'envisager 40 points de vente à l enseigne à fin 2007
- Avec l'amélioration sensible de la rentabilité de nos succursales (accélération de la croissance du CA au 2^{ème} semestre avec des taux de progression en Juillet et Août de 39% et 24% respectivement qui portent la croissance cumulée à 18% depuis le début 2006)

LE TANNEUR & CIE



Boulogne – Prévision 2006

ventes brutes	881.4
démarque	-101.4
ventes nettes ht	780.0
<i>% de démarque</i>	<i>-11.50%</i>
coût de revient des ventes	-217.8
marge brute standard	562.2
<i>% de marge</i>	<i>72.10%</i>

coût de personnel	-117.3
intérim	-2.0
publicité	-6.8
loyer et charges locatives	-118.0
transport	-8.0
dotations aux amortissement	-22.9
autres	-52.1
total frais de distribution	-327.1

contribution brute standard	235.1
<i>% de contribution</i>	<i>30.10%</i>

contribution cash flow	258.0
<i>% de cash flow</i>	<i>33.10%</i>

LE TANNEUR & CIE



Objectifs 2007 / 2008

- Porter le nombre de magasins à enseigne LE TANNEUR autour de 40 au minimum
- Doubler le CA export d'ici fin 2008
- Atteindre 7% de résultat opérationnel



LE TANNEUR & CIE

Le Temps, Le Talent, La Tendence