



# LE TANNEUR & CIE

Résultats au 31 décembre 2006

Paris, le 11 avril 2007

# 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 51% du CA de l'exercice 2006.

La rotation accélérée des collections entame la productivité de l'activité qui reste rentable.



# LE TANNEUR & CIE



## Les Marques Propres

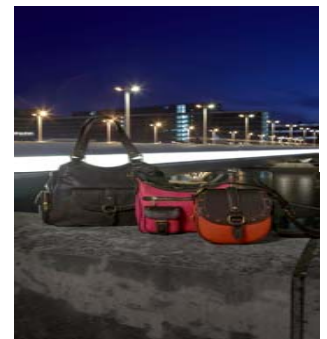
### LE TANNEUR

- Une **tradition** centenaire
- Une **notoriété** forte (72%)
- **La qualité** d'une grande **marque** à **prix** abordable



### S O C O

- Des matières, des couleurs et des modèles **insolites, originaux et astucieux**
- Une marque **complémentaire**



« élégance naturelle »

# LE TANNEUR & CIE



## Marques Propres

### Une distribution sélective

#### ➤ Distribution de détail → 29 points de vente

- 11 magasins **succursales** en France, 1 en Belgique
- 11 magasins **affiliés** en France, 1 franchise en Guadeloupe
- 5 magasins d'usine

#### ➤ Distribution de gros

- En **France** : 500 **détaillants** multimarques

#### Les **grands magasins**

(90 représentations dont 36 corners dédiés)

- A l'**export** : Les **agents** et **importateurs** en Belgique, Espagne, Russie, Moyen-Orient, ...

Les **filiales** : LE TANNEUR Japan et LE TANNEUR Chine

# 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



## Les faits marquants : 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 faits marquants : Les conséquences

- L'objectif de **marges** plus fortes pour financer les actions **marketing**
- La volonté de maîtriser de plus en plus en amont la **distribution** : maîtrise de l'**image** et cumul des **marges**
- 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)

Ces actions se sont traduites par une **réduction des effectifs** centraux et par **l'arrêt** en octobre 2006 des productions de la filiale roumaine Luxrom

### ➤ Déploiement vers la distribution

Ouverture de **5 magasins affiliés** (Limoges, Saint Etienne, Bourges, Chambéry et Saint Jean de Luz) et **d'une succursale** (Levallois-Perret) portant le nombre de magasins à **29** en fin d'année 2006

Progression remarquable de **19,7%** des magasins succursales (à périmètre comparable hors magasins d'usine)

# LE TANNEUR & CIE



## Les conséquences tirées par LTC

### ➤ **Déploiement international**

Au cours de l'année 2006, LE TANNEUR & CIE a abordé les marchés asiatiques, incontournables pour le développement futur :

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

➤ **Concentration sur la création mode** et la valorisation de l'image **féminine** au travers de campagnes de **publicité**

**Emergence d'un best-seller :**  
**le sac Matilde**





## Les conséquences tirées par LTC

### ➤ **Développement du sourcing**

Mise en place des outils d'information adaptés, renforcement de la filiale sourcing de Hong Kong, contrats avec des partenaires indiens et chinois au niveau approvisionnement,

### ➤ **Renforcement de la qualité**

Création d'un laboratoire interne, tests de contrôle qualité des peausseries, des finitions, des accessoires (bijouteries, serrures,...)

Renforcement du SAV au service de la satisfaction du client

### ➤ **Logistique**

Gestion fine du stock des magasins affiliés

-> Réassortiment rapide en boutiques

# 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 31 décembre (en M€)

	Consolidé réel			A périmètre comparable		
	2006	2005	Δ%	2006	2005	Δ%
<b>Magasins contrôlés et affiliés</b>	6,9	6,1	+14,6	6,0	5,3	+12,4
<b>Autres distributions</b>	16,0	16,2	-1,6	15,5	15,4	+0,7
<b>Fabrication pour maisons de luxe</b>	24,2	23,4	+3,1	24,2	23,4	+3,1
	47,1	45,7	+3,0	45,7	44,2	+3,4



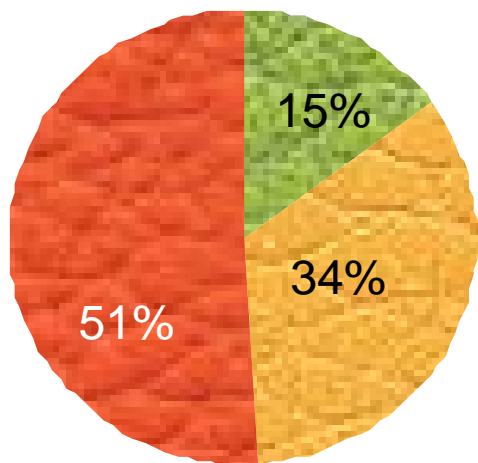
## Chiffre d'affaires

Chiffre d'affaires à +3,4% à périmètre comparable (retraitement des ouvertures de franchisés, de la marque Upla et du magasin Saint-Benoît cédés) :

- Progression de 12,4% des **Magasins** : créativité de l'offre produit, campagne publicitaire, actions d'animation, PLV, challenges, mise en avant des best sellers
- **Autres distributions** à +0,7% : légère progression des détaillants multimarques français impactée négativement par l'activité en démarrage de la filiale LE TANNEUR Japan
- **Fabrication pour maisons de luxe** à +3,1% : standards d'activité habituels, renouvellement important des collections, recours à des heures supplémentaires sur le 2<sup>ème</sup> trimestre

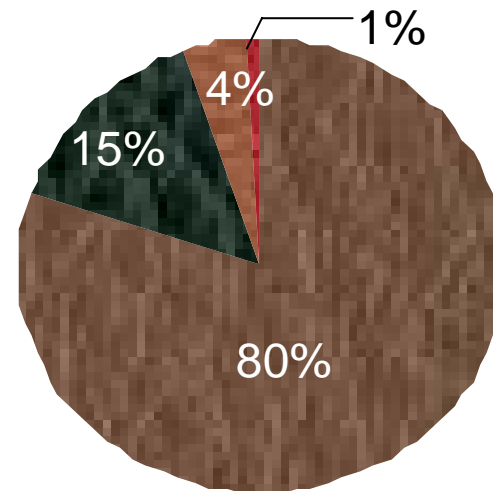
## Répartition du chiffre d'affaires

### Par secteurs d'activité



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

### Par marques (hors fabrication pour maisons de luxe)



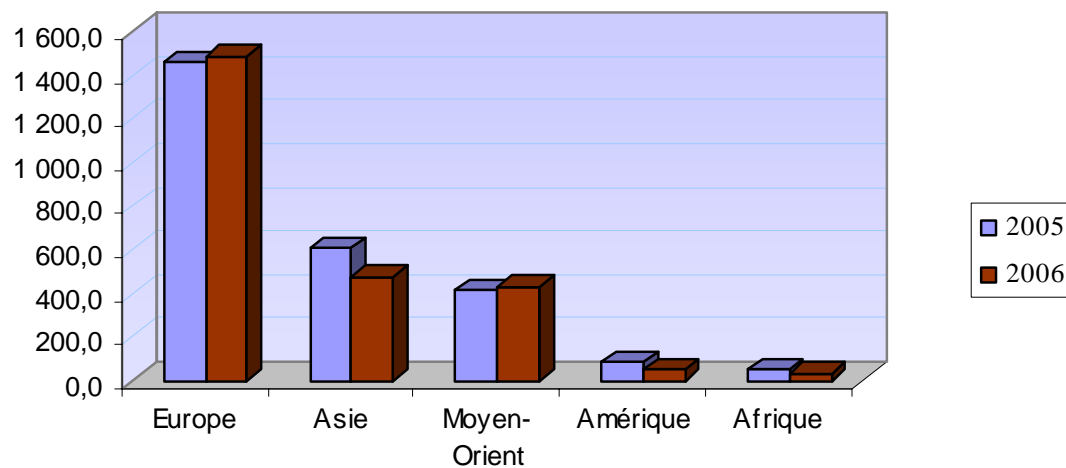
- LE TANNEUR
- SOCO
- Upla
- Autres

# 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€)

	2006	2005
<b>Chiffre d'affaires</b>	47,10	45,74
<b>Valeur ajoutée</b>	15,90	16,55
<b>EBE</b>	0,63	0,93
<b>Résultat opérationnel courant</b>	0,25	0,23



## Résultat opérationnel courant

**Valeur ajoutée** : 34% du CA contre 36% 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** : 1% du CA contre 2% en 2005

- réorganisation des services logistique et administratifs : 716 K€ de coûts liés aux départs, 459 K€ de coût des salariés non remplacés
- perte opérationnelle de 133 K€ du magasin Upla de la rue Saint-Benoît à Paris

**Résultat opérationnel courant** : stable car moins de dotation aux amortissements

# LE TANNEUR & CIE



## Résultat net (en M€)

	2006	2005
<b>Résultat opérationnel courant</b>	0,25	0,23
<b>Autres produits et charges opérationnels (ex-exception.)</b>	0,22	0,22
<b>Résultat opérationnel</b>	0,47	0,46
<b>Résultat financier</b>	-0,16	-0,37
Impôt sur les bénéfices	0,09	-0,03
<b>Résultat net avant activités arrêtées</b>	0,40	0,06
Activités arrêtées	-0,15	-
<b>Résultat net part du Groupe</b>	0,26	0,06



## Résultat net (en M€)

- **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** bénéficie de gains de change sur les achats en dollar.
- **Le résultat sur activités arrêtées** ou en cours de cession de -0,15 M€ correspond à la contribution négative de la filiale roumaine de production au compte de résultat du Groupe.
- **Le résultat net** du Groupe ressort à 0,40 M€ avant arrêt d'activité (contre 0,06 M€ en 2005) et à 0,26 M€ au total.



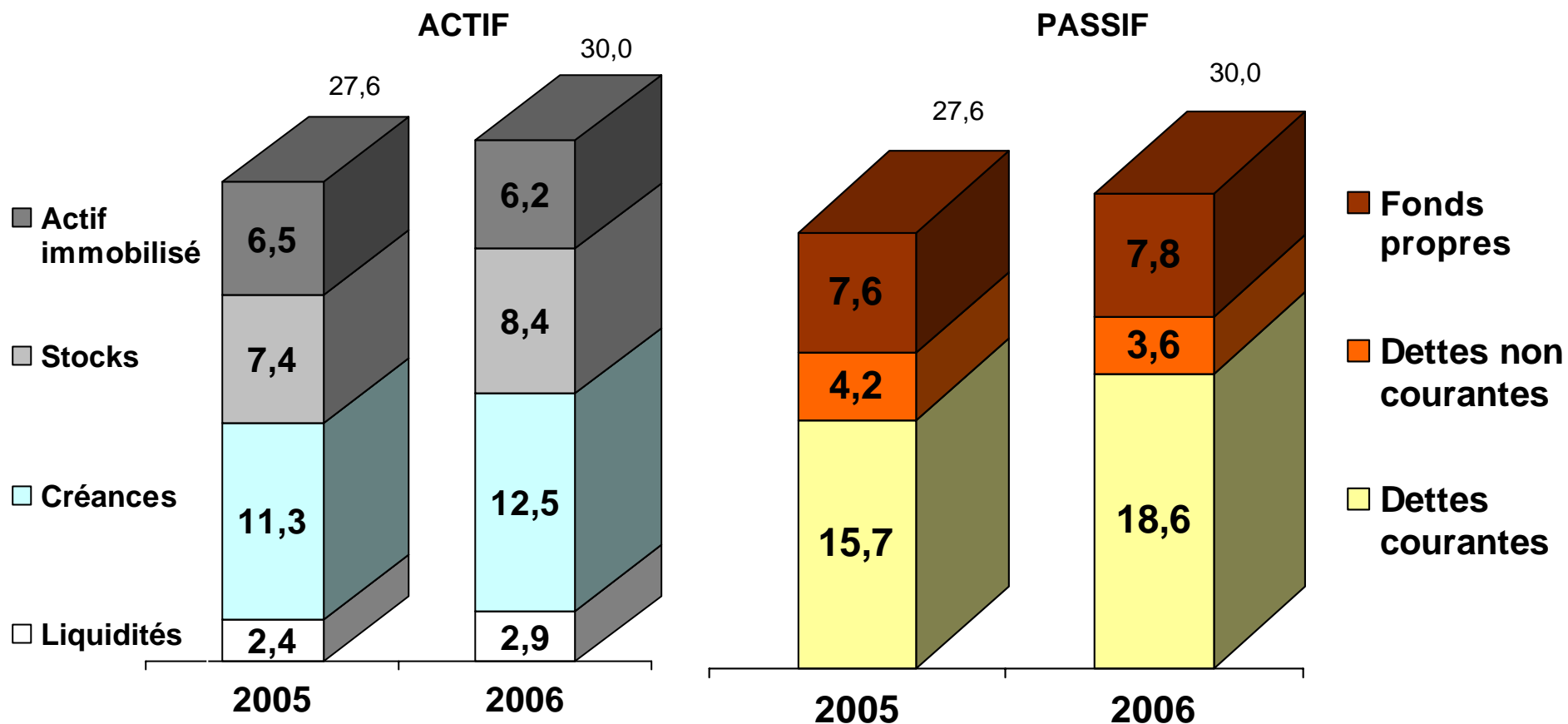
## Charges non récurrentes

Les mesures fortes de réorganisation du 1<sup>er</sup> semestre ont eu une incidence non récurrente de 1,75 M€ :

➤ Indemnisation des départs	0,72
➤ Coût des salariés non remplacés	0,46
➤ Perte opérationnelle du magasin St-Benoît	0,13
➤ Cession des stocks résiduels Upla	0,08
➤ Filiale japonaise en création	0,27
➤ Dépréciation du stock résiduel matières	0,09
	<hr/>
	1,75

# LE TANNEUR & CIE

Bilans au 31 décembre comparés (en M€)





## Éléments clés du bilan

- **Actif immobilisé** : baisse due à la cession des magasins Saint-Benoît et Toulouse et de matériel technique de la filiale roumaine
- **Stocks** : hausse du stock de produits finis en raison des 6 ouvertures de magasins sur l'exercice
- **Créances** : augmentation de 1,3 M€ du poste clients
- **Fonds propres** : distribution d'un dividende de 0,10 € par action pour un montant global de 139 K€
- **Dettes non courantes** : diminution de 295 K€ de l'endettement financier à plus d'un an et de 90 K€ de la provision indemnités départ retraite (réorganisation)
- **Dettes courantes** : hausse de 1,1 M€ du poste fournisseurs et de 1,7 M€ de l'endettement financier à moins d'un an

# 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 31/12/2006 : 14,65 € -4,25%

Fonds propres au 31/12/2006 : 7,76 M€ soit 5,57 €/ action

# LE TANNEUR & CIE



## Répartition du capital au 31 décembre 2006

	<b>Capital</b>	<b>Droits de vote</b>
Groupe Descottes	32,9%	33,0%
Développement & Partenariat	15,6%	15,4%
Autocontrôle	0,1%	-
Public	51,4%	51,6%

Le 29 décembre 2006, Louis Vuitton Malletier a cédé la totalité de sa participation, soit 26,9%, à la société FIDES contrôlée par M. Hervé Descottes et au fonds d'investissement Développement & Partenariat IV.



## Echanges et Capitalisation boursière

<b>Echanges annuels :</b>	<b>2006</b>	<b>2005</b>
En nombre	542 816	736 928
En % du capital	39%	53%
En % du flottant *	76%	143%
En capitaux (en M€)	7,4	10,4

\* Sur une base de 716 071 actions au 31/12/06 et de 516 967 au 31/12/05

- 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 31/12/2006 : 20,44 M€ -4%

# 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 Marques propres, avec un point mort fortement réduit en 18 mois, LE TANNEUR & CIE est désormais armée pour un développement très rentable de ses activités :

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

Optimisation de la performance industrielle du site de production de Bort-les-Orgues avec l'appui d'un cabinet de conseil mandaté pour une amélioration rapide de résultat



## Perspectives : Marques propres

### ➤ Développement de la distribution de détail à l'enseigne

- Inauguration en juin 2007 d'un flagship store (130 m<sup>2</sup>) au Carrousel du Louvre, cœur du Paris touristique
- Ouverture de nouveaux magasins affiliés après le vif succès du Salon de la Franchise de mars 2007 (80 contacts)
- Optimisation du merchandising et de l'offre produits

### ➤ Développement à l'export que vont permettre les filiales au Japon (1er marché mondial de la maroquinerie haut de gamme) et en Chine (marché appelé à terme à devenir le 1er marché mondial) et le recrutement fin 2006 d'un nouveau Responsable export

### ➤ Co-branding **Air France** exclusif et mondial sur le marché du bagage



## Perspectives : Marques propres

### ➤ **Communication publicitaire**

- Orientée vers les cibles **féminines**
- Visant à donner une image tendant vers le luxe abordable

➤ Renforcement de l'équipe de direction avec l'arrivée prochaine d'un **directeur marketing et commercial** issu du monde la mode et de la distribution

➤ Amélioration des marges par la gestion active du **sourcing**

➤ Optimisation des **approvisionnements** à l'aide d'un logiciel spécialisé de prévision de ventes

➤ Cession sans moins-value du bâtiment industriel de l'usine roumaine en mars 2007 et dissolution programmée de la filiale Luxrom



## Objectifs 2007 / 2008

- Porter le nombre de magasins à enseigne LE TANNEUR autour de 40 au minimum à fin décembre 2007
- Doubler le CA export d'ici fin 2008
- Atteindre 7% de résultat opérationnel en 2008 de manière récurrente
- Evolution maîtrisée et prudente de la marque LE TANNEUR en direction du **luxe abordable**

# LE TANNEUR & CIE



## Focus 1 : L'évolution du résultat S2

<b>2<sup>ème</sup> semestre en M€</b>	<b>2006</b>	<b>2005</b>	
Chiffre d'affaires	23,9	22,4	
Résultat opérationnel courant	1,6 7%	0,3 1%	Multiplié par 5,7
Résultat opérationnel	1,7 7%	0,5 2%	Multiplié par 3
Résultat financier	-0,3	-	
Résultat net	1,6 7%	0,3 1%	Multiplié par 6

# LE TANNEUR & CIE



## Focus 2 : L'évolution du mix Marques propres

<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b> (hors UPLA)	<b>2006</b>	<b>2005</b>	<b>Evol.</b>
Magasins succursales	22%	19%	+21%
Magasins franchisés	4%	2%	+90%
Site Internet eTanneur	1%	-	+144%
Ventes de déclassés	5%	5%	+41%
<b><i>Distribution de détail</i></b>	<b>32%</b>	<b>26%</b>	<b>+31%</b>
Grands magasins	23%	24%	-
Détaillants	30%	33%	-2%
Export	12%	13%	-7%
Autres ventes de gros	4%	4%	+1%
<b><i>Distribution de gros</i></b>	<b>68%</b>	<b>74%</b>	<b>-2%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>+6%</b>



## Focus 3 : la contribution d'un magasin succursale

### Boulogne – Prévision 2007 en K€

Ventes brutes	1 062
Démarque	-127
<b>Ventes nettes HT</b>	<b>935</b>
<i>% démarque</i>	<i>-12%</i>
Coût de production standard des ventes	-284
<b>Marge brute standard</b>	<b>651</b>
<i>% marge brute standard</i>	<i>70%</i>
Coût personnel interne et intérim	-129
Publicité	-5
Loyer + charges locatives	-119
Transport	-8
Dotations aux amortissements	-3
Autres frais de distribution directs	-50
<b>Total Frais de distribution directs</b>	<b>-314</b>
<b>Contribution brute standard</b>	<b>337</b>
<i>% contribution</i>	<i>36%</i>
<b>Contribution cash flow</b>	<b>340</b>
<i>% cash flow</i>	<i>36%</i>



LE TANNEUR & CIE

Le Temps, Le Talent, La Tendence