

# LE TANNEUR & CIE

## Résultats au 30 juin 2008

Paris le 2 septembre 2008



# LE TANNEUR & CIE

## Sommaire

- **Le Groupe**
- **Les faits marquants**
- **Les résultats au 30 juin 2008**
- **Le point sur la réalisation des objectifs**
- **Les perspectives**
- **Les magasins affiliés : un concept original**
- **La Bourse**



LE TANNEUR & CIE

Le Groupe



LE TANNEUR & CIE

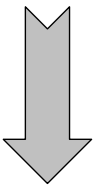
Deux métiers complémentaires

- La Fabrication pour maisons de luxe
- Les Marques propres  
LE TANNEUR & CIE : un créateur-distributeur



### Fabrication pour maisons de luxe

- Reconnaissance du savoir faire du Groupe
- Outil dédié : usine de Bort-les-Orgues
- Adaptation de l'outil à la rotation accélérée des collections



**Générer des profits récurrents pour financer le développement du Groupe**



5

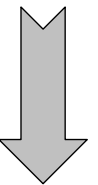
### Les Marques propres

#### LE TANNNEUR

- La marque haut de gamme du Groupe
- Notoriété élevée : marque créée en 1898 (72% de notoriété assistée)
- Accélération du renouvellement des gammes
- Mise en place d'un réseau de magasins (36 au 30 juin 2008)
- Repositionnement progressif des prix de vente

#### SOCO

- La cible : les femmes de 20 à 30 ans



**Assurer la croissance des ventes et des profits du Groupe**



6

## LE TANNEUR & CIE

### Les faits marquants



## LE TANNEUR & CIE

### Les faits marquants

- Fabrication pour maisons de luxe
  - Forte croissance de l'activité : +22,6%
  - Adaptation des process au renouvellement rapide des produits
  - Retour à une rentabilité normale
- Marques propres
  - Forte croissance des magasins : +11,2% à périmètre comparable
  - Progression soutenue de l'exportation : +13,2% (Japon : +43,6%)
  - Débuts encourageants du co-branding bagages AIR France by LE TANNEUR
  - Rentabilité encore faible avec un fort potentiel de progression
  - Recrutement d'un nouveau DGA



## LE TANNEUR & CIE

Les résultats au 30 juin 2008



## LE TANNEUR & CIE

### Chiffre d'affaires par activité

(En M€)	Consolidé réel			A périmètre comparable		
	2008	2007	Var.	2008	2007	Var.
Fabrication pour maisons de luxe	16,2	13,2	+22,6%	16,2	13,2	+22,6%
Magasins contrôlés et affiliés	4,6	3,6	+28,8%	3,9	3,5	+11,2%
Autres distributions	7,7	7,2	+7,4%	7,7	7,2	+7,4%
<b>TOTAL</b>	<b>28,5</b>	<b>24,0</b>	<b>+18,9%</b>	<b>27,8</b>	<b>23,9</b>	<b>+16,3%</b>



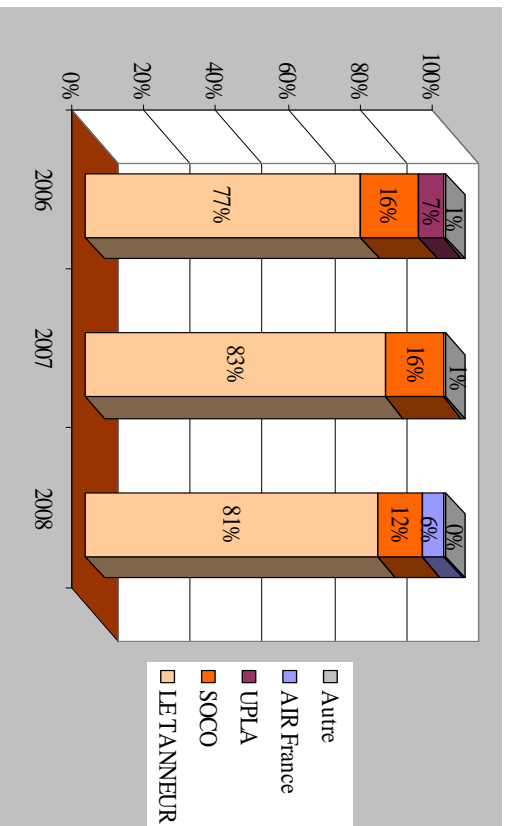
## Chiffre d'affaires par activité

- Fabrication pour maisons de luxe
  - Activité en forte hausse
- Marques Propres
  - Forte croissance d'activité des magasins contrôlés et affiliés +28,8%
    - Incidence des ouvertures de magasins : 7 depuis le 1<sup>er</sup> trimestre 2007
    - +11,2% de progression d'activité à périmètre constant
  - Bonne performance des détaillants multi-marques à +4,1%
  - Baisse ponctuelle des grands magasins à -5,0%
    - Mise en place d'un nouveau mode de gestion aux Galeries Lafayette
  - Progression soutenue de l'exportation +13,2%
    - Japon : ventes à +43,6%



11

## Chiffre d'affaires par activité



Bon démarrage de la gamme de bagages AIR France by LE TANNEUR malgré des retards d'approvisionnement



12

## Résultat opérationnel courant

(En M€)

	1 <sup>er</sup> semestre 2008	1 <sup>er</sup> semestre 2007
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>28,5</b>	<b>24,0</b>
Achats consommés	(15,6)	(13,0)
Autres charges externes	(4,6)	(4,5)
<b>Valeur ajoutée</b>	<b>9,2</b>	<b>7,3</b>
Charges de personnel	(7,8)	(7,0)
Impôts et taxes	(0,5)	(0,5)
<b>EBE</b>	<b>0,9</b>	<b>(0,2)</b>
Autres chges et prods opér courants	0,1	0,2
<b>EBITDA</b>	<b>1,0</b>	<b>0,0</b>
Dotations et reprises de provisions	(0,2)	0,0
Dotations aux amortissements	(0,5)	(0,4)
<b>RESULTAT OPERATIONNEL COURANT</b>	<b>0,3</b>	<b>(0,4)</b>



13

## Résultat opérationnel courant

- Augmentation significative de la contribution de la Fabrication pour maisons de luxe
- Contribution de l'activité Marques propres freinée par des retards de livraison, des coûts logistique en hausse et des frais de développement au Japon
- Amélioration notable du Résultat opérationnel courant semestriel de +0,7 M€



14

## Résultat Net

(En M€)	1 <sup>er</sup> semestre 2008	1 <sup>er</sup> semestre 2007
Résultat opérationnel courant	<b>0,3</b>	<b>(0,4)</b>
Autres produits et charges opérationnels	0,1	(0,1)
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>0,4</b>	<b>(0,4)</b>
Coût endettement financier	(0,3)	(0,3)
Autres produits et charges financiers	0,3	0,2
<b>Résultat net – part du Groupe</b>	<b>0,3</b>	<b>(0,5)</b>



15

## Résultat Net

- Stabilité des charges d'intérêts
- Gain de change de 0,3 M€ sur les achats aux sous-traitants Marques propres en devises
- Résultat net semestriel en augmentation de +0,8 M€



16

## Bilan

(En M€)	30/06/08	31/12/07
Actif immobilisé	6,5	6,6
Stocks	11,5	9,7
Créances	11,6	12,4
Liquidités	2,0	1,8
<b>TOTAL</b>	<b>31,6</b>	<b>30,6</b>
<b>(En M€)</b>	<b>30/06/08</b>	<b>31/12/07</b>
Capitaux propres	8,2	7,8
Dettes financières à plus d'un an	1,8	1,8
Dettes financières à moins d'un an	7,6	7,8
Provisions	1,6	1,5
Autres dettes	12,4	11,6
<b>TOTAL</b>	<b>31,6</b>	<b>30,6</b>



## Bilan

- Des stocks en hausse du fait de la saisonnalité habituelle des produits finis Marques propres et de la croissance d'activité de la fabrication pour maisons de luxe (matières premières)
- Une situation nette de 8,2 M€ (soit 5,82 € par action) contre 7,8 M€ à fin 2007
- Un gearing de 38% (hors créances cédées) contre 51% à fin 2007
- Une variation du BFR de (0,1) M€ au 30/06/08 contre (1,3) M€ au 30/06/07



Point sur la réalisation  
des objectifs



Rappel des objectifs 2008 / 2010

- Pérenniser la contribution de l'activité Fabrication pour maisons de luxe
- Accélérer la croissance et la rentabilité de l'activité Marques propres
  - Montée en gamme régulière et progressive
  - Renforcement de la maîtrise du réseau de distribution en France pour valoriser les produits
  - Accélération des implantations à l'étranger pour augmenter les parts de marché avec priorité au Japon
  - Accroissement de l'effort de communication



### Point sur la réalisation des objectifs

- Adaptation en cours de l'outil de production aux attentes des donneurs d'ordres
- 4 ouvertures de magasins affiliés prévues en 2008 :  
1 en février au Luxembourg, 2 à Paris et 1 à Perpignan au 2<sup>ème</sup> semestre
- 2 ouvertures en propre au 2<sup>ème</sup> semestre :  
Strasbourg et magasin d'usine à Corbeil-Essonnes
- Politique de communication publicitaire : 0,9 M€  
budgétés en 2008
- Recrutement d'un DGA en charge de développer  
l'activité Marques propres



### Les perspectives



## LE TANNENUR & CIE en 2008

- Des éléments positifs
  - Marques Propres
    - Hausse des prises d'ordres des produits « mode »
    - Montée en puissance de la distribution intégrée en France
    - Ouvertures de magasins
  - Fabrication pour maisons de luxe
    - Demande soutenue
    - Retour à une rentabilité normale



23

## LE TANNENUR & CIE en 2008

- Des éléments d'incertitude
  - Marques Propres
    - Baisse des prises d'ordres sur les produits « permanents »
    - Hausse des coûts d'approvisionnement (transport)
    - Pression sur les prix de vente
  - Fabrication pour maisons de luxe
    - Incertitude sur les marchés internationaux liée à la crise économique
    - Risques d'approvisionnement matières



24

LE TANNEUR & CIE

« Les magasins affiliés »  
un concept original et novateur



LE TANNEUR & CIE

### Un concept original et novateur

- Les affiliés

- sont propriétaires du magasin
  - se rémunèrent
  - sont des commerçants indépendants
- 
- Pas de stocks (reprise des stocks en cas d'inventus)
  - Pas de participation aux frais de logistique
  - Marge permanente de 50% sur le chiffre d'affaires HT (55% la première année)
  - Droit d'entrée de 20.000€ (participation au financement de la communication sur l'ouverture)
  - Redevance de 2% du chiffre d'affaires pour la publicité locale
  - PLV fournie par LE TANNEUR & CIE
  - Assistance permanente (formation commerciale)



## Un concept original et novateur

- Les affiliés
  - Les facteurs de succès
    - zone de chalandise de plus de 50.000 habitants
    - un emplacement n°1
    - surface de vente de 50 à 120 m²
    - vitrine de 5 m minimum

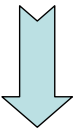


27

## Un concept original et novateur

- LE TANNEUR & CIE

- détermine la politique tarifaire
- gère les stocks
- assume les investissements publicitaires dans la presse nationale et internationale
- fournit une assistance régulière (information sur le métier, techniques de vente, informatique...)



- pas de foncier
- pas de charge salariale
- bénéfice dès le premier Euro de vente
- mais tributaire de la « qualité » des affiliés



28

Un magasin-tipe (Bordeaux)

*Ouverture en novembre 2004*

	Année 1 <b>2005</b>	Année 2 <b>2006</b>	Année 3 <b>2007</b>	Année 4 <b>2008</b> (prév.)
CA TTC du magasin	265	303	374	410
Taux de commission de l'affilié	55%	50%	50%	50%
CA HT LTC	100	127	156	171
Taux de marge LTC (sur coût de production)	35%	40%	40%	40%
Marge LTC (sur coût de production)	35	51	63	69



La Bourse



## Répartition du capital

	30/06/08	31/12/07
Groupe Descottes	32,4%	32,5%
Développement & Partenariat	15,5%	15,5%
SPGP	5,4%	5,4%
Cadres	0,5%	0,4%
Autocontrôle	0,5%	0,2%
Public	45,7%	46,0%



Cours au 31/12/2007 : 12,85 €  
 Cours au 30/06/2008 : 7,80 €  
 Capitalisation boursière au 30/06/2008 : 11,0 M€  
 Fonds propres au 30/06/2008 : 8,2 M€ soit 5,82€ / action

