

Carentoir, le 22 juillet 2010

## CA S1 2010 stable à 22M€

Données non auditées (en millions d'euros) 1er janvier 2010 – 30 juin 2010		2010	2009	Variation
Premier Trimestre	Hercules	10,4	8,2	+26,83%
	Thrustmaster	2,8	3,2	-12,50%
		<b>13,2</b>	<b>11,4</b>	<b>+15,79%</b>
Deuxième Trimestre	Hercules	6,8	7,9	-13,92%
	Thrustmaster	2,0	1,9	+5,26%
		<b>8,8</b>	<b>9,8</b>	<b>-10,20%</b>
<b>TOTAL premier semestre</b>	Hercules	17,2	16,1	+6,83%
	Thrustmaster	4,8	5,1	-5,88%
		<b>22,0</b>	<b>21,2</b>	<b>+3,77%</b>

Le Groupe Guillemot Corporation réalise au premier semestre 2010 un chiffre d'affaires de 22 millions d'euros, en progression de 3,8%.

Les ventes des gammes classiques Hercules (enceintes, DJing, webcams, Wifi, CPL) ont maintenu une croissance supérieure à 20%, portant la croissance globale Hercules (incluant les ventes de netbooks et OEM) à +6,8% sur le semestre.

Les nouvelles licences et la montée en gamme des nouveautés ont permis de réinscrire Thrustmaster dans une dynamique de développement qui se matérialise au deuxième trimestre.

Ces évolutions induisent une progression significative du « mix marge » au premier semestre.

### Département Hercules

Les différentes gammes ont performé au premier semestre avec notamment le renforcement de la gamme DJ grâce à l'introduction de la DJ Console MK4, la très bonne rotation de l'ensemble de la gamme d'enceintes, l'arrivée du nouveau XPS 2.035 USB et la croissance de parts de marché de la gamme Courant Porteur en Ligne.

- Djing et musique numérique : Après le lancement réussi de la nouvelle console DJ MK4, le Groupe poursuit sa politique d'innovation avec une actualité riche dans les prochains mois. Hercules amplifie également son offre audio avec un système d'enceintes 2.0 USB et un système multimédia 5.1 au design ultrafin.
- Netbooks : Au deuxième trimestre, les ventes de netbooks ont généré un volume moindre mais ont été réalisées dans des conditions de rentabilité satisfaisantes en comparaison avec le déstockage du deuxième trimestre de l'an dernier. Ce secteur est stratégique pour le Groupe, qui lancera une nouvelle gamme complète au cours du second semestre.
- Wifi / CPL : La marque Hercules continue la démarche de miniaturisation de ses solutions Wifi en lançant la plus petite des clés USB Wifi N du moment : la *Hercules Wireless N USB Pico*. Elle se fait discrète et nomade avec des performances technologiques optimales. La gamme CPL poursuit sa conquête de parts de marché avec un positionnement encore plus compétitif.
- Webcams : Trois webcams viennent d'obtenir la certification « *Optimized for Windows Live* » : Hercules *Dualpix Exchange*, *Hercules Optical Glass* et *Hercules Classic Silver*. Hercules continue actuellement sa démarche de certification pour l'ensemble de ses webcams et devient ainsi l'une des quatre marques mondiales certifiées, ce qui lui apporte une crédibilité et une visibilité renforcées sur le marché.

### Département Thrustmaster

Thrustmaster renoue au deuxième trimestre avec la croissance. Celle-ci est tirée par le lancement du nouveau cockpit avec volant et pédales intégrés sous licence Ferrari, le *Ferrari Wireless GT Cockpit*, la sortie de la nouvelle gamme sous licence Disney avec les premiers produits Toy Story 3 et Club Penguin, et la bonne tenue des gammes d'accessoires pour la console Nintendo Wii® qui ont contribué à ce retour à la croissance. Le Groupe prépare de nouveaux produits exploitant les licences Disney majeures. Ces lignes de produits s'étofferont au fil des prochains mois avec une fin d'année particulièrement riche en nouveautés pour les fans de jeux.

### Perspectives

Le Groupe prévoit une croissance des ventes, une amélioration significative de son «mix marge» et une rentabilité opérationnelle positive pour l'ensemble de l'exercice 2010.

Guillemot Corporation est concepteur et fabricant de matériels et d'accessoires de loisirs interactifs. Le Groupe propose une gamme de produits diversifiée sous les marques *Hercules* et *Thrustmaster*. Acteur sur ce marché depuis 1984, le Groupe Guillemot Corporation est implanté dans 11 pays dont la France, l'Allemagne, la Grande-Bretagne, l'Espagne, les Etats-Unis, le Canada, la Belgique, la Hollande, Hong-Kong, la Roumanie et l'Italie et diffuse ses produits dans plus de 45 pays.

La mission du Groupe est d'offrir des produits performants et ergonomiques pour maximiser les satisfactions des utilisateurs de loisirs numériques interactifs.