

# LE TANNEUR & CIE

## CHIFFRE D'AFFAIRES du 4<sup>ème</sup> trimestre 2012

- CA trimestriel à -4,6% et CA annuel à -0,6%**
- Magasins LE TANNEUR : progression annuelle de +10% hors périodes promotionnelles avec une accélération encore plus marquée en décembre (+11,8%)**
- Réseau de détaillants multimarque en baisse conjoncturelle**
- Taux de démarque en forte baisse, amélioration des marges nettes et investissements publicitaires accrus**
- Fabrication pour maisons de luxe à +5,1% en 2012**



Paris, le 24 janvier 2013

En M€	Consolidé réel										A périmètre constant		
	2012			2011			France	Export	Var.	Total	France	Export	Var.
	France	Export	Total	France	Export	Total							
Magasins LE TANNEUR	5,1	0,2	5,3	5,0	0,2	5,2	1,5%	-3,5%	1,3%	2,7%	6,9%	2,8%	
Autres distributions Marques propres	3,9	0,6	4,5	4,0	0,4	4,4	-1,4%	46,9%	3,1%	-1,4%	46,9%	3,1%	
Total Marques propres	9,0	0,8	9,8	9,0	0,6	9,6	0,2%	32,7%	2,1%	0,8%	38,8%	3,0%	
Fabrication pour maisons de luxe	8,6	0,0	8,7	9,8	0,0	9,8	-11,5%		-11,2%	-11,5%		-11,2%	
<b>Total</b>	<b>17,6</b>	<b>0,8</b>	<b>18,4</b>	<b>18,7</b>	<b>0,6</b>	<b>19,3</b>	<b>-5,9%</b>	<b>36,8%</b>	<b>-4,6%</b>	<b>-5,8%</b>	<b>43,1%</b>	<b>-4,4%</b>	
Magasins LE TANNEUR	14,4	0,8	15,2	14,9	0,6	15,5	-3,6%	36,1%	-2,2%	-2,2%	3,8%	-2,0%	
Autres distributions Marques propres	11,3	2,7	14,0	12,9	2,8	15,7	-12,6%	-4,1%	-11,1%	-12,6%	-4,1%	-11,1%	
Total Marques propres	25,7	3,4	29,1	27,9	3,4	31,2	-7,8%	2,7%	-6,7%	-7,2%	-2,9%	-6,8%	
Fabrication pour maisons de luxe	35,2	0,1	35,3	33,6	0,0	33,6	4,8%	547,4%	5,1%	4,8%	547,4%	5,1%	
<b>Total</b>	<b>60,9</b>	<b>3,6</b>	<b>64,4</b>	<b>61,4</b>	<b>3,4</b>	<b>64,8</b>	<b>-0,9%</b>	<b>5,6%</b>	<b>-0,6%</b>	<b>-0,5%</b>	<b>0,1%</b>	<b>-0,5%</b>	

Ces données de chiffre d'affaires n'ont pas été auditées.

Les ventes consolidées du 4<sup>ème</sup> trimestre 2012 sont en baisse de 4,6% par rapport à celles de 2011. En cumul, le chiffre d'affaires annuel s'établit à 64,4 M€, en légère diminution de 0,6% par rapport à l'année précédente.

### Les Marques propres

En dépit d'un contexte économique national toujours difficile, l'activité des Marques propres (LE TANNEUR, SOCO, Air France by LE TANNEUR) du 4<sup>ème</sup> trimestre 2012 a progressé de +2,1% en données réelles et de +3,0% à périmètre comparable. En cumul annuel, la baisse d'activité, ramenée à 6,7%, est principalement due au réseau de détaillants multimarques qui a souffert de la conjoncture.

Après la cession au 30 septembre 2012 de la filiale belge à sa société-sœur LE TANNEUR INTERNATIONAL qui gère désormais les deux magasins bruxellois à l'enseigne, LE TANNEUR & CIE a réalisé ses premières facturations en tant que fournisseur exclusif de LE TANNEUR INTERNATIONAL.

Les magasins LE TANNEUR réalisent une performance remarquable avec un **mois de décembre à +11,8%** à périmètre comparable. Le mois de novembre a été plus difficile à cause d'un comparatif 2011 défavorable du fait du non renouvellement de l'opération promotionnelle des « jours de rêve » dans le réseau de distribution de détail. **Hors périodes de promotion, l'activité des magasins a progressé de +10% au cours de l'année.**

Ces résultats valident l'efficacité de la stratégie initiée au début de l'année :

- **Le plan média massif** avec la répétition des parutions dans la presse a entraîné une hausse importante du taux de transformation, du panier moyen et du prix de vente moyen. La coordination des actions de merchandising, de la disponibilité des produits et de l'encadrement des équipes de vente a permis au sac NINA de la campagne publicitaire Automne/hiver de devenir immédiatement un *best seller*.
- **La diminution drastique des opérations commerciales de réduction de prix** dans le réseau de magasins LE TANNEUR et les *corners* en grands magasins a conduit à une **baisse significative de la démarque** depuis le début de l'année et une amélioration sensible du taux de marge nette.

Au cours de l'exercice 2012, cinq points de vente LE TANNEUR ont ouvert leurs portes. Au 31 décembre 2012, le réseau à l'enseigne se compose de 60 points de vente : 29 magasins en propre (dont 2 en Allemagne et 7 magasins d'usine), 28 magasins affiliés (dont un au Luxembourg), 2 magasins franchisés en Algérie et un site Internet.

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

L'activité du 4<sup>ème</sup> trimestre a baissé de 11,2% en raison de l'évolution du mix produit et d'un comparatif 2011 particulièrement élevé. Pour l'année, la hausse du chiffre d'affaires s'établit à +5,1% grâce à la croissance d'activité des donneurs d'ordres.

### **Perspectives**

Concernant la branche Fabrication pour maisons de luxe, le Groupe continuera à suivre ses clients dans leur volonté de croissance.

Concernant la branche Marques propres, les investissements publicitaires vont se poursuivre.

LE TANNEUR & CIE propose désormais aux clients détaillants multimarques un contrat de distribution sélective visant une mise en avant de la marque LE TANNEUR dans leurs points de vente afin de dynamiser l'activité de ce canal commercial.

Après le transfert des magasins belges à LE TANNEUR INTERNATIONAL, LE TANNEUR & CIE va céder à sa société sœur les deux magasins allemands. Dans le cadre du développement international de la marque LE TANNEUR, LE TANNEUR INTERNATIONAL va ensuite ouvrir d'autres points de vente à l'étranger pour lesquels LE TANNEUR & CIE sera fournisseur exclusif.

### **Prochains rendez-vous**

- |                                                                          |                     |
|--------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| - Communiqué sur les comptes 2012                                        | Jeudi 25 avril 2013 |
| - Communiqué sur le chiffre d'affaires du 1 <sup>er</sup> trimestre 2013 | Jeudi 25 avril 2013 |
| - Dépôt du document de référence 2012                                    | Jeudi 25 avril 2013 |

Contact Actionnaires LE TANNEUR & CIE : Patricia Moulon - 04 79 81 60 60 – p.moulon@letanneuretcie.com

A propos de LE TANNEUR :

Marque historique du Groupe Le Tanneur & Cie, Le Tanneur naît en 1898 de l'association d'un tanneur et d'un maroquinier déposant un brevet d'invention de porte monnaie « sans-couture ». Une innovation ancrée dans les gènes de la marque qui aujourd'hui propose des collections complètes de portefeuilles, serviettes, sacs et bagages.