

LE TANNEUR & CIE

CHIFFRE D'AFFAIRES du 4^{ème} trimestre et de l'année 2014

- CA trimestriel à -7,9% et à -5,6% en cumul annuel**
- CA trimestriel Marques propres à -10,5% et à -4,4% en annuel :**
 - Environnement économique français défavorable avec une baisse du budget de cadeaux de fin d'année des consommateurs**
 - Magasins Le Tanneur et grands magasins en progression annuelle**
 - Succès du *remodeling* du corner Printemps Haussmann Homme au nouveau concept Christophe Pillet**
- Fabrication pour maisons de luxe : activité en retrait de 5,1% pour le trimestre et de 6,3% pour l'année**



Paris, le 29 janvier 2015

4ème trimestre 01/10-
31/12

En M€	Consolidé réel									A périmètre constant		
	2014			2013			Var.			France	Export	Total
	France	Export	Total	France	Export	Total	France	Export	Total	France	Export	Total
Magasins LE TANNEUR	4,5	0,1	4,6	5,0	0,2	5,2	-11,2%	-31,8%	-11,9%	-12,3%	-6,4%	-12,2%
Autres distributions Marques propres	3,4	0,3	3,7	3,6	0,4	4,0	-6,5%	-23,7%	-8,4%	-6,6%	-23,7%	-8,4%
Total Marques propres	7,8	0,5	8,3	8,6	0,6	9,2	-9,2%	-26,1%	-10,4%	-9,9%	-19,5%	-10,5%
Fabrication pour maisons de luxe	7,6	0,2	7,8	7,9	0,3	8,2	-3,8%	-37,5%	-5,1%	-3,8%	-37,5%	-5,1%
Total	15,4	0,6	16,1	16,5	0,9	17,4	-6,6%	-29,9%	-7,9%	-7,0%	-25,8%	-7,9%
Magasins LE TANNEUR	14,7	0,6	15,3	14,5	0,7	15,2	1,1%	-5,6%	0,8%	0,1%	17,8%	0,7%
Autres distributions Marques propres	9,4	2,2	11,6	10,7	2,4	13,1	-11,7%	-10,5%	-11,5%	-10,6%	-9,3%	-10,3%
Total Marques propres	24,1	2,8	26,9	25,2	3,1	28,3	-4,3%	-9,5%	-4,9%	-4,4%	-4,4%	-4,4%
Fabrication pour maisons de luxe	28,3	0,7	29,0	29,7	1,3	31,0	-4,7%	-44,0%	-6,3%	-4,7%	-44,0%	-6,3%
Total	52,4	3,5	55,9	54,9	4,4	59,2	-4,5%	-19,5%	-5,6%	-4,6%	-16,4%	-5,4%

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

Les ventes consolidées du 4^{ème} trimestre 2014 sont en baisse de 7,9% par rapport à celles du 4^{ème} trimestre 2014. En cumul, le chiffre d'affaires annuel recule de 5,6% (-5,4% à surface comparable).

Marques propres

Les ventes trimestrielles de la branche d'activité ont diminué de 10,4% par rapport à 2013. En cumul annuel, le repli se limite à -4,9% (-4,4% à surface comparable). Le contexte de crise économique a eu une influence évidente sur les ventes de sacs féminins de fin d'année qui a été partiellement compensée par l'excellent accueil des nouvelles lignes masculines et de petite maroquinerie (succès de la ligne Valentine). Il est important de souligner que le chiffre d'affaires de la marque principale Le Tanneur est resté quasiment stable à -0,8% au cours de l'exercice tandis que les marques Soco et Air France by Le Tanneur ont davantage souffert.

En dépit d'un 4^{ème} trimestre décevant à -12,2% par rapport à 2013 à périmètre constant, les magasins Le Tanneur terminent l'année 2014 en progression à +0,7%. Le démarrage de la saison Automne/hiver a été rendu difficile par un mois d'octobre exceptionnellement chaud. La baisse du budget d'achat de cadeaux de fin d'année a eu un impact sur le panier moyen du mois de décembre. Des ventes privées ont toutefois permis d'augmenter la fréquentation de la clientèle fidèle entre Noël et Jour de l'An. A noter la progression intéressante à +7,6% des ventes annuelles par Internet et celle de +9,1% du réseau de magasins d'usine.

En décembre, le magasin du centre-ville de Bordeaux qui était exploité en location-gérance a été racheté. A fin 2014, le réseau de magasins Le Tanneur se compose de 54 points de vente : 31 magasins en propre (dont 7 magasins d'usine), 20 magasins affiliés (dont un au Luxembourg), 2 magasins franchisés en Algérie et un site Internet.

Le chiffre d'affaires des **autres distributions des Marques propres** (ventes en « wholesale » en France et à l'étranger) a baissé de 8,4% au 4^{ème} trimestre. En cumul annuel, le recul d'activité s'établit à -11,5% (-10,3% à surface constante).

Les ventes aux détaillants multimarques français ont diminué de 11,7% au cours de l'exercice, nos clients souffrant d'une revente globale semblant s'établir en moyenne entre -10 et -15% par rapport à l'année précédente.

Le chiffre d'affaires trimestriel avec les grands magasins français a quant à lui progressé de 3,3% (après un +5,5% au 3^{ème} trimestre) en permettant de terminer l'année avec une légère progression de +0,4% à périmètre comparable. Le bond d'activité remarquable de plus de 50% du corner Homme du Printemps Haussmann au mois de décembre mérite d'être souligné. Ce stand a été remodelé en septembre suivant un nouveau concept dessiné par l'agence du designer Christophe Pillet permettant une mise en avant remarquée des produits.

Les exportations en gros enregistrent un repli de 23,7% au cours du 4^{ème} trimestre et de 9,3% en cumul annuel : baisse de l'Europe de l'Ouest et de la Russie, maintien de la zone Afrique et Moyen-Orient.

Fabrication pour maisons de luxe

L'activité continue à être difficile en raison de décisions stratégiques de l'un des donneurs d'ordres en matière de *supply chain* entraînant une reconfiguration des postes dans l'atelier corrézien principal. La productivité souffre de démarriages de produits difficiles à mettre au point. Les ventes du 4^{ème} trimestre ont ainsi baissé de 5,1% portant la diminution du chiffre d'affaires annuel à -6,3%.

Le plan de développement de la marque lancée par l'actionnaire majoritaire a évolué en entraînant une baisse de commandes. En neutralisant ce donneur d'ordres, la baisse d'activité annuelle se serait limitée à -4,8%.

Perspectives

Concernant la branche d'activité de Fabrication pour maisons de luxe, le Groupe continue à répondre aux attentes de ses clients et s'attache à améliorer sa productivité.

Concernant la branche Marques propres, le Groupe cherche à augmenter la rentabilité de la marque Le Tanneur :

- Travail sur la création produits pour proposer une offre plus innovante tout en capitalisant sur les fondements de la marque (excellent accueil de la nouvelle ligne de sacs femme Victoire de la collection Printemps/été 2015)
- Diminution du budget de communication publicitaire au profit du *remodeling* du concept de magasin Le Tanneur sur la base du succès de la collaboration avec le designer Christophe Pillet pour le corner du Printemps Haussmann Homme
- Collaboration avec l'illustratrice Claire Le Meil pour ponctuer les collections, animer les vitrines et décorer les packagings
- Campagne de communication Printemps/été 2015 tournée vers le digital avec toujours l'univers de l'inspiration (Le Tanneur « Be inspired ») décliné cette fois à travers la thématique de l'atelier d'artiste
- Rachat en propre en février 2015 du magasin affilié d'Annecy et fermeture de celui d'Aubervilliers, non rentable

- Nouvel agent en Allemagne pour démarrage d'activité sur la saison Automne/hiver 2015
- Prises de contact à l'export pour un développement possible en *wholesale* sur les zones Asie et Afrique
- Poursuite de recherche d'économies de structure.

En décembre 2014, la marque Tann's, dont l'exploitation était confiée en licence depuis 2005, a été cédée moyennant une plus-value significative.

Prochains rendez-vous

- Communiqué sur les résultats annuels 2014	Jeudi 9 avril 2015
- Dépôt du document de référence 2014	Jeudi 9 avril 2015
- Communiqué sur le chiffre d'affaires du 1 ^{er} trimestre 2015	Mardi 28 avril 2015

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.