

LE TANNEUR & CIE

CHIFFRE D'AFFAIRES du 1^{er} trimestre 2013

- CA trimestriel en légère baisse de 1,0%
- Marques propres en hausse notable de +7,6% à périmètre comparable :
 - Efficacité du plan média
 - Amélioration du taux de livraison
 - Perspectives de montée en gamme, d'internationalisation et de rentabilité en hausse
- Fabrication pour maisons de luxe à -7,5%



Paris, le 25 avril 2013

1er trimestre 01/01 - 31/03

En M€	Consolidé réel									A périmètre constant		
	2013			2012			Var.			Var.		
	France	Export	Total	France	Export	Total	France	Export	Total	France	Export	Total
Magasins LE TANNEUR	3,4	0,1	3,5	3,1	0,1	3,3	7,9%	-28,2%	6,3%	3,8%	-12,6%	3,4%
Autres distributions Marques propres	2,7	1,0	3,7	2,5	0,8	3,4	7,8%	22,4%	11,4%	7,8%	22,4%	11,4%
Total Marques propres	6,1	1,1	7,2	5,7	1,0	6,6	7,8%	15,1%	8,9%	5,7%	19,4%	7,6%
Fabrication pour maisons de luxe	9,0	0,2	9,2	10,0	0,0	10,0	-9,3%	928,8%	-7,5%	-9,3%	928,8%	-7,5%
Total	15,1	1,3	16,4	15,6	1,0	16,6	-3,1%	32,7%	-1,0%	-4,0%	38,0%	-1,6%

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

Les ventes consolidées du 1^{er} trimestre 2013 à 16,4 M€ sont en légère baisse de 1,0% par rapport à celles de 2012.

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 1^{er} trimestre 2013 a progressé de +8,9% en données réelles et de +7,6% à périmètre comparable.

Les **magasins LE TANNEUR** réalisent une bonne performance avec un +3,4% à périmètre constant. Malgré un trafic en recul s'expliquant notamment par des conditions climatiques déplorable, les indices de taux de transformation, prix de vente moyen et panier moyen sont en hausse. L'activité du site Internet marchand repris par un nouveau partenaire au cours du 2^{ème} semestre 2012 connaît une forte progression.

Le chiffre d'affaires des **autres distributions des Marques propres** (ventes en « wholesale » en France et à l'étranger) est en hausse notable de +11,4% au cours de la période : cette augmentation significative trouve en partie son origine dans une amélioration du taux de livraison par rapport à 2012, les clients détaillants multimarques français restant prudents dans leurs achats. A noter que la collection Automne-hiver 2013 a reçu un excellent accueil lors des sessions d'achat des grands magasins.

Les exportations progressent également grâce aux zones Belgique, Suisse et Russie.

Ces résultats valident l'efficacité de la stratégie initiée au début de l'année 2012 :

- Poursuite du **plan média massif** : vague de parutions dans la presse mode concentrée en mars, dont une saga dans madame Figaro.

- **Diminution du taux de démarque et montée en gamme progressive** : comme en 2012, les opérations commerciales de réductions de prix sont devenues beaucoup moins agressives. A canal commercial équivalent, les taux de marge brute et nette s'améliorent.

Fabrication pour maisons de luxe

L'activité du 1^{er} trimestre a **baissé de 7,5%** : l'évolution importante du mix de production d'un client a rendu nécessaire une phase d'adaptation qui influe sur la productivité et le chiffre d'affaires mais l'activité reste globalement très soutenue.

Perspectives

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

Concernant les **Marques propres, la montée en gamme progressive** de la marque LE TANNEUR va continuer :

- Poursuite du travail marketing initié sur la reconnaissance et le positionnement de la marque LE TANNEUR en France avec notamment des investissements publicitaires du même ordre de grandeur qu'en 2012 et des démarques toujours réduites
- *Relooking* au nouveau concept des magasins de La Défense et de Toulouse et réagencement de magasins et de corners en grands magasins
- Développement de productions labellisées *Made in France* par l'atelier renaissant du site historique de Belley
- Contrat de distribution sélective proposé aux clients détaillants multimarques visant une mise en avant de la marque LE TANNEUR dans leurs points de vente afin de dynamiser l'activité de ce canal commercial.

LE TANNEUR & CIE est **fournisseur exclusif de sa société sœur LE TANNEUR International**. Après le transfert en 2012 des magasins belges et de la filiale japonaise, la cession des deux magasins allemands et de la filiale chinoise est programmée. LE TANNEUR International va ensuite ouvrir d'autres points de vente à l'étranger.

Enfin, LE TANNEUR & CIE engage actuellement un travail en profondeur sur la **rentabilité** des Marques propres :

- Stabilité du nombre de magasins en France, l'objectif poursuivi étant la rationalisation du parc
- Meilleur écoulement des invendus grâce aux deux ouvertures en 2012 de magasins d'usine
- Boni en année pleine de la simplification de la structure réalisée en 2012 et poursuite de recherche d'économies
- Externalisation de la logistique au cours du 2^{ème} trimestre 2013.

Prochains rendez-vous

- | | |
|---|---|
| - Communiqué sur les résultats annuels 2012 | Jeudi 25 avril 2013 |
| - Dépôt du document de référence 2012 | Jeudi 25 avril 2013 |
| - Assemblée générale des actionnaires | Mercredi 29 mai 2013 à 10h
Au 128 quai de Jemmapes – Paris 10 ^{ème} |
| - Communiqué sur le chiffre d'affaires du 2 ^{ème} trimestre 2013 | Jeudi 25 juillet 2013 |
| - Communiqué sur les résultats semestriel 2013 | Vendredi 30 août 2013 |

Contact Actionnaires LE TANNEUR & CIE : Jean Clenet – 01 44 72 40 00 – j.clenet@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.