

Résultats du 1^{er} semestre 2009 : réduction des dépenses et de la perte d'exploitation

ARCHOS, leader technologique des baladeurs multimédia Internet, a réalisé de janvier à juin 2009, un chiffre d'affaires de 27,7 M€ contre 40,8 M€ pour la même période en 2008, soit une diminution de 32%.

Alors que la saisonnalité du chiffre d'affaires d'ARCHOS est traditionnellement dans la proportion de 1/3 pour le 1^{er} semestre et 2/3 pour le 2nd, la crise a brusquement inversé ce rapport en 2008. C'est pourtant dans ce contexte économique difficile qu'une progression de 11,4% du chiffre d'affaires a été enregistrée entre le 1^{er} et le 2^{ème} trimestre 2009, due essentiellement au lancement des netbooks ARCHOS dans les enseignes où la marque était déjà présente et du Cartable Numérique dans le cadre du programme d'équipement numérique des écoles rurales sous l'égide du Ministère de l'Education Nationale.

1. Compte de résultat simplifié

En millions d'euros	1 ^{er} Semestre 2009	1 ^{er} Semestre 2008	Variations
Chiffre d'affaires	27,7	40,8	(32%)
Marge Brute	4,6	8,1	(43%)
Dépenses d'exploitation	(9,1)	(13,2)	(31%)
Résultat opérationnel courant	(4,4)	(5,1)	+ 0,7
Résultat financier	(0,6)	(4,7)	+ 4,1
Taxes	-	(0,1)	+ 0,1
Résultat net	(5,1)	(9,9)	+ 4,8

La marge brute ressort à 17% sur le 1^{er} semestre 2009 contre 20% l'année précédente, principalement impactée par les éléments suivants :

- (i) Opération OEM avec SFR d'introduction d'une Tablette Internet 3G+, à marge réduite, visant un premier pas dans la téléphonie mobile et l'assise de la marque dans ce nouveau domaine ;
- (ii) Attaque du marché des netbooks où les marges sont certes plus basses que pour les baladeurs multimédia mais ouvrant des perspectives de diversification fort intéressantes.

Les dépenses d'exploitation sont en baisse de 31%, soit (4,1M€) par rapport au 1^{er} semestre 2008. Le plan d'économie lancé début 2008 commence à porter ses fruits. Les économies réalisées portent essentiellement sur une réduction des fonctions support et une optimisation des dépenses commerciales.

Le résultat financier est négatif de (0,6M€), en amélioration de 4,1M€ par rapport au 1^{er} semestre 2008. La société a bénéficié de l'affermissement de l'euro par rapport au dollar sur le 1^{er} semestre 2009. La décision a été prise au début de 2009, face aux incertitudes du marché et de la volatilité des devises, de ne plus opérer de couvertures de change.

2. Bilan simplifié

En millions d'euros	Actif			Passif	
	30/6/09	31/12/08		30/6/09	31/12/08
Actif non courant	21,9	22,4	Capitaux propres	25,5	30,4
Stock	22,4	26,5	Dettes financières non courantes	9,5	9,6
Clients	20,1	22,3	Dettes Financières courantes	11,4	6,7
Disponibilités	10,6	13,2	Fournisseurs	13,1	20,1
			Autres Provisions	15,5	17,6
Total	75,0	84,4	Total	75,0	84,4

Au 30 juin 2009, le stock net s'établit à 22,4 M€, en baisse de 15% par rapport au 31 décembre 2008. Cette baisse résulte principalement de la volonté du Groupe de réduire son besoin en fonds de roulement mais également de s'orienter vers un modèle de fabrication clés en main où la société confie l'essentiel de ses achats de composants à des assembleurs asiatiques.

Les comptes clients sont en baisse de 2,2 M€ par rapport au 31 décembre 2008, imputable à la décroissance de l'activité de la zone Amérique du Nord.

La société s'est trouvée confrontée à un brusque resserrement du crédit accordé à ses fournisseurs par les assureurs crédit, se traduisant par une forte réduction du délai moyen de règlement fournisseurs et donc d'un réajustement de son besoin en fonds de roulement sur la période. Le compte fournisseurs a ainsi chuté de 35% entre le 30 juin 2009 et le 31 décembre 2008 à périmètre comparable, soit une baisse de 6,9 M€ sur la période.

Ce facteur combiné aux pertes d'exploitation sur la période a généré une diminution de la position nette de trésorerie, et dans ce contexte, la société compte engager différentes actions au cours du 2nd semestre 2009 afin de renforcer sa structure bilancielle en vue du retour à la croissance.

3. Perspectives

Depuis mi-2008, ARCHOS a changé de stratégie de développement en nouant des partenariats stratégiques avec les meilleurs faiseurs chinois dans deux domaines clés :

- **Les baladeurs multimédia** (non connectés à l'Internet par WiFi ou 3G), ce qui lui permet de revenir sur son marché traditionnel en entrée de gamme avec des baladeurs de la meilleure facture technologique et dégagant de fortes marges. C'est ainsi que viennent d'être lancés l'Archos 2 *vision* et l'Archos 3 *vision* qui remportent d'ores et déjà un franc succès.
- **Les mini-PC ou netbooks**, ce qui lui permet d'entrer sur ce nouveau segment des ordinateurs portables, très porteur, connexe des Tablettes Internet ARCHOS, au meilleur coût. ARCHOS y entre notamment soit par l'angle de l'innovation, Cf. l'**ARCHOS 9 ptablet**, soit par l'angle de produits thématiques, Cf. le **Cartable Numérique** pour le soutien scolaire des enfants.

Cette réorientation dégage des ressources de R&D qui sont réallouées au développement de la ligne de produits directrice que sont les **Tablettes Internet**, connectées à l'Internet non seulement par WiFi mais également par 3G, allant jusqu'à intégrer toutes les fonctions d'un téléphone portable.

Toute la nouvelle gamme de Tablettes Internet d'ARCHOS a été portée dans l'environnement Android développé par Google. Toutes les applications multimédias qui font la renommée d'ARCHOS ont été également portées sous Android, délivrant la meilleure expérience multimédia. ARCHOS va ainsi bénéficier des milliers d'applications Android et de la puissante poussée marketing de Google dans toute la sphère Android. ARCHOS recouvre là un élément clé de sa compétitivité.

La société est en passe de pouvoir commercialiser le fruit de ses efforts de recherche des deux dernières années ; soit notamment dès la rentrée, l'**Archos 9 ptablet**, son ordinateur portable entièrement tactile sous forme de tablette ainsi qu'une gamme de **Tablettes Internet**, dont un téléphone multimédia convergent en début 2010, associant le meilleur de l'internet, la télévision, les contenus vidéo et audio, les applications et la navigation.

Le lancement de cette nouvelle gamme élargie grâce aux partenariats stratégiques, combiné à la réduction des frais fixes, doivent confirmer le retournement de l'activité au 2nd semestre.

A propos d'ARCHOS

En 2000, ARCHOS a été le premier à lancer un baladeur MP3 et disque dur avec le Jukebox 6000. Depuis, ARCHOS continue à révolutionner le marché des produits électroniques grand public. La société a inventé les baladeurs multimédia portables en 2003, et a été le premier à proposer l'enregistrement TV, la connexion WiFi et les écrans tactiles dans un même produit. Aujourd'hui, ARCHOS innove en créant les Tablettes Internet Multimédia qui offrent un accès sans concession à Internet, au meilleur du multimédia et à la TV dans la paume de la main. Fondée en 1988, ARCHOS a des bureaux aux Etats-Unis, en Europe et en Asie. ARCHOS est listée sur l'Euronext Paris, dans le Compartiment C, ISIN Code FR0000182479. Site Web : www.archos.com.

ARCHOS	ACTUS
Loïc POIRIER	Nathalie BOUMENDIL
Directeur Général Adjoint	Relations Analystes Investisseurs
Email : poirier@archos.com	Email : nboumendil@actus.fr
Tél. : 01 69 33 16 90	Tél: 01 53 67 35 74