

Loewe AG

Offensive produits LED intensifiée pour l'activité saisonnière

1^{er} – 3^e trimestre 2010 :

- **Baisse de 3 % du chiffre d'affaires à 213,9 millions d'euros**
- **Marge de résultat brut plus faible du fait de coûts d'acquisition plus élevés et de révisions des prix ciblées**
- **Résultat brut plus faible conduit à un EBIT négatif à hauteur de -9,1 millions d'euros**
- **Programme de restructuration et d'avenir « Fast Forward » avec de premiers succès**
- **Contributions au résultat positives attendues au 4^e trimestre**

Au 3^e trimestre 2010, le chiffre d'affaires du Groupe Loewe connaît, avec 66,5 millions d'euros, une baisse de 13% par rapport à la valeur de 76,6 millions d'euros l'année précédente à la même période. Dans les neuf premiers mois de 2010, le CA du Groupe enregistre ainsi une baisse modérée de 3% par rapport à l'année précédente, passant de 220,4 à 213,9 millions d'euros. Tandis qu'en Allemagne le chiffre d'affaires, avec 124,5 millions d'euros, se situe sur la période de rapport de 7% en-deça de la valeur de l'année précédente, les exportations enregistrent une croissance de 3% à 89,4 millions d'euros. Avec un volume de chiffre d'affaires et de production en baisse, Loewe a réalisé au 3^e trimestre 2010 un résultat avant frais financiers et impôts (EBIT) négatif de -5,0 millions d'euros contre 3,2 millions l'année précédente à la même période. Pour les neuf premiers mois de 2010, l'EBIT s'élève ainsi à -9,1 millions d'euros, contre 4,6 millions d'euros l'année précédente.

En raison de révisions de prix nécessaires sur le segment des téléviseurs d'entrée de gamme ainsi que de coûts d'acquisition plus élevés, notamment pour les écrans LCD très demandés sur le marché, Loewe n'a pu réaliser qu'une marge de résultat brut de 22,4 % dans les neuf premiers mois de 2010, marge inférieure de 6% à la forte valeur de l'année précédente de 28,4 %. « Durant les neuf premiers mois de 2010, les affaires liées à la Coupe du monde de football en Afrique du sud n'ont pas été à la hauteur de nos prévisions. Les mois d'été juillet et août traditionnellement plus faibles ont de plus été affectés par les achats anticipés en vue de la Coupe du monde », a déclaré Oliver Seidl, Président du Directoire de Loewe AG, en commentaire à l'évolution des affaires.

Loewe a réagi à temps face aux conditions générales et de marché modifiées et lancé dès le mois de juin le programme de restructuration et d'avenir « Fast Forward » ayant pour but de renforcer les points forts particuliers à Loewe : la rapidité, la flexibilité et le leadership en matière d'innovations. « Parallèlement à une stricte discipline des coûts, nous allons, avec « Fast Forward », nettement accroître l'efficacité de l'ensemble de l'entreprise. Il importe pour nous, par le biais de mesures structurelles et organisationnelles, de créer la base à une croissance profitable », a souligné Oliver Seidl. Au 3^e trimestre 2010, des mesures ciblées ont ainsi été systématiquement mises en œuvre. Mesures couronnées de succès concrets tant en matière d'achat d'écrans qu'au niveau du dit programme « supplier contribution » mené à bien avec les fournisseurs les plus importants pour Loewe à l'échelle mondiale. En tout, les économies ayant encore des retombées sur le résultat au 4^e trimestre 2010 s'élèvent à quelque 4 millions d'euros.

Comme prévu, l'offensive produits LED a été intensifiée au troisième trimestre 2010, avec le lancement des téléviseurs séduisants Individual 55 Compose et Individual 32 Selection et Compose. Loewe a même pu introduire plus tôt que prévu sur le marché le nouveau Connect 26 LED. Au cours du 4^e trimestre 2010, avec le Connect 32, le Connect 40, l'Art 32 et l'Art 40, quatre téléviseurs supplémentaires avec tout dernier rétro-éclairage LED feront leur apparition.

Dans le cadre de la restructuration des départements clés Développement, Marketing et Distribution, de premières mesures d'optimisation en matière d'organisation et de processus ont été mises en place. « Nous avons renforcé les compétences de nos managers de projet dans tous les domaines dans le but d'augmenter la force de l'organisation, de créer des atouts clientèle supplémentaires et d'arriver plus rapidement avec de nouveaux produits sur le marché », a poursuivi Oliver Seidl.

Durant ces dernières années, Loewe a conquis en Europe une forte position de marque sur le segment premium. Grâce au lancement couronné de succès de la gamme de téléviseurs Individual et des Reference et Individual Mediacenter ainsi qu'à l'introduction au 4^e trimestre 2010 de quatre autres téléviseurs avec technologie de rétro-éclairage LED de toute dernière génération, Loewe devient plus que jamais le fournisseur de systèmes individuels de divertissement dans une maison mise en réseau. Parallèlement à la demande toujours forte en appareils de remplacement et à la tendance des foyers européens à posséder plusieurs téléviseurs LCD, de nouvelles technologies telles que la télévision 3D, la fusion télévision-Internet ainsi que des concepts de pilotage individualisés offrent à Loewe, au-delà de l'exercice en cours, des opportunités de croissance attrayantes. Loewe ne cessera pas de poursuivre le but d'allier un design produit primé à une technologie mûrie, de toute dernière génération.

En dépit de l'ajustement nécessaire de l'actuel assortiment au niveau des téléviseurs avec rétro-éclairage standard, Loewe prévoit, après un salon IFA couronné de succès à Berlin et de premiers succès liés aux mesures de restructuration et au passage pratiquement terminé des gammes principales de téléviseurs au rétroéclairage LED, un bon chiffre d'affaires saisonnier avec des contributions au résultat positives. Pour l'ensemble de l'exercice 2010, l'entreprise continue donc à attendre une croissance modérée du chiffre d'affaires, même si, actuellement, ce but paraît ambitieux. Même avec des contributions au résultat positives au 4^e trimestre, on ne peut à ce jour exclure pour l'ensemble de l'exercice 2010 un EBIT négatif. Grâce à sa solide structure de capital et aux contrats de financement conclus sur plusieurs années, Loewe est cependant bien armé pour l'avenir.

Contact

Loewe Opta Benelux SA

Uilenbaan 84
2160 Anvers
Belgique
Tel. +32-3-270.99.30
Fax +32-3-353.45.08
Kevin Clerebout
kevin.clerebout@loewe.be
www.loewe.be

Media Mania

Kipdorp 23
2000 Antvers
Belgique
Tel. + 32-3-213.07.45
Fax +32-3-213.07.46
Raf Caramin
raf@mediamania.be
www.mediamaania.be

A propos de Loewe

Design primé, technique innovante et qualité absolue sont des qualités typiques des produits proposés par la marque premium Loewe. Atouts technologiques : systèmes de divertissement à domicile avec qualité d'image haute définition, enregistreur disque dur intégré et possibilité de réception de la télévisions numérique. En 2009, l'entreprise cotée en bourse, fondée en 1923 à Berlin, a enregistré un chiffre d'affaires de 325 millions d'euros et un EBIT de 13,5 millions d'euros. Loewe produit et distribue des téléviseurs, lecteurs Blu-ray, graveurs DVD et composants audio proposés en tant que solutions Home Cinema complètes.

LOEWE.