



## Résultats 2013

**Techniline : CA 2013 en hausse de 4% et 22% en pro forma  
L'exploitation est positive, le résultat net impacté par la restructuration**

Gennevilliers, le 23 avril 2014 – Le Groupe Techniline avait pour objectifs en 2013 de mettre en place un projet dynamique pour le groupe avec des axes simples : créer la croissance de l'activité, maîtriser les coûts globaux et préparer le retour vers la rentabilité. Ces objectifs ont été atteints : Techniline a réussi au cours de cet exercice à retrouver le chemin de la croissance, dans un marché toujours baissier, et à atteindre la rentabilité opérationnelle pour la première fois depuis plus de 5 ans.

### Comptes consolidés résumés \*

En M€	2013	2012
Chiffre d'affaires consolidé brut*	29,7	28,3
Chiffre d'affaires consolidé net	29,0	27,9
Marge brute	25,4%	21,2%
Résultat d'exploitation	327	(1 233)
Résultat financier	(229)	(181)
Résultat courant	98	(1 414)
Résultat net	(261)	(1 380)
	31/12/2013	31/12/2012
Capitaux propres	3 847	4 107
Dettes financières	43	145
Trésorerie	245	965

\* chiffre d'affaires facturé produits, hors ristournes clients

### Renforcement du portefeuille produits, rééquilibrage des circuits de distribution

Dans un contexte de marché toujours baissier, tant sur la photo que sur les produits numériques, Techniline prend des parts de marché grâce à une modification du portefeuille de produits et à une distribution sectorielle mieux répartie.

Retraitée de l'activité Audiovisuel cédée en juillet 2012 (4,1 M€ de CA en 2012), la croissance du Chiffre d'Affaires pro forma s'établit à +21,8 %.

Le catalogue produits est passé d'une offre strictement dédiée photo à l'image, avec l'intégration des TV, Smartphones, Tablettes et autres accessoires Multimédia connectés. En même temps, la croissance des segments photo a été significative, par la réduction du nombre de marques et un meilleur déploiement des stratégies de nos partenaires.

Ainsi, Techniline a moins de marques à gérer mais affiche un portefeuille complet et mieux défendu.

Concernant la clientèle, la distribution est désormais multicanale et plus équilibrée. Les produits Techniline sont distribués sur les marchés spécialistes Photo (38%), les enseignes GSA (27.5%), le e-commerce (26%), la division grands comptes (6%) et l'export, lancé en Mai 2013 (2,5%).

Malgré un contexte difficile, aucune défaillance client n'a été enregistrée.

### Une exploitation positive grâce au plan de réduction des coûts

Techniline a posé en 2013 les bases de son plan de réduction des coûts. L'action a porté sur les achats, et plus précisément sur les frais d'approche, les rotations de stock. Le groupe a ainsi réduit les frais d'approche de 30% à périmètre équivalent. En parallèle, les procédures d'achat de marchandises

ont été mieux encadrées. Ainsi, la société a décidé d'acheter ce qui est nécessaire pour répondre au seul objectif de croissance du Chiffre d'affaires et du taux de marge.

Parallèlement, les frais de personnel ont été réduits de 17% et représentent sur l'exercice 2,15 M€.

Au final, le résultat d'exploitation s'établit à +327 k€, à comparer à une perte de 1 233 k€ en 2012.

Après prise en compte de frais de restructuration, nécessaires et non récurrents, de 348 k€, le résultat net affiche une légère perte, à -261 k€.

La trésorerie nette est en retrait d'environ 600K€, sous l'effet des résultats négatifs et d'une légère augmentation du BFR liée principalement à la mise en place des nouveaux produits importés d'Asie et payés au comptant. Ceci représente l'effort d'investissement lié aux changements des portefeuilles de produits.

## Perspectives 2014

Techniline a su se mettre au service de ses clients en choisissant mieux ses marques partenaires et en mobilisant mieux les équipes commerciales autour des besoins clients.

En 2014, les enjeux restent importants. L'objectif central est l'atteinte d'une rentabilité nette positive. Pour cela va continuer de déployer les actions stratégiques mises en place :

- la rationalisation du portefeuille : certains partenariats ont été arrêtés début 2014, ce qui aura pour effet de réduire temporairement le chiffre d'affaires mais d'améliorer significativement la marge ;
- la stratégie de marques fortes, qui renforcent la rentabilité du groupe ;
- les efforts commerciaux, avec notamment une plus grande proximité Client ;
- le déploiement hors de France (via des partenariats de distribution déjà actés) ;
- le développement de la mobilité, de l'électrodomestique et la domotique Grand Public, ces activités venant enrichir de manière synergétique le portefeuille produits.

### ***A propos de TECHNILINE***

*Créé en 1966, le Groupe TECHNILINE, au travers de sa filiale TechniCinéPhot, est le fournisseur de référence pour les distributeurs dans l'univers de l'image : photographie, cinéma, audiovisuel... TechniLine se positionne en tant qu'acteur de la convergence numérique et comme le spécialiste français de la distribution de produits numériques et audiovisuels.*

*Positionné à l'origine sur le marché de la photo argentique et de l'audiovisuel, TECHNILINE a su prendre le tournant du numérique et adapter sa stratégie visant simultanément le référencement d'une offre diversifiée - basée sur les grandes marques de l'industrie - et la pénétration de l'ensemble des canaux de distribution (grande distribution, distribution spécialisée, e-commerce et revendeurs indépendants).*

*Techniline est coté sur Alternext depuis juin 2005 (codes : FR0010212480 – ALTEC)*

**Techniline :**  
Zacharia Chtioui

01 40 10 55 55  
z.chtioui@technicinephot.com

**Calyptus :**  
Mathieu Calleux

01 53 65 37 91  
mathieu.calleux@calyptus.net