



 **bigben**[®]
INTERACTIVE

RÉSULTATS SEMESTRIELS 2014/2015

25 NOVEMBRE 2014

le futur
nous
inspire

NOS SECTEURS D'ACTIVITÉ

MOBILE

GAMING

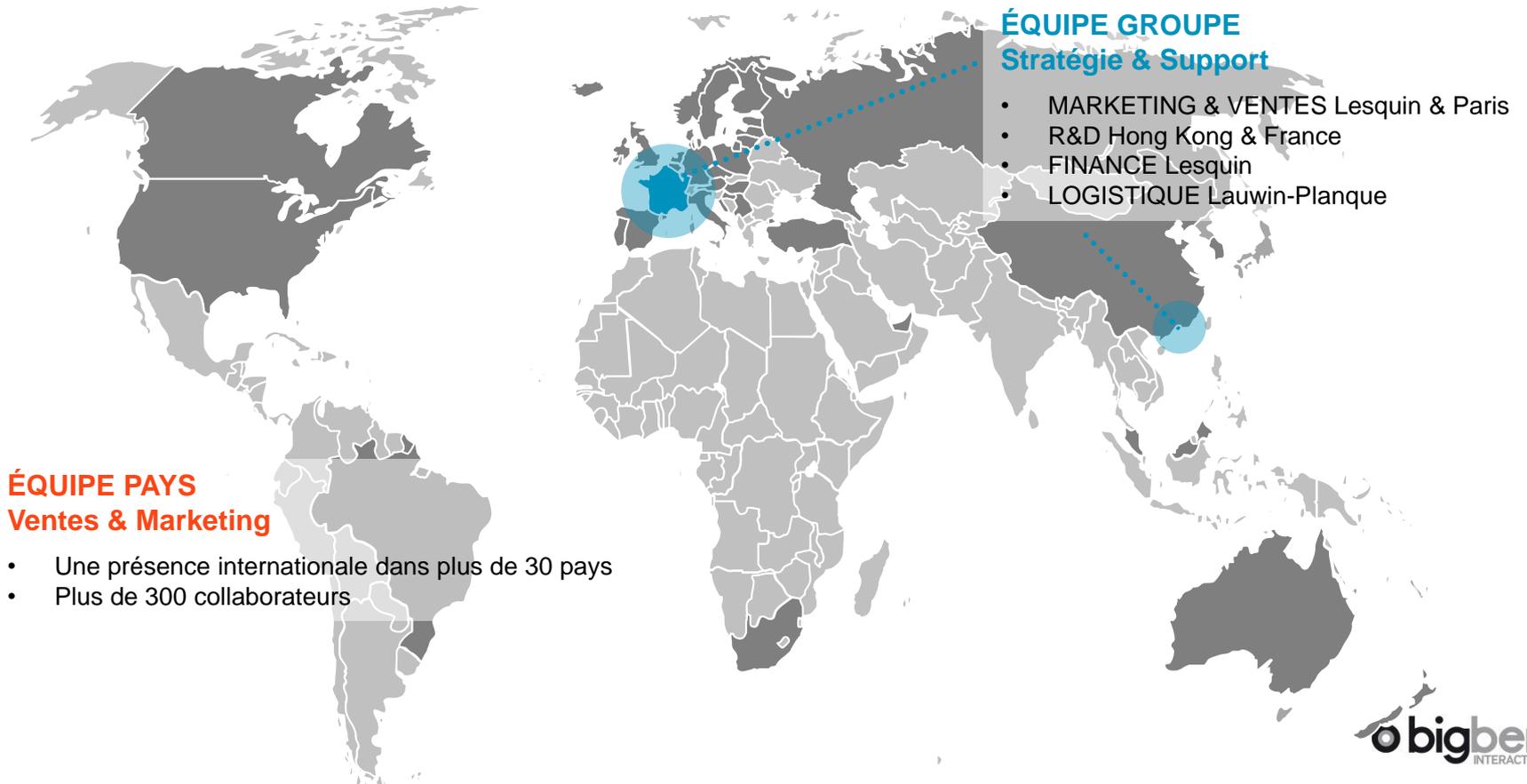
AUDIO

La convergence numérique au service d'un monde connecté



UNE ORGANISATION INTERNATIONALE

Optimisation des équipes et des process



SOMMAIRE

FAITS MARQUANTS S1

RÉSULTATS S1

GUIDELINES S2



UNE MEILLEURE DYNAMIQUE DE MARCHÉ

MOBILE

Un marché
en croissance



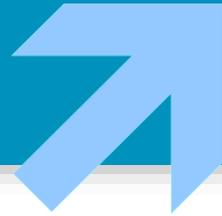
Smartphone : une croissance continue

Tablette : de l'hyper-croissance
à la croissance



GAMING

Un marché global
en redémarrage
progressif



Un marché logiciel du jeu et des
consoles qui redémarre

Un marché de l'accessoire hors
constructeur en baisse



AUDIO

Un marché
quasi-stable



LES POINTS CLÉS DE L'ACTIVITÉ DU S1 2014 / 2015

MOBILE

Démarrage de
l'amélioration
du mix produits



3 succès :

- lancement des accessoires iPhone 6 et 6 Plus
- la gamme Essentielle
- la licence Christian Lacroix

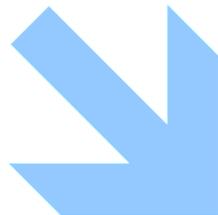


GAMING

Montée en puissance
des jeux en
téléchargement



Baisse continue
de l'activité
en accessoires



AUDIO

Montée en puissance
de la marque
Thomson au T2
> vers une forte
croissance



Décalage partiel
sur le T2
des référencements
de la gamme Thomson



ACCESSOIRES MOBILES

Optimisation progressive du mix-produits

➔ Vers un mix plus favorable aux marges

bigben
SMART

NOUVEAUX ACCESSOIRES

bigben
collection

NOUVELLE GAMME ESSENTIELLE



ESSOR DES VENTES DÉMATÉRIALISÉES DE JEUX VIDÉO

Développement d'un chiffre d'affaires récurrent à forte marge

- Contribution croissante des téléchargements
- Un CA représentant 50% du total Edition



STRATÉGIE DE SEGMENTATION DES LICENCES

Couverture de l'ensemble des générations de consommateurs

MULTI
CATÉGORIES

MONO
CATÉGORIE



PENETRATION DE NOUVEAUX RESEAUX AVEC ORA ITO

ora^{ito}

Un écosystème produit + un concept merchandising

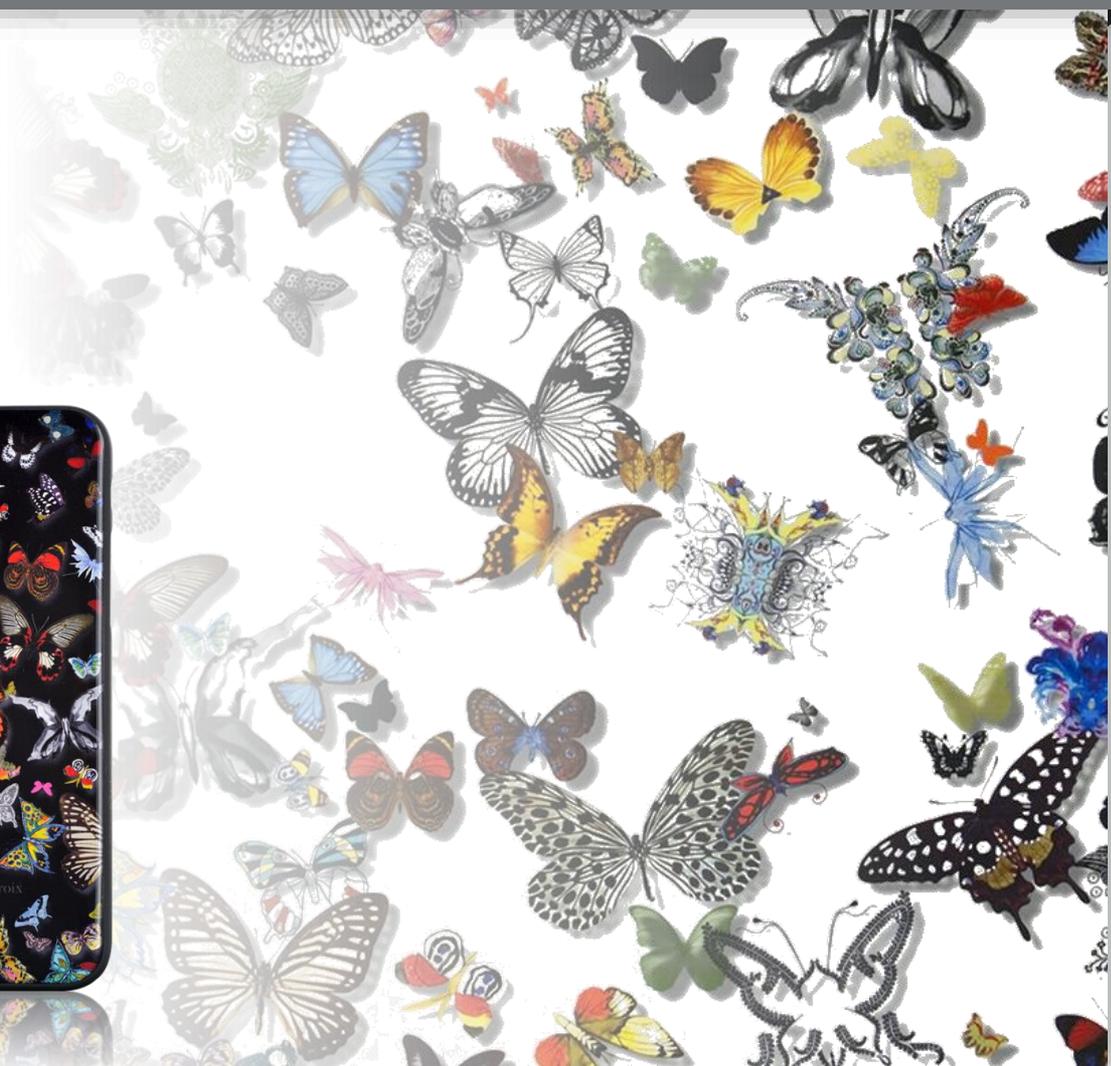
→ une montée en gamme



SUCCES DE LA LICENCE CHRISTIAN LACROIX

Christian Lacroix

Le savoir faire dans la mode
et la fabrication made in France



FREEGUN : UNE MARQUE AUX CAPACITÉS TRANSVERSALES



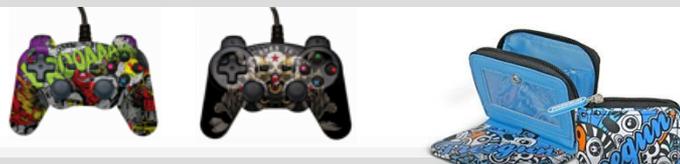
Une marque 100% Lifestyle



MOBILE



GAMING



AUDIO



DEMARRAGE DE LA GAMME THOMSON

THOMSON
audio video

Montée en puissance au T2 2014/2015

SOUND-BAR



TOURNE-DISQUES
ENCODEURS



SOUND-TOWER



SOUND-SYSTEM



SOMMAIRE

FAITS MARQUANTS S1

RÉSULTATS S1

GUIDELINES S2

A blurred background image of a financial table with numerical data. The table has two columns and multiple rows. The numbers are in black text on a white background. The right side of the table is partially cut off by the edge of the image.

104 317	113 23
109 912	111 80
1 188	1 17
220 744	237 17
39 339	38 92
2 020	1 56
18 389	17 180
1 423	1 880
54 781	477 657
3 913	951 038
393	1 639
15	86
9	75 210
1	00
	422

Un 1^{er} semestre peu représentatif de la performance annuelle

Un chiffre d'affaires en croissance de 8,2%, porté par le Core Business

- Accessoires pour smartphones et jeux vidéo
- Audio

Une rentabilité peu représentative de la performance annuelle

- Un mix-produit plus favorable aux marges à partir du T2
- Stabilité des frais généraux grâce aux économies de logistique

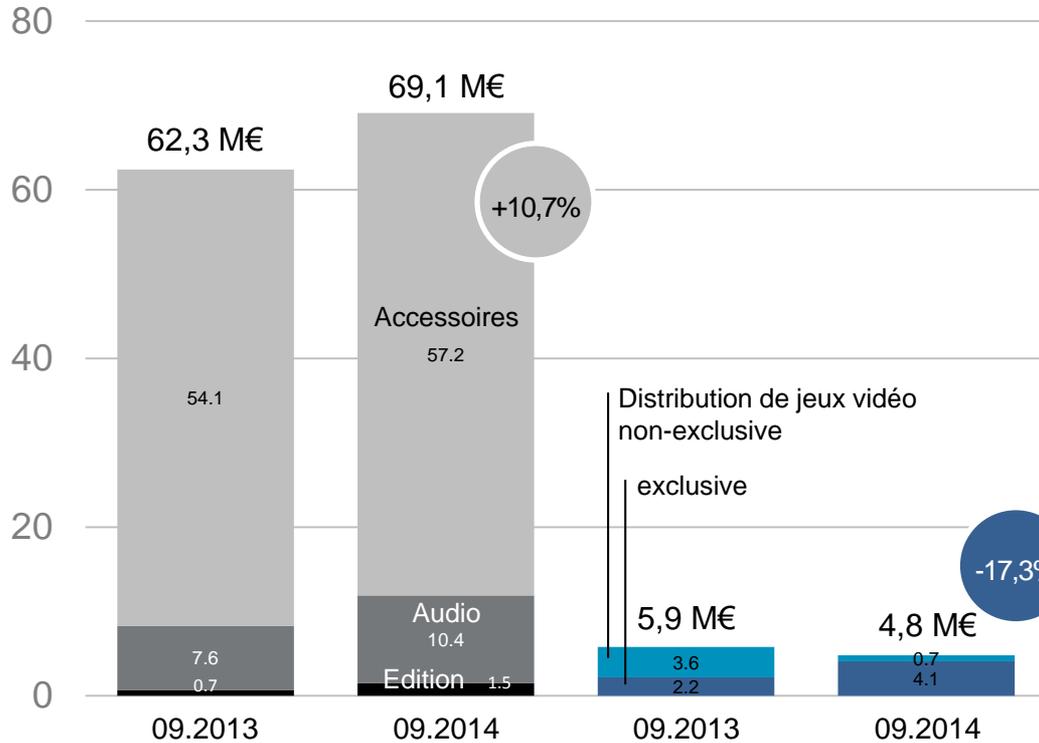
Baisse des activités mises en équivalence (distribution mobile)

Une structure bilancielle qui demeure saine

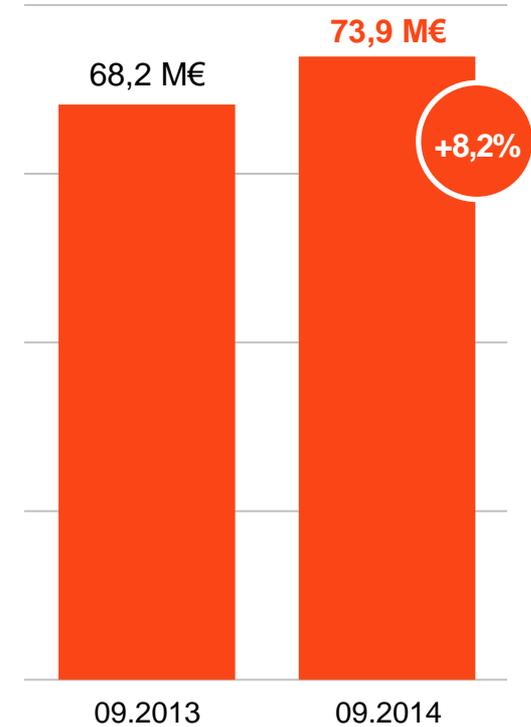
CHIFFRE D'AFFAIRES

Core business

Activité complémentaire



CA TOTAL



COMPTE DE RÉSULTAT

	30/09/2014	30/09/2013
Chiffre d'affaires	73,9	68,2
	+8,2%	
Résultat opérationnel courant <i>En % du CA</i>	(0,9) -1,2%	(2,2) -3,2%
Actions gratuites et stock-options	-	(0,3)
Autres éléments opérationnels non récurrents	-	-
Résultat opérationnel <i>En % du CA</i>	(0,9) -1,2%	(2,5) -3,6%
Résultat financier	(2,6)	(1,0)
Résultat courant avant impôt <i>En % du CA</i>	(3,5) -4,7%	(3,5) -5,1%
Impôt	(1,5)	(1,5)
Résultat des activités poursuivies <i>En % du CA</i>	(2,0) -2,7%	(2,0) -2,9%
Mise en équivalence	1,0	3,7
Résultat de la période <i>En % du CA</i>	(0,9) -1,3%	1,7 2,6%

BILAN SEMESTRIEL COMPARÉ

A fin septembre, l'endettement net théorique atteint 49%, stable vs n-1.
 Cette situation s'explique principalement par le renforcement des stocks en prévision de l'activité du 3^{ème} trimestre.

Consolidés en M€ IFRS	30/09/2014	30/09/2013
Actif non courant	97,7	113,5
Stock et en-cours	64,9	57,3
Créances clients	37,7	34,3
Disponibilités	5,9	6,2
Autres actifs courants	11,6	10,3
TOTAL ACTIF	217,8	221,6

	30/09/2014	30/09/2013
Capitaux propres et assimilés	108,0	109,2
Passif financier non courant	16,8	22,5
Autre passif non courant	7,1	7,4
Passif financier courant	42,0	37,2
Autre passif courant	43,9	45,4
TOTAL PASSIF	217,8	221,6

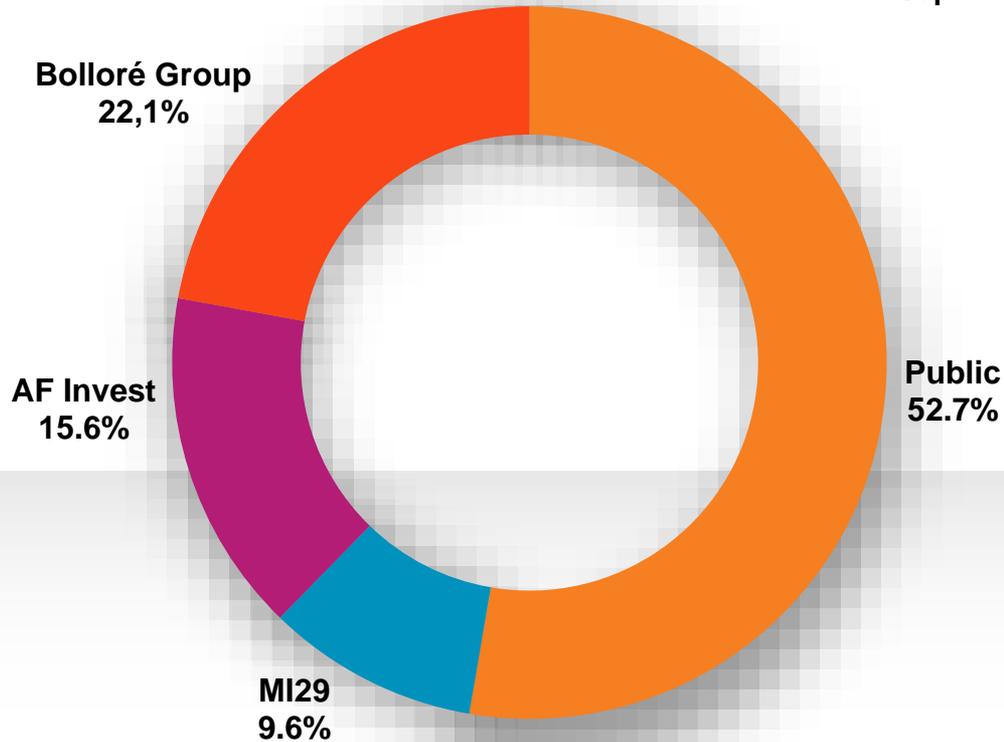
TABLEAU DE FLUX

Une situation de trésorerie conforme à la saisonnalité

En M€	30/09/2014	30/09/2013
Résultat net	(0,9)	1,8
Amort. et Provisions	2,4	1,9
Autres variations	(1,7)	(5,0)
Capacité d'autofinancement	(0,2)	(1,3)
Stocks	(12,4)	(10,3)
Autres éléments exploitation	7,6	(1,7)
Variation de BFR	(4,8)	(12,0)
Cash flow Activité	(5,0)	(14,7)
Cash flow Investissement	(0,7)	0,8
Cash flow Financement	(6,5)	(5,8)
Variation de trésorerie	(12,3)	(19,7)

ACTIONNARIAT

Répartition du capital au 31/10/2014



Code ISIN : FR0000074072
Nombre de titres : 16 410 813
Capitalisation boursière au 12/11/2014 : 92 M€
Marché : NYSE Euronext C

SOMMAIRE

FAITS MARQUANTS S1

RÉSULTATS S1

GUIDELINES S2



AXES DE DEVELOPPEMENT



Elargir les cibles de consommateurs



Poursuivre la montée en gamme



Edition de Jeux vidéo : développer le segment des sports non exploités par les leaders



Exploiter des licences à forte notoriété

UN 2^{ÈME} SEMESTRE BIEN ORIENTÉ

MOBILE

Marché des accessoires mobiles
poussé par les iPhone 6 & 6 Plus



GAMING

Sortie du jeu phare Rugby 15



AUDIO

Montée en puissance
de la gamme Thomson

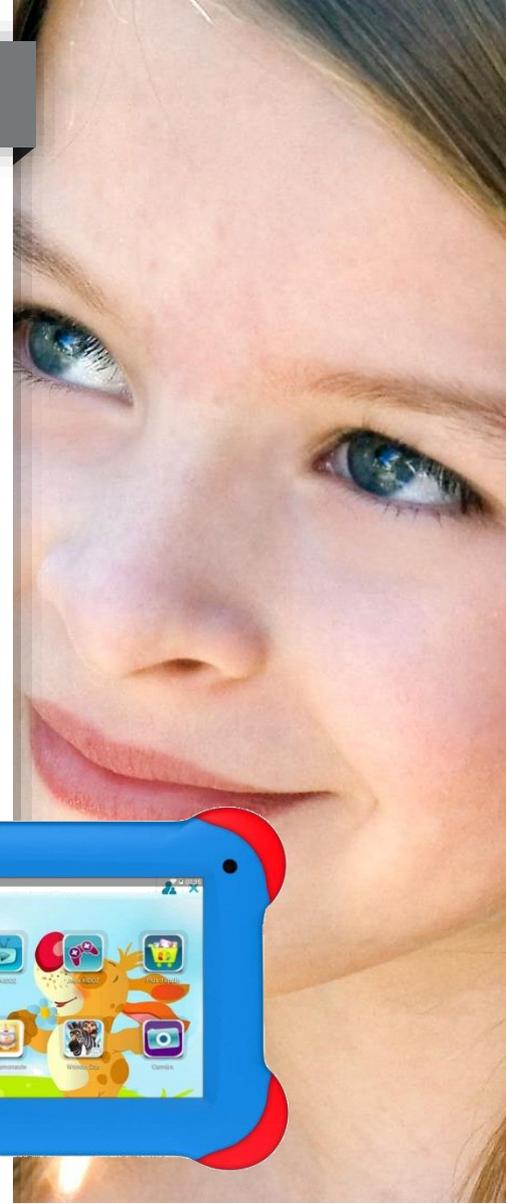


TURTLE BEACH

Une gamme accrue pour les nouvelles consoles



TABLETTES KIDS & UNITY



RUGBY 15

Sortie : 21 novembre 2014

XBOX ONE



XBOX 360™

PS3

PS4™

PS VITA™

PC
DVD-ROM

Day 1
200 000
unités

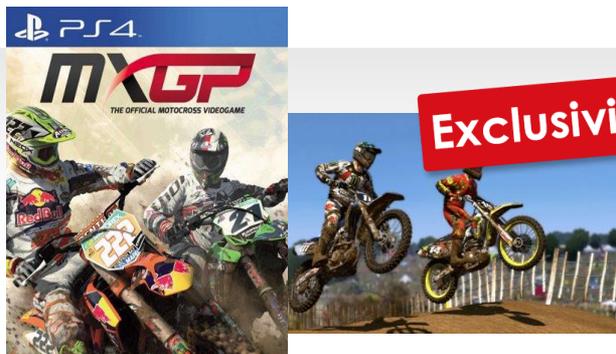


LES JEUX VIDÉO PHARES

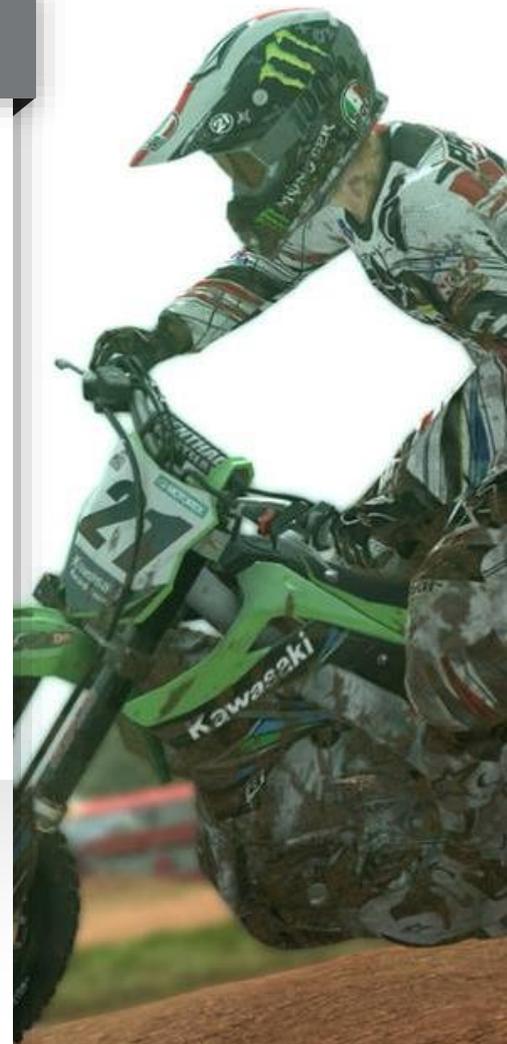
JEUX EDITÉS



JEUX DISTRIBUÉS



bigben
PLAY



TOURS MULTIMÉDIA POUR ENFANTS

Elargissement du public enfants « sound towers »



NOUVEAUX PRODUITS THOMSON



THOMSON
audio video

OBJECTIFS CONFIRMÉS

CA > 190 M€

ROC > 8 M€



CALENDRIER

CA T3

Lundi 19 janvier 2015

Publication du chiffre d'affaires
du 3^{ème} trimestre de l'exercice 2014/2015

Mardi 31 mars 2015

Clôture annuelle de l'exercice

CA T4

Lundi 20 avril 2015

Publication du chiffre d'affaires
du 4^{ème} trimestre de l'exercice 2014/2015

Mardi 26 mai 2015

Publication des résultats de l'exercice 2014/2015

SFAF

Mercredi 27 mai 2015

Réunion SFAF - annuel

CONTACT



Relations Investisseurs

infofin@bigben.fr

03 20 90 72 00



Communication Financière

gbroquelet@capvalue.fr

01 80 81 50 00



QUESTIONS / REPONSES

le futur
nous
inspire

ANNEXES

RÉPARTITION DES ACTIVITÉS PAR TERRITOIRE

CA en M€	2014/15	2013/14	Var.
France	60,9	54,8	+11,3 %
Benelux	4,9	4,5	+8,6 %
Allemagne	5,2	5,1	+2,0 %
Divers (HK + Esp)	2,8	3,9	-26,3 %
Total	73,9	68,2	+8,2 %

RÉPARTITION DU RÉSULTAT ANNUEL PAR TERRITOIRE

en M€ 2013/14	France	Benelux	Allemagne	Divers	Total
Chiffre d'affaires	60,9	4,9	5,2	2,8	73,9
Résultat opérationnel courant	(0,9)	0,1	(0,8)	0,7	(0,9)