



EXPOSE SOMMAIRE DE LA SITUATION DU GROUPE GUILLEMOT CORPORATION AU COURS DE L'EXERCICE CLOS LE 31 DECEMBRE 2014

1. SITUATION DE LA SOCIETE ET DU GROUPE ET DE SON ACTIVITE AU COURS DE L'EXERCICE 2014

1.1. Accélération de l'internationalisation des ventes du Groupe avec un fort développement en Amérique du Nord

En 2013 déjà, le Groupe avait élargi son circuit de distribution pour les volants Thrustmaster en faisant appel à une plateforme de livraison à Hong-Kong permettant d'assurer des livraisons directes à ses grands clients internationaux.

En 2014, le Groupe a accéléré son internationalisation avec un fort développement de ses ventes en Amérique du Nord qui sont passées de 15% à 24% des ventes hors OEM de l'exercice.

Les ventes réalisées hors de France sur l'exercice 2014 atteignent 32,8 millions d'euros, soit 81% du chiffre d'affaires total consolidé.

Le Groupe passe essentiellement par des grossistes spécialisés tout en conservant sa relation commerciale directe avec ses clients. La clientèle directe est constituée majoritairement de grossistes qui répondent directement aux attentes des clients en matière de logistique (commandes et livraisons centralisées). Ces grossistes servent la plupart des grandes chaînes de magasins, hypermarchés, multi spécialistes, magasins spécialisés, disposant d'un rayon informatique ou d'un rayon logiciels pour PC et consoles de jeux, mais également tous les principaux sites de commerce en ligne.

Le Groupe est également présent sur le réseau spécialisé de la musique avec des revendeurs indépendants en musique, des chaînes spécialisées et des sites de vente en ligne.

1.2. Décollage des ventes dans la zone Asie/Pacifique et renforcement de son dispositif commercial en Asie

En 2014, le Groupe a aussi implanté ses gammes d'accessoires pour les nouvelles consoles sur le marché japonais, qui est devenu la première zone de ventes en Asie au quatrième trimestre 2014. Les ventes dans la zone Asie/Pacifique sont passées de 4% à 7% du chiffre d'affaires hors OEM. D'autres ouvertures de réseaux sont actuellement à l'étude pour développer son potentiel. Dans le même temps, les gammes de volants pour PlayStation®4 et Xbox One® sont maintenant distribuées au Japon où le Groupe a renforcé sa présence en lançant également son site web en japonais pour répondre à une double approche : s'inscrire dans la continuité du site et de ses dix langues existantes mais également pour lui permettre d'être parfaitement en adéquation avec ce marché exceptionnel. Le Groupe a renforcé son dispositif commercial en Asie par une présence permanente sur la zone et a consolidé ses ventes en Australie avec une année 2014 « record ».

1.3. Poursuite de la montée en puissance des nouvelles gammes audio Hercules

La nouvelle stratégie d'Hercules est de se concentrer sur un nombre restreint de produits à plus forte valeur ajoutée et de les diffuser mondialement. Hercules s'est ainsi appuyé sur ses équipes de Recherche et Développement pour développer des savoir-faire de très haut niveau dans l'audio et offrir ainsi des solutions matérielles et logicielles remarquables dans le domaine du DJ et des haut-parleurs sans fil et multimédia.

Cette expertise a été récompensée avec la reconnaissance mondiale au travers de multiples récompenses reçues par le Groupe, dont les prix de l'Innovation et du Design obtenus en 2014 et 2015, décernés respectivement aux produits suivants : haut-parleur WAE NEO, contrôleur DJControlWave, et aux contrôleurs Hercules Universal DJ et DJControl Jogvision.

1.4. Montée en puissance de la base logistique en Asie

Le Groupe couvre trois zones mondiales qui regroupent l'essentiel des ventes de produits high-tech, Amérique du Nord et du Sud, Europe et Asie, et optimise ses flux, en assurant des livraisons directes depuis les sites de production en Asie vers chaque continent. Le Groupe dispose de sa propre base logistique internationale située en France avec une capacité de stockage importante lui permettant de couvrir toute l'Europe et les pays de l'Est, et fait appel à des prestataires logistiques sur les continents nord-américain et asiatique.

Grâce au développement et à l'évolution de la plateforme logistique à Hong-Kong depuis début 2013, le Groupe continue d'optimiser les flux vers l'ensemble de ses clients européens, asiatiques et américains en livraison directe depuis l'Asie, ce qui a permis d'optimiser sa « supply chain » pour réduire ses stocks et son besoin en fonds de roulement, et apporter ainsi un service de livraison plus rapide à ses clients. En 2014, les livraisons directes de containers depuis l'entrepôt situé à Hong-Kong sont montées en puissance, représentant environ 1/3 des ventes, ce qui a facilité le développement des ventes dans la zone Asie/Pacifique.

1.5. Le Groupe face à la concurrence

Le Groupe opère sur des marchés fortement concurrentiels et diversifiés puisqu'il s'adresse aux amateurs de jeux, de musique avec ses gammes DJ et haut-parleurs, ses casques audio pour les joueurs connectés.

Le Groupe augmente la zone de diffusion de ses produits qui sont maintenant disponibles pour certains d'entre eux dans plus de soixante-dix pays. Du fait de la nature diversifiée de ses gammes et du nombre de produits, la concurrence demeure vive et mondiale. La force de la Recherche et Développement du Groupe constitue l'une des clés de sa compétitivité, nécessitant des produits innovants et différenciés.

Dans ce contexte de concurrence très vive, le Groupe évolue sur des marchés en profonde mutation.

Pour se démarquer auprès de ses clients, le Groupe renouvelle ou complète en permanence ses gammes avec une implication forte de ses équipes de Recherche et Développement et de marketing qui lui permettent d'être à la pointe des usages sur ces différents marchés. Le savoir-faire technologique du Groupe constitue un atout majeur pour faire face à la concurrence.

Le Groupe bénéficie de la force de son positionnement international qui lui permet de capter la croissance dans les pays à fort développement.

1.6. Intensification de la présence du Groupe aux plus grands salons internationaux et partenariats de Thrustmaster avec de grands éditeurs de jeux

En 2014, le Groupe a intensifié sa présence sur les grands salons internationaux, tels que le NAMM Show à Anaheim aux Etats-Unis pour les produits DJ, le salon E3 à Los Angeles, le Gamescom à Cologne en Allemagne pour les accessoires de jeux, le CES à Las Vegas, et le salon Live from Games 14 à Dubaï.

Lors de la finale mondiale Just Dance, le haut-parleur WAE NEO faisait partie des lots à offrir aux finalistes. Au cours de l'année 2014, Thrustmaster a conclu de nombreux partenariats.

La participation du Groupe à des salons de renommée internationale lui permet non seulement de rencontrer sa clientèle, de développer son réseau de distributeurs mais également d'étendre sa notoriété en offrant une visibilité optimale.

1.7. Hercules

En 2014, la nouvelle stratégie d'Hercules s'est concentrée sur un nombre restreint de produits à plus forte valeur ajoutée pour les diffuser mondialement. Pour ce faire, Hercules s'est appuyé sur ses équipes de Recherche et Développement qui ont développé des savoir-faire de très haut niveau dans l'audio et offrir ainsi des solutions matérielles et logicielles remarquables pour les DJs et amateurs de musique.

L'année 2014 a également vu la poursuite du recentrage de son activité sur les produits audio, qui avait été initié en 2013. Les gammes Wifi et CPL, quant à elles, n'ont pas été reconduites du fait d'une valeur ajoutée faible.

▪ Gamme audio :

Son savoir-faire original et son expertise permettent à Hercules de compter parmi les fabricants leaders de contrôleurs DJ portables pour ordinateurs et de rassembler aujourd'hui des communautés de DJs, des débutants aux plus experts, autour de l'expérience DJ Hercules. Hercules, qui avait créé la première double platine de mixage sur ordinateur avec interface audio intégrée, a su acquérir au fil des années savoir-faire et crédibilité dans le monde de l'audio professionnel. Ce concentré d'expertises est présent dans chacune des gammes avec les toutes dernières technologies au sein de chacune d'elles, à la fois pour ses solutions DJ, ses gammes audio sans fil WAE et ses enceintes multimédias.

La gamme WAE se distingue par une offre large avec plus de dix modèles différents qui permettent de répondre aux attentes et besoins des consommateurs ainsi que par le niveau d'exigence présent dans tous ses modèles.

▪ Gamme de webcams :

Le Groupe avait revu en intégralité sa gamme de webcams en misant sur les technologies Haute Définition et en redéfinissant une charte graphique des packagings. Avec la sortie des webcams Hercules HD Twist en avril 2012, Hercules a apporté une touche émotionnelle aux consommateurs en quête d'originalité. La commercialisation de cette gamme se poursuit.

▪ Gamme Wifi / CPL :

Depuis 2014, le Groupe a arrêté ses gammes Wifi et CPL, celles-ci ne permettant plus de générer une valeur ajoutée suffisante.

▪ OEM :

L'activité OEM consiste à fabriquer pour le compte de tiers des accessoires qui sont intégrés avec leurs matériels. Les grands projets OEM initiés en 2013 sont arrivés en fin de vie en 2014 et d'autres projets sont en cours de développement pour les années à venir.

1.8. Thrustmaster

Thrustmaster se positionne aujourd'hui comme le partenaire des joueurs les plus exigeants et est devenu le leader des volants. Au fil des années, la marque a apporté de nouvelles technologies permettant plus de précision et de sensations telles que la technologie brevetée « *H.E.A.R.T. HALLEFFECT ACCURATE TECHNOLOGY* », pour les moteurs « *brushless* » dans les volants Force Feedback et dans certains joysticks (T.16000M et HOTAS WARTHOG).

Grâce à ses gammes développées spécialement pour les consoles Nouvelle Génération et à la sortie des nouveaux jeux de courses de voitures, Thrustmaster a tiré parti en 2014 de la forte dynamique du marché, et a enregistré de nombreux succès. Cela lui a permis de conquérir le leadership dans les volants, et de poursuivre son implantation mondiale avec de nouveaux référencements.

2. RESULTAT DE L'ACTIVITE DE LA SOCIETE ET DU GROUPE

Les principaux agrégats des comptes consolidés de Guillemot Corporation pour l'exercice se clôturant au 31 décembre 2014 s'établissent comme suit :

En millions d'euros	31/12/2014	31/12/2013
Chiffre d'affaires	40,3	43,7
Résultat opérationnel courant	-2,5	-1,6
Résultat opérationnel	-2,5	-2,4
Résultat financier *	1,8	1,7
Résultat net consolidé	-0,9	-0,8
Résultat de base par action	-0,06 €	-0,06 €
Capitaux propres	18,3	19,1
Endettement net (hors VMP) **	7,2	9,0
Stocks	7,4	10,0
Immobilisations incorporelles	6,9	7,3
Actifs financiers courants (Part VMP)	7,0	6,9

* Le résultat financier comprend le coût de l'endettement financier net et les autres charges et produits financiers.

** Les Valeurs Mobilières de Placement ne sont pas prises en compte dans le calcul de l'endettement net. (cf. paragraphe 5.7.13 des comptes consolidés).

Le chiffre d'affaires consolidé annuel de l'exercice 2014 s'est élevé à 40,3 millions d'euros en baisse de 8% par rapport à l'exercice précédent. Le résultat opérationnel ressort, quant à lui, à -2,5 millions d'euros contre une perte de 2,4 millions d'euros au 31 décembre 2013.

Le résultat financier de 1,8 million d'euros intègre des gains de réévaluation de 1,8 million d'euros sur les actifs financiers courants (VMP) constitués des titres Ubisoft Entertainment et Gameloft, et un gain de cession de 0,4 million d'euros lié à la vente de 170 000 actions Ubisoft Entertainment.

Le résultat net de l'exercice s'établit à -0,9 million d'euros contre -0,8 million d'euros en 2013.

Les actifs financiers courants s'établissent à 7,0 millions d'euros au 31 décembre 2014. Ils sont composés de titres Ubisoft Entertainment et Gameloft.

L'endettement net est de 7,2 millions d'euros (avant Valeurs Mobilières de Placement).

Les capitaux propres sont passés de 19,1 millions d'euros à 18,3 millions d'euros.

▪ Répartition du chiffre d'affaires par secteur d'activité

(en millions d'euros)	31.12.2014	31.12.2013	31.12.2012
Hercules	12,3	21,4	32,6
Gammes classiques	11,6	17,3	27,9
Netbooks	0,0	0,0	0,3
OEM	0,7	4,1	4,4
Thrustmaster	28,0	22,3	16,4
Gammes classiques	28,0	22,0	16,4
OEM	0,0	0,0	0,0
TOTAL	40,3	43,7	49,0

▪ Répartition du chiffre d'affaires par zone géographique

(en millions d'euros)	31.12.2014	31.12.2013	31.12.2012
France	7,5	11,7	17,2
Union Européenne (hors France)	18,2	18,3	18,1
Autres	14,6	13,7	13,7
TOTAL	40,3	43,7	49,0

▪ Répartition du résultat opérationnel par activité

(en millions d'euros)	31.12.2014	31.12.2013	31.12.2012
Hercules	-4,2	-1,7	-1,4
Thrustmaster	1,7	-0,7	-1,3
TOTAL	-2,5	-2,4	-2,7

3. INFORMATIONS SUR LES COMPTES CONSOLIDES DU GROUPE

3.1. Compte de résultat

Au cours de l'exercice, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires hors taxe consolidé de 40 284 milliers d'euros. Les principales charges d'exploitation sont les achats pour 17 836 milliers d'euros. Les charges externes totalisent 9 819 milliers d'euros et sont principalement constituées de charges de transport, de publicité et de marketing. Les charges de personnel se sont élevées à 7 065 milliers d'euros et les dotations aux amortissements et provisions à 3 469 milliers d'euros. Les impôts et taxes totalisent 261 milliers d'euros et les autres produits et charges – 2 174 milliers d'euros. Le résultat opérationnel courant atteint la somme de -2 524 milliers d'euros. Le résultat opérationnel est de – 2 524 milliers d'euros. Le coût de l'endettement financier net est de 202 milliers d'euros et les autres produits et charges financières totalisent +1 959 milliers d'euros, comprenant des gains de réévaluation de 1 838 milliers d'euros sur les actions Ubisoft Entertainment et Gameloft détenues, et un gain de cession de 426 milliers d'euros lié à la vente de 170 000 actions Ubisoft Entertainment. Après prise en compte de ces éléments, et de la charge d'impôt de 137 milliers d'euros, le résultat net du Groupe est de – 904 milliers d'euros. Le résultat de base par action est de -0,06 euros.

3.2. Bilan

Les actifs non courants se composent d'écarts d'acquisitions nets pour un montant de 888 milliers d'euros, d'immobilisations incorporelles nettes pour un montant de 6 917 milliers d'euros, d'immobilisations corporelles nettes pour 2 800 milliers d'euros, d'actifs financiers pour 424 milliers d'euros. Les actifs courants comprennent les éléments suivants :

- Les stocks ont une valeur nette de 7 434 milliers d'euros en tenant compte de provisions sur stock de 1 271 milliers d'euros.
- Le poste clients et comptes rattachés s'élève à une valeur nette de 13 500 milliers d'euros en tenant compte de provisions pour clients douteux de 199 milliers d'euros.
- Le poste autres débiteurs a une valeur nette de 1 507 milliers d'euros et concerne principalement des créances de taxe sur la valeur ajoutée et des créances d'avances et acomptes versés.
- Les actifs financiers s'élèvent à 6 959 milliers d'euros et le poste trésorerie et équivalents de trésorerie à 1 791 milliers d'euros.
- Les actifs d'impôts exigibles sont de 100 milliers d'euros.

Les capitaux propres s'élèvent à 18 274 milliers d'euros. Les passifs non courants totalisent 3 670 milliers d'euros dont 1 758 milliers d'euros d'emprunts. Les passifs courants totalisent 20 376 milliers d'euros dont 5 558 milliers d'euros d'emprunts et avances en devises.

4. INFORMATIONS SUR LES COMPTES SOCIAUX DE GUILLEMOT CORPORATION SA

4.1. Compte de résultat

Au cours de cet exercice, la société Guillemot Corporation S.A. a réalisé un chiffre d'affaires de 36 572 milliers d'euros. Le total des produits d'exploitation s'élève à 36 482 milliers d'euros. Les principales charges d'exploitation sont les achats consommés pour 17 954 milliers d'euros et les charges externes pour 16 587 milliers d'euros. Les charges externes sont principalement constituées de prestations de sous-traitance, de frais de développement, de charges de transport, de publicité et de marketing. Les impôts et taxes et les charges de personnel totalisent 391 milliers d'euros et les autres charges 2 888 milliers d'euros. Les dotations aux amortissements s'élèvent à 2 102 milliers d'euros. Les dotations aux provisions sur l'actif circulant représentent 489 milliers d'euros. Le total des produits d'exploitation diminué de l'ensemble des charges d'exploitation fait apparaître un résultat d'exploitation de -3 929 milliers d'euros. En tenant compte du résultat financier de 5 390 milliers d'euros, du résultat exceptionnel de -378 milliers d'euros, le résultat net atteint 1 083 milliers d'euros.

Le résultat financier se décompose de la manière suivante :

Produits financiers de participations :	2 272 milliers d'euros
Différences de change :	55 milliers d'euros
Produits et charges d'intérêts financiers :	-134 milliers d'euros
Résultat sur cessions VMP :	1 336 milliers d'euros
Reprises et dotations de provisions :	1 861 milliers d'euros

Les produits financiers de participations correspondent aux dividendes versés par certaines filiales du Groupe Guillemot Corporation. Les produits d'intérêts sont principalement constitués de 60 milliers d'euros d'intérêts de comptes courants et de 34 milliers d'euros correspondant à la réintégration à l'actif du bilan d'avance en compte courant, avance abandonnée par la société-mère en 2004 au bénéfice de sa filiale Guillemot GmbH (Allemagne) avec clause de retour à meilleure fortune. Les charges financières sont principalement constituées de charges d'intérêts d'emprunts et bancaires pour 201 milliers d'euros et de charges d'intérêts des comptes courants pour 17 milliers d'euros.

Le produit net sur cessions de Valeurs Mobilières de Placement correspond au résultat de cession de 170 000 actions Ubisoft Entertainment S.A. pour 1 299 milliers d'euros. Le résultat de cession de titres propres dans le cadre du contrat de liquidité en vigueur s'élève à 37 milliers d'euros.

Les reprises sur dépréciations des titres des filiales totalisent 13 milliers d'euros, les reprises de provisions sur des avances en compte courant, 584 milliers d'euros. Les autres reprises sur provisions concernent les titres Ubisoft Entertainment pour 1 385 milliers d'euros, les titres propres pour 31 milliers d'euros et des reprises diverses pour pertes de change latentes de l'exercice précédent pour 105 milliers d'euros.

Les dotations aux provisions sur les titres s'élèvent à 15 milliers d'euros. La société Guillemot Corporation S.A. a comptabilisé une provision de 242 milliers d'euros pour couvrir le risque de perte de change latente à la clôture de l'exercice.

Le résultat exceptionnel se décompose de la manière suivante :

Produits et charges sur opérations de gestion : 0 milliers d'euros

Produits et charges sur opérations en capital : -317 milliers d'euros

Reprises et dotations de provisions : -61 milliers d'euros

Les charges exceptionnelles incluent un montant de 271 milliers d'euros correspondant à la réintégration au passif du bilan de dettes en comptes courants envers les actionnaires fondateurs. Ces avances en comptes courants ont été abandonnées par ceux-ci en 2002 avec des clauses de retour à meilleure fortune.

La société a passé un amortissement exceptionnel de 107 milliers d'euros sur des frais de développement et de matériels ne remplissant plus les conditions d'activation.

Les principaux soldes intermédiaires de gestion sont :

Production de l'exercice : 35 621 milliers d'euros

Valeur ajoutée : 1 079 milliers d'euros

Excédent brut d'exploitation : 688 milliers d'euros

4.2. Bilan

L'actif net immobilisé s'élève à 11 344 milliers d'euros. Il comprend 6 291 milliers d'euros d'immobilisations incorporelles, 2 296 milliers d'euros d'immobilisations corporelles et 2 757 milliers d'euros d'immobilisations financières.

Les immobilisations incorporelles comprennent 3 502 milliers d'euros en valeur nette de frais de développement. La société a sorti de l'actif des frais de développement ne respectant plus les conditions d'activation pour une valeur brute de 130 milliers d'euros.

La société a procédé à des mises au rebut de matériels pour un montant brut de 40 milliers d'euros.

La société dispose d'un stock d'une valeur nette de 6 551 milliers d'euros.

Le poste clients et comptes rattachés s'élève à 11 998 milliers d'euros en tenant compte de provisions pour clients douteux de 178 milliers d'euros.

Les autres créances d'un montant net total de 3 648 milliers d'euros en valeur nette comprennent principalement des avances en comptes courants envers les filiales pour un montant net de 3 217 milliers d'euros et des créances de TVA.

Les valeurs mobilières de placement totalisent un montant net de 6 823 milliers d'euros.

Les actions propres détenues se répartissent entre les immobilisations financières (132 619 actions) et les valeurs mobilières de placement (152 679 actions). Le montant net de ces titres est de 250 milliers d'euros après une provision de 429 milliers d'euros.

Les capitaux propres totalisent 19 593 milliers d'euros.

5. PROGRES REALISES ET DIFFICULTES RENCONTREES

L'année 2014 a été très contrastée avec une activité Thrustmaster tirée par le déploiement à la fois des nouvelles consoles de jeux et des nouveautés, spécialement développées pour accompagner des jeux-phares sur ces consoles, et avec une activité Hercules qui a été impactée à la fois par le ralentissement du marché PC Grand Public et l'arrêt de certaines gammes dont la rentabilité n'était plus assurée.

Un effort très important de prospection internationale a été entrepris pour élargir les zones de diffusion des produits du Groupe et particulièrement pour les accessoires de jeux. D'autre part, le Groupe a fait monter en puissance l'entrepôt de Hong-Kong pour assurer une livraison directe aux principaux clients et optimiser la « *supply chain* ». Ceci a permis de réduire de façon importante les transports, les stockages intermédiaires et l'empreinte CO2 de l'activité. Il a aussi permis une réduction des stocks du Groupe de -26% et une amélioration du besoin en fonds de roulement.

En 2014, le Groupe a accéléré son internationalisation avec un fort développement des ventes en Amérique du Nord qui ont permis de compenser des ventes européennes en retrait et de générer une croissance de 5% hors OEM au second semestre. Le Groupe a aussi implanté ses gammes d'accessoires pour les nouvelles consoles en cours d'année 2014 sur le marché japonais, qui est devenu la première zone de ventes en Asie au quatrième trimestre 2014. Les ventes dans la zone Asie/Pacifique sont, elles, passées de 4% à 7% du chiffre d'affaires hors OEM, et d'autres ouvertures de réseaux sont à l'étude pour développer son potentiel. Thrustmaster s'est positionné comme le leader incontournable des volants avec une part de marché aux Etats-Unis de plus de 50% sur l'année (Source : NPD). Ce leadership doit être renforcé en 2015 par l'élargissement de la gamme actuelle à de nouveaux positionnements. L'arrivée de nombreux jeux de courses dont le nouveau Forza Motorsport 6 sur la console Xbox One®, F1 2015 sur PC/PS4 et Xbox One® et Project Cars sur PC/PS4 et Xbox One® insufflent une nouvelle dynamique au marché des volants tandis que l'essor des jeux « *free-to-play* » tels que War Thunder et Elite Dangerous dynamise le marché des joysticks. Le Groupe est spécialiste de ce segment et ses produits-phares tels que le Hotas Warthog et T-Flight Hotas X, sont recommandés par les éditeurs de jeux. Grâce aux partenariats avec les fabricants de consoles et les développeurs de jeux à succès, Thrustmaster a renforcé ses liens avec la communauté de « *gamers* ». Les casques Gaming du Groupe obtiennent également de nombreuses récompenses pour leur qualité audio sur les sites spécialisés et la marque devient une référence dans ce segment.

Après l'arrêt de la gamme Wifi et CPL qui ne permettait plus une rentabilité, le Groupe s'est concentré sur ses gammes audio-numériques avec les haut-parleurs multimédias, les haut-parleurs sans fil et les platines DJ. Le marché du haut-parleur multimédia a suivi la décroissance des ventes de PC. Le Groupe a renouvelé ses gammes pour garder une dynamique mais la faiblesse de la demande a retardé les nouveaux référencements. Le marché de l'audio sans fil est un marché exigeant puisque toutes les grandes marques se sont positionnées avec une offre dans cette catégorie. D'autre part, le nombre de références proposées a augmenté de façon très importante, accentuant le niveau de concurrence.

Le Groupe a fait évoluer ses gammes pour les différencier et occuper des marchés de niche qui lui apparaissent prometteurs. Les haut-parleurs WAE outdoor résistants aux projections d'eau ont pris leur place sur le marché avec une couverture et des niveaux de ventes satisfaisants. Le haut-parleur WAE NEO, qui amène la dimension lumineuse à l'audio, a obtenu en 2014 un Prix de l'Innovation et du Design au salon américain CES de Las Vegas, et « défriche » le marché du « *Home Party* ». Le Groupe a enregistré un bon succès sur les gammes DJ Grand Public dont le marché se développe, tandis que le marché plus professionnel a fait l'objet d'un ralentissement, de la descente en prix des leaders du segment, et l'arrêt ou de la vente de grands concurrents. Les efforts en Recherche et Développement ont permis de créer de nouveaux produits très innovants qui ont ouvert de nouvelles possibilités aux DJs connectés.

La platine Hercules Universal DJ et le contrôleur DJControlWave sont maintenant multi-écrans et permettent l'usage des tablettes comme surfaces tactiles additionnelles du PC ou même en remplacement complet de l'ordinateur pour un mix encore plus mobile.

Le développement d'applications dédiées permet maintenant aux DJs de faire voter leurs invités sur leur playlist, ce qui ouvre une nouvelle dimension de convivialité. Trois produits DJ ont obtenu en janvier 2014 et 2015 des Prix de l'Innovation et du Design au CES de Las Vegas, facteur important de notoriété pour un déploiement mondial.

6. ANALYSE DE L'ÉVOLUTION DES AFFAIRES

L'exercice 2014 a été marqué par une baisse de 8% du chiffre d'affaires du Groupe Guillemot Corporation et une évolution très contrastée de l'activité des deux marques Hercules et Thrustmaster.

Thrustmaster, avec un chiffre d'affaires de 28 millions d'euros en croissance de 26%, a battu son record de ventes depuis dix ans, et s'est positionné comme le leader incontournable des volants avec une part de marché aux Etats-Unis de plus de 50% sur l'année (Source : NPD). Thrustmaster a enregistré de nombreux succès en 2014 grâce à ces gammes développées spécialement pour les nouvelles consoles qui lui ont permis de conquérir le leadership dans les volants.

Hercules, avec un chiffre d'affaires annuel de -33% hors OEM, a subi le ralentissement du marché PC Grand Public et l'arrêt de ses gammes Wifi et CPL, tout en concentrant ses efforts de Recherche et Développement sur ses gammes audio DJ et haut-parleurs.

Sur l'exercice, malgré la baisse du chiffre d'affaires, le Groupe a augmenté son taux de marge brute comptable de 4 points tout en stabilisant son niveau de frais et en maintenant ses efforts de Recherche et Développement.

Le résultat opérationnel ressort à -2,5 millions d'euros pour l'exercice 2014 contre un résultat de -2,4 millions d'euros au 31 décembre 2013. Le résultat net consolidé s'établit à -0,9 million d'euros contre -0,8 million d'euros à période comparable. Ce résultat comprend un produit financier de 2,2 millions d'euros lié à un gain de réévaluation de 1,8 million du portefeuille de titres Ubisoft Entertainment et Gameloft détenus par le Groupe et à un gain de cession de 0,4 million d'euros de 170 000 titres Ubisoft Entertainment.

Les capitaux propres s'établissent à 18,3 millions d'euros au 31 décembre 2014. Le Groupe a baissé son stock, en optimisant les flux et en augmentant le volume des ventes au départ de la plateforme de Hong-Kong. L'endettement net s'établit en baisse à 7,2 millions d'euros au 31 décembre 2014 (hors portefeuille de valeurs mobilières de placement de 7,0 millions d'euros) contre 9,0 millions d'euros au 31 décembre 2013. Dans le contexte économique actuel, la structure financière du Groupe est solide. Le Groupe n'utilise pas la totalité des encours de crédits autorisés et aucune banque n'a réduit ses engagements sur la période.

7. ÉVOLUTION PREVISIBLE ET PERSPECTIVE D'AVENIR

Le Groupe évolue dans un marché en pleine transformation qui présente des opportunités intéressantes vers lesquelles il a orienté sa Recherche et Développement.

Plusieurs facteurs vont alimenter la croissance des ventes d'accessoires de jeux Thrustmaster :

- L'augmentation du parc installé des nouvelles consoles
- L'actualité des jeux de courses de voitures
- L'explosion des jeux de combat aérien et de l'espace
- La généralisation des télévisions et box Internet capables de jouer

Les nouvelles gammes d'accessoires du Groupe ont été conçues pour bénéficier à plein de ces vecteurs de développement du marché.

Hercules, concentré sur l'audio, devient le leader des solutions pour DJs connectés et va commercialiser de nouveaux contrôleurs pour renforcer ses offres destinées au Grand Public et aux DJs avancés.

L'accélération de l'internationalisation des ventes du Groupe, dont 36% ont déjà été réalisées hors Europe en 2014, va contribuer à atténuer les effets de la forte hausse du dollar qui renchérit actuellement le coût des produits commercialisés en zone Euro et pourrait peser sur leurs ventes.

Ces facteurs de développement donnent une base solide au Groupe pour prévoir une croissance à deux chiffres des ventes pour 2015.

8. INFORMATIONS SUR LE CAPITAL SOCIAL DE GUILLEMOT CORPORATION S.A.

Au 31 décembre 2014, date de la clôture du dernier exercice, le montant du capital souscrit s'élevait à 11 553 646,72 euros représentant un total de 15 004 736 actions ordinaires, entièrement libérées, de 0,77 euro de nominal chacune.

Au 31 décembre 2014, le groupe familial Guillemot détenait directement et indirectement 73,61% du capital et 85,66% des droits de vote exerçables en assemblée générale.

Au 31/12/2014						
Actionnariat	Nombre d'actions	% du capital	Nombre de droits de vote théoriques	% des droits de vote théoriques	Nombre de droits de vote exerçables en assemblée générale	% des droits de vote exerçables en assemblée générale (1)
GUILLEMOT BROTHERS S.E. (2)	10 034 030	66,87%	20 003 060	77,01%	20 003 060	77,87%
Michel GUILLEMOT	448 704	2,99%	895 902	3,45%	895 902	3,49%
Claude GUILLEMOT	414 367	2,76%	827 227	3,18%	827 227	3,22%
Christian GUILLEMOT	110 273	0,73%	219 040	0,84%	219 040	0,85%
Gérard GUILLEMOT	20 654	0,14%	39 802	0,15%	39 802	0,15%
Yves GUILLEMOT	4 367	0,03%	7 228	0,03%	7 228	0,03%
Autre membre famille Guillemot	12 553	0,08%	13 355	0,05%	13 355	0,05%
Concert	11 044 948	73,61%	22 005 614	84,72%	22 005 614	85,66%
Auto-contrôle (3)	285 298	1,90%	285 298	1,10%	0	0,00%
Public	3 674 490	24,49%	3 683 055	14,18%	3 683 055	14,34%
TOTAL	15 004 736	100,00%	25 973 967	100,00%	25 688 669	100,00%

(1) Les membres de la famille Guillemot et la société Guillemot Brothers bénéficient de droits de vote double attachés à certaines de leurs actions.

(2) Contrôlée à 100% par les membres de la famille Guillemot.

(3) Actions propres privées de droit de vote.

9. EFFECTIFS

L'effectif en poste se répartit comme suit :

	Au 31/12/2014				Au 31/12/2013			
	Société-mère	Filiales françaises	Filiales étrangères	Total	Société-mère	Filiales françaises	Filiales étrangères	Total
Effectif	5	75	63	143	5	80	68	153

L'effectif moyen sur l'exercice 2014, à l'échelle du Groupe, représente 145 personnes, contre 164 pour l'exercice 2013.