



**EXPOSE SOMMAIRE**  
**DE LA SITUATION DU GROUPE GUILLEMOT CORPORATION**  
**AU COURS DE L'EXERCICE CLOS LE 31 DECEMBRE 2019**

## **1. SITUATION DE LA SOCIETE ET DU GROUPE AU COURS DE L'EXERCICE 2019**

L'exercice 2019 a été marqué par une baisse de 25% du chiffre d'affaires du Groupe Guillemot Corporation à 60,9 millions d'euros et par la réalisation d'un résultat opérationnel courant en perte de 2,6 millions d'euros, contre un bénéfice de 6,9 millions d'euros en 2018.

Thrustmaster a vu une baisse de son chiffre d'affaires de 27% principalement due à la réduction des stocks de la distribution, particulièrement au quatrième trimestre aux Etats-Unis avec le souhait d'un grand acteur du eCommerce de privilégier les approvisionnements directs des produits de la marque.

Dans le même temps, sur l'ensemble de l'année, les ventes de joysticks Thrustmaster aux consommateurs ont progressé de 19% en valeur aux Etats-Unis (Source : *NPD Group Inc, Extrait Janvier 2020*) et de 7,5% dans les cinq principaux pays européens (France, Allemagne, Royaume-Uni, Italie et Espagne) (Source : *@GFK 2020, Extrait Janvier 2020*). Les ventes de volants Thrustmaster au Public sont, elles, en retrait de 4,4% en valeur aux Etats-Unis (Source : *NPD Group Inc, Extrait Janvier 2020*) et de 4% en Europe (Source : *@GFK 2020, Extrait Janvier 2020*).

Hercules est en croissance de 7% avec un doublement de ses ventes aux Etats-Unis.

Pour l'année 2020, le Groupe axe sa politique sur plusieurs thématiques d'innovation : autour du DJ, de la musique, du nomadisme et du eSport, et prépare des nouveautés dans ses différentes gammes de produits afin de bénéficier à plein de l'arrivée des consoles de Nouvelle Génération et des jeux qui les accompagneront.

Le Groupe était présent au dernier salon américain CES mi-janvier 2020 où il y a rencontré ses principaux clients pour accompagner l'arrivée fin 2020 des nouvelles consoles PlayStation®5 de Sony et Xbox® Series X de Microsoft.

### **1.1. Actualités Thrustmaster**

2019 a été marquée par le retour innovant de Thrustmaster sur le marché des gamepads, par la dynamique créée autour des joysticks grâce au partenariat Ace Combat7 signé en début d'année, et par les moindres livraisons de volants.

En 2019, Thrustmaster a :

- Lancé des produits majeurs : le gamepad *ESWAP PRO CONTROLLER* officiel dans les régions EMEA et Asie/Chine, et l'équipement de courses composé d'une boîte de vitesses TH8A et d'un pédalier T3PA Pro,
- Accélééré la signature de nouveaux partenariats forts sur le segment eSport (Partenariats avec « Jean Alesi eSports Academy », « Blancpain GT Series », Le Mans Esport Series...),
- Accentué sa présence dans l'eSport en devenant le partenaire officiel du tournoi de simulation de combat aérien SATAL (« Squadron Air-to-Air League »),
- Accompagné la sortie en février 2019 du jeu ACE COMBAT™ 7 : SKIES UNKNOWN avec ses nouveaux joysticks sous licence Ace Combat 7, pour Xbox One®, PlayStation®4 et PC.
- Réalisé une très forte progression de ses ventes de joysticks grâce à la dynamique commerciale depuis le lancement en janvier 2019 de sa gamme de joysticks sous licence Ace Combat 7,
- Participé aux plus grands salons internationaux et événements eSports.

Grâce à son écosystème, Thrustmaster est devenu le partenaire privilégié de tous les joueurs qui souhaitent une expérience de jeux plus réaliste et tournée vers la performance.

L'essor du eCommerce constitue une véritable opportunité pour des segments de produits spécialisés pour le Groupe qui est désormais bien positionné sur ce segment avec des accords de partenariats forts.

Le Groupe a pour objectif de progresser en parts de marché avec les pays en croissance et met différentes actions en place :

- Des actions Marketing pour améliorer la valeur perçue
- Des actions Commerciales pour augmenter la distribution
- Des actions promotionnelles pour assurer la compétitivité des gammes.

#### **1.1.1. Les volants et leurs accessoires**

Considéré comme une marque phare dans la catégorie des volants, notamment des volants haut de gamme, Thrustmaster occupe une place à part dans le cœur des « Gamers » passionnés à la recherche de sensations uniques.

Souhaitant s'adresser à l'ensemble de sa communauté fans de F1 (joueurs débutants, avancés comme experts) sous ce crédo, Thrustmaster a lancé une association de deux de ses produits phares sous licence officielle Ferrari sous le nom de *Scuderia Ferrari Race Kit*. Ce kit est composé du casque *T.Racing Scuderia Ferrari Edition*, développé dans le but de fournir fidélité audio et justesse sonore dans tous les jeux de voiture de course, ainsi que du volant détachable Ferrari F1 Wheel Add-on : un véritable concentré de précision pour une expérience en monoplace (F1 et autres monoplaces) au plus proche de la réalité.

En Mars 2019, Thrustmaster a annoncé le lancement de deux roues de volants venues rejoindre l'écosystème *racing* Thrustmaster pour satisfaire une demande de ses communautés :

- La roue *TM Competition Wheel Add-on Sparco® P310 Mod*, conçue comme la réplique officielle de la célèbre roue SPARCO® P310 Compétition, est vecteur d'immersion et de réalisme par l'ergonomie de sa forme unique, de son grip suède et de ses différents matériaux. Un outil de performance adapté aux joueurs à la recherche d'une conduite sportive dans des conditions réelles de course !
- La roue *TM Open Wheel* a été développée à l'image des véritables volants de course GT, LMP ou encore LMS que l'on retrouve sur les circuits dans des courses modernes. Elle dispose d'une taille compacte de vingt-huit cm de diamètre, ce qui permet une ergonomie de conduite polyvalente et favorise l'amélioration des performances. Cette roue, la plus légère jamais conçue dans l'écosystème *racing* Thrustmaster, permet aux joueurs d'obtenir un ressenti du force feedback au plus proche des conditions réelles de la course.

Cet écosystème s'enrichit régulièrement, pour répondre aux différents besoins de sa communauté *racing* et de ses fans aux quatre coins du monde.

Pour satisfaire les plus experts de sa communauté, Thrustmaster a sorti un ensemble composé d'une boîte de vitesses manuelle et séquentielle haut de gamme *TH8A* et d'un pédalier trois pédales 100% métal multiplateformes T3PA-PRO. La boîte de vitesse est dotée de la technologie H.E.A.R.T. (« *HALLEFFECT ACCURATE TECHNOLOGY* », brevet déposé), sa précision est inusable grâce à ses capteurs magnétiques sans contact.

En 2019, Thrustmaster a préparé le lancement d'un pédalier magnétique multiplateforme, avec frein à capteur de force « *Load Cell* » pour un dosage en course ultraprécis. Lancé depuis février 2020, ce pédalier magnétique multiplateforme qui était demandé depuis longtemps par la communauté avec frein à capteur de force « *Load Cell* » pour un dosage en course ultraprécis. Il permettra aux « *racers* » de goûter à des sensations au plus proche du réalisme et pour améliorer ses performances en course avec une précision encore inégalée chez Thrustmaster. Polyvalent et stable, ce nouveau « *add-on* » est un véritable atout dans l'écosystème *racing* déjà très réputé.

### 1.1.2. Les casques audio

Sur le marché des casques Gaming, Thrustmaster continue d'y renforcer sa présence. Sa double expertise audio et « gaming » au profit des joueurs est un atout considérable pour développer des casques de haute qualité audio mais également avec les critères exigés par les joueurs. Sur ce segment important, Thrustmaster a choisi de répondre en premier lieu à ses communautés « *Racing* » et « *Flying* ». Les casques Thrustmaster offrent des performances audios calibrées avec précision ainsi qu'une expérience réaliste.

La puissance de ses partenariats avec U.S. Air Force™ et Ferrari et l'essor des compétitions « *flying* » et « *racing* » ont largement contribué au renforcement de l'écosystème de simulation de vol de Thrustmaster avec son casque haut de gamme T.Flight U.S. Air Force Edition sous licence officielle de l'Armée américaine.

En 2019, il n'y a pas eu de lancements de nouveaux casques Gaming Thrustmaster. Les derniers casques Gaming sortis datent de 2018 avec T.Flight U.S. Air Force Edition (Octobre 2018), T.Racing Scuderia Ferrari Edition (Novembre 2018), la gamme Six Collection Edition (Décembre 2018), T.Assault Six Collection Edition et Y-300CPX Six Collection Edition.

### 1.1.3. Les gamepads

Au cours de l'année 2019, Thrustmaster a travaillé sur le lancement de sa toute nouvelle gamme de manettes professionnelles destinée aux joueurs de eSport avec un lancement réussi en novembre 2019 de son nouveau contrôleur, *ESWAP PRO CONTROLLER*, en Europe et en Asie (hors Japon).

Avec l'essor des compétitions eSport, de la tendance de « Vouloir être Classé » et des jeux multiplateformes, Thrustmaster a souhaité répondre aux besoins de ces joueurs de plus en plus exigeants en termes de manettes et toujours plus avides de compétitions. Pour atteindre cet objectif, Thrustmaster a travaillé en étroite collaboration avec les joueurs pour optimiser sa manette professionnelle et assurer une compatibilité parfaite ainsi qu'un niveau élevé de performances. Son design innovant prend en compte les retours d'expériences des joueurs passés maîtres dans les techniques de jeu sur manette. Le contrôleur *ESWAP PRO CONTROLLER* offre un niveau de précision optimale et un temps de réponse très court.

Cette manette, sous licence officielle Sony PlayStation®4, également compatible PC, bénéficie d'une technologie modulaire unique et offre une capacité de renouvellement de modules inépuisable pour une utilisation toujours plus intensive de la part des joueurs. Une nouvelle ère s'ouvre avec ce produit, sur laquelle Thrustmaster compte s'appuyer pour offrir aux joueurs les solutions de demain. Thrustmaster propose des modules compatibles avec le *ESWAP PRO CONTROLLER*, avec des touches contact ultra-réactives offrant un niveau élevé de précision et un temps de réponse quasi-inexistant, ainsi qu'une meilleure sensation de contrôle, durant les longues sessions de jeu et sur le long terme. Cette nouvelle gamme est le fruit du travail du processus de « *Design Thinking* » mis en place en 2018. De nouveaux modules autour de l'écosystème eSwap seront lancés au cours du premier semestre 2020.

De plus en plus stratégique dans une démarche eSport, ce premier gamepad professionnel, *ESWAP PRO CONTROLLER*, apporte des innovations uniques pour les joueurs avec pour ambition de positionner le Groupe sur ce marché à fort potentiel, segment désormais le plus important des accessoires de jeux. Il permet une performance accrue pour toutes les compétitions nécessitant une précision sans compromis. Ce positionnement sur le marché des gamepads marque la volonté de Thrustmaster de devenir un acteur de référence dans cette catégorie reine de matériel de jeu-vidéos. Thrustmaster poursuit le déploiement de ce contrôleur en Asie avec un lancement prévu en mars au Japon.

Depuis l'annonce le 7 octobre dernier du nouveau contrôleur, *ESWAP PRO CONTROLLER*, ce gamepad au concept totalement inédit a reçu un accueil particulièrement enthousiaste de la part du public, de la presse spécialisée et des réseaux sociaux, et a atteint des records de popularité.

De nombreux événements marketing ont été mis en place pour accompagner le lancement de ce gamepad. Lors du dernier salon G-STAR en Corée du Sud en Novembre 2019, qui compte plus de sept cent mille visiteurs, de nombreux « *influencers* » et joueurs étaient présents sur le stand Thrustmaster pour mettre en avant ce nouvel écosystème. Un site Internet dédié a également été mis en place et a enregistré la plus grande audience et couverture média jamais obtenue sur la plateforme Thrustmaster.

De nombreux ambassadeurs dédiés contribuent à accroître la visibilité du gamepad *ESWAP PRO CONTROLLER*, à développer des événements en magasins et dans des salons.

Une nouvelle version est en cours de préparation pour accompagner l'arrivée de la nouvelle console de Microsoft.

#### 1.1.4. Les accessoires de simulation de vol

Le Groupe reste très actif sur le marché des accessoires de simulation de vol.

Le 26 mars dernier, Thrustmaster a annoncé son partenariat avec « *Squadron Air-to-Air League* » (SATL), le tournoi de combat de simulation de combat aérien du monde. SATL est une compétition PVP (« Player versus Player ») durant laquelle les meilleurs escadrons volent et s'affrontent lors de combats à six contre six dans la « *Diamond League* » ou à quatre contre quatre dans la « *Gold League* ». Le tournoi se déroule sur une période de six mois et s'est terminé au mois d'octobre, par un affrontement final pour la suprématie dans les cieux virtuels.

Le 9 avril 2019, les partenaires de Thrustmaster et les « *Virtual Red Arrows* » ont rencontré la patrouille officielle de la célèbre Royal Air Force, « *the Red Arrows* », sur la base aérienne de la « *Royal Air Force* » à Scampton au Royaume-Uni.

Au cours du salon américain de simulation de vol à Orlando (Floride) en juin 2019, les visiteurs ont eu l'opportunité d'essayer le nouveau joystick *F/A-18C Hornet HOTAS Add-On Grip*, inspiré du véritable manche de l'avion et développé dans le cadre d'un contrat de la licence de marque signé avec *Boeing Intellectual Property Licensing Company*, propriétaire des droits des avions Mac Donnell Douglas. Ce tout nouveau joystick, sorti en juillet, pour une expérience de vol réaliste du porte-avions aux combats aériens, en passant par le combat au sol. Plusieurs années après avoir démontré la performance de son joystick réplique, le Hotas Warthog (A-10C), Thrustmaster offre une alternative polyvalente pour les joueurs aguerris souhaitant étendre leur expérience de vol réaliste à travers ce nouveau manche réplique polyvalent. A l'image de son avion, le *F/A-18C Hornet™ HOTAS Add-On Grip* est un manche multi-tâches, parfait dans le rôle du destructeur de MiG dans un premier temps, jusqu'au moment de devoir s'en aller abattre un peloton de chars ennemis.

La sortie au premier semestre 2019 du joystick T.Flight Hotas ACE COMBAT™7 : SKIES UNKNOWN a été un véritable succès au Japon avec une audience média potentielle de plus de deux cents millions de vues (diverses parutions online et offline), couplée à un lancement médiatique marketing réussi à l'international. Ce joystick appartient à l'écosystème de simulation de vol Thrustmaster. Accessoire indispensable et complet pour exécuter des sessions de jeux PS4 / PC, ce joystick performant dispose d'atouts intéressants.

Thrustmaster a dévoilé fin décembre la base magnétique, *TM HOTAS Magnetic Base*, ainsi que le manche *F-16C Viper™ HOTAS Add-On Grip*, tous deux issus du renommé *HOTAS Warthog flight stick*, qui vient compléter le manche *F/A-18C Hornet™ HOTAS Add-On Grip* sorti en juillet dernier. L'acquisition de la base seule permet une adaptabilité totale grâce au placement de n'importe quel manche de la marque (vendu séparément) afin de fournir une expérience de vol optimisée et personnalisée selon le jeu utilisé.

Le Groupe souhaite maximiser la présence de ses gammes pour la sortie très attendue du jeu de Microsoft Flight Simulator 2020 qui est annoncé comme un événement important de l'année 2020.

#### 1.1.5. Le « eSport »

Thrustmaster a accéléré en 2019 son positionnement sur le segment du eSport et principalement en « *racing* » et « *flying* ».

Sur la période, Thrustmaster a signé de nombreux partenariats forts :

- Le 28 mars dernier, la marque a annoncé son partenariat avec « *Jean Alesi eSports Academy* » autour d'un programme ambitieux et passionnant : la mise en action d'une structure destinée à accompagner des « *sim racers* » déjà particulièrement performants vers des niveaux encore plus élevés. C'est un véritable package d'entraînement qui est fourni aux « *sim racers* » retenus pour ce programme. Les enseignements dispensés couvrent l'ensemble du spectre nécessaire aux pilotes : stratégie de course, raffinement des réglages voiture mais également des modules de préparation mentale, d'entraînement physique, de diététique, de communication... Le partenariat avec l'académie Jean Alesi est une nouvelle approche pour la formation des e-pilotes qui permet à Thrustmaster d'être en phase avec les jeunes « *pousses* » pour continuellement innover.
- Mi-Juin 2019, Thrustmaster a confirmé son association avec « *Le Mans Esports Series* » (LMES), la compétition officielle de eSport des 24 Heures du Mans, le Championnat du monde d'endurance (WEC) et Motorsport Network, et a apporté son expertise pour rendre la compétition des LMES encore plus immersive et réaliste, avec en point d'orgue la Super Finale lors des célèbres 24 Heures du Mans. Thrustmaster a été choisi pour équiper la finale « *Le Mans Esports Series* » des 24 Heures du Mans.

Thrustmaster est fortement impliqué dans la nouvelle compétition eSport sur PC « *SRO E- Sport GT Series* » utilisant le jeu *Assetto Corsa Competizione* », en étant le fournisseur officiel de volants pour deux manches sur 4, sur le circuit à Monza en Italie (13-14 Avril 2019) et sur le circuit Paul Ricard (31 mai – 1<sup>er</sup> juin 2019).

Début Septembre 2019, Thrustmaster a annoncé un nouveau partenariat eSport avec l'équipe « *Gold Team Racing* ». Désormais sponsor et équipementier de l'équipe, Thrustmaster est fier de s'associer à cette grande famille de pilotes virtuels pour qui les valeurs persévérance, travail, maîtrise et « *fairplay* » sont primordiales. Depuis ses débuts en 2016, l'équipe a su augmenter son niveau de performance de manière constante et sans faillir.

Comme en 2018, la marque Thrustmaster est fournisseur officiel du volant T-GT lors de compétitions GT Sport dans le monde et était présent aux dernières compétitions à Tokyo « *FIA Certified GT Sport World Tour Tokyo* », la finale « *FIA Certified GT Sport Finals* » à Monaco et les « *National Athletics* » au Japon. Le volant T-GT est reconnu comme l'un des meilleurs volants pour les « *Sim racers* » à la recherche de performances uniques.

Lors de la finale « 2019 eSports WRC World » fin Septembre à Barcelone, Thrustmaster a vu trois champions monter sur le podium. Le pilote sponsorisé par Thrustmaster, Kamil Franczak, a aussi gagné les finales des nouvelles compétitions eSport sur PC, « SRO E-Sport GT Series » à Barcelone.

La marque Thrustmaster est également l'équipementier officiel de Ferrari pour son équipe eSport participant aux F1 eSports Series 2019.

Thrustmaster sera le partenaire officiel et le fournisseur de volants de course lors de la première compétition de rallye eSports en 2020 : la compétition « DiRT 2.0 Rally World Series » s'est tenue le 12 janvier 2020 à Birmingham (Royaume-Uni).

Thrustmaster est devenu le partenaire officiel du tournoi de simulation de combat aérien SATAL (« Squadron Air-to-Air League »). Thrustmaster considère SATAL comme un acteur majeur pour l'avenir de l'eSport dans la catégorie simulation de vol. Fondé par les fans, l'événement s'est rapidement imposé comme le plus important tournoi de simulation de combat aérien du monde.

## 1.2. Actualités Hercules

En 2019, Hercules a :

- Lancé avec succès sa nouvelle gamme de contrôleurs DJ, *DJControl Inpulse*
- Elargi ses gammes de contrôleurs, de casques DJ et de haut-parleurs DJ,
- Participé à de nombreux salons internationaux (Namm Show, China Music Expo, CES Las Vegas, the DJShow...),
- Mis à jour constamment son logiciel DJUCED intégralement fourni avec les contrôleurs Hercules pour améliorer l'expérience consommateur.
- Déployé et élargi ses réseaux commerciaux notamment en Chine et en Corée, avec la signature de nouveaux partenariats.

Sur la période, Hercules a plus que doublé ses ventes de contrôleurs aux Etats-Unis grâce à sa nouvelle gamme de contrôleurs *DJStarLight* et *DJInpulse 200* et *300*.

Fin décembre 2019, les équipes DJUCED ont annoncé la mise à jour du logiciel DJ intégralement fourni avec les contrôleurs Hercules avec deux nouvelles versions principales : la version DJUCED 4.0.7 avec un son de scratch plus dynamique. La version DJUCED 4.1.0 a, quant à elle, apporté des améliorations considérables à l'expérience utilisateur avec notamment l'intégration de la plateforme de partage et d'écoute de mise en ligne MixCloud. Elle enrichit également l'offre de son Assistant Musical Intelligent avec une interface améliorée de *Hercules DJ Academy*. A l'heure où le « Streaming » bat son plein, DJUCED a aujourd'hui tout d'un « Grand » à la fois par le nombre de licences attribuées (plus de 600 000) que par la multitude de fonctions et de possibilités qu'il présente. De futurs partenariats avec des acteurs du « Streaming » ouvrent d'autres voies d'intérêt pour les DJs.

*Hercules DJ Academy* intégrée à DJUCED propose en plus des vidéos tutorielles, des séquences « tips & tricks » recommandées par les ambassadeurs Hercules afin de jalonner les points de passage des « Newbies » (Nouveaux utilisateurs).

### 1.2.1. Les contrôleurs DJ

Après avoir lancé sa nouvelle gamme de contrôleurs *DJControl Inpulse* avec la platine *Hercules DJControl Inpulse 300* qui a reçu la prestigieuse récompense du « Innovation Award » au dernier CES Las Vegas 2019, Hercules a annoncé en début d'année 2019 le lancement de deux packs dédiés aux DJs débutants qui souhaitent une solution tout-en-un pour apprendre puis maîtriser le DJing :

- *Hercules DJParty Set* est le set DJ idéal pour improviser une soirée à tout moment avec Serato DJ Lite. Il se compose d'un contrôleur DJ ultra-compact *DJControl Starlight*, d'un casque DJ, HDP DJ45, et de cinq bracelets clignotant en rythme avec la musique. Il s'agit du cadeau idéal pour ceux qui souhaitent se déplacer facilement de soirée en soirée grâce à la facilité de transport et d'installation du *DJParty Set*.
- *Hercules DJLearning Kit*, kit « tout-en-un » disponible depuis le 16 octobre 2019, est le cadeau idéal pour commencer le mix, s'améliorer et devenir DJ. Ce kit, facile à installer, est composé du contrôleur Hercules *DJControl Starlight*, des enceintes Hercules *DJMonitor 32*, du casque HDP DJ M40.2 et de Serato DJ Lite.

Au dernier salon américain NAMM Show à Anaheim en janvier 2020, le contrôleur *Hercules DJStarter Kit* a gagné un prix « Namm U Best In Show » dans la catégorie « Gotta Stock It », i.e. « Best seller ». Sur vingt-sept gagnants, ce contrôleur était le seul produit DJ depuis deux ans dans la catégorie DJ, le dernier produit DJ à avoir gagné ce prix remontant à 2017.

Dans le même temps, lors du dernier salon chinois, *China Music Expo*, les 10 et 13 octobre derniers à Shanghai, le stand Hercules a été un véritable succès, ce qui a généré de nombreux articles de presse et « followers » sur le réseau social chinois Hercules.

La gamme de contrôleurs *DJControl Inpulse* connaît un début prometteur sur le marché chinois.

### 1.2.2. Les enceintes et casques DJ

En 2019, Hercules a élargi sa gamme d'enceintes.

En mars, sont sorties les nouvelles enceintes *DJSpeaker 32 Party*, une solution deux-en-un pour des soirées festives.

En septembre, sont sorties les enceintes de monitoring Bluetooth *DJSpeaker 32 Smart*. Compactes et de haute qualité, les enceintes *DJSpeaker 32 Smart* sont idéales pour le mix, la production et l'écoute de musique sans fil. Elles sont dotées d'une puissance totale de trente watts RMS, avec un haut-parleur de basses de trois pouces et un guide d'ondes acoustiques optimisé. Connectées en Bluetooth ou par câble (inclus), les enceintes *DJSpeaker 32 Smart* accompagnent le public lors de soirées pour partager leurs playlists et dans leur expérience du mix.

Disponibles depuis novembre 2019, les enceintes *Hercules Monitor 5* sont idéales pour s'entraîner à mixer, produire ses premiers morceaux de musique, ou pour de la création multimédia. Optimisée pour la production, cette paire d'enceintes de monitoring actives de 2x80W offre un rendu audio puissant avec un Home Studio. Connectées via la technologie Bluetooth, ces

enceintes sont idéales pour débiter le DJing. Petites et nomades, elles se distinguent également par leur qualité audio et leur puissance.

C'est en s'appuyant sur leur équipement de pointe (salle anéchoïque, bancs de tests...) que les ingénieurs Hercules ont su apporter une finition encore plus poussée à cette nouvelle génération d'enceintes de monitoring. Polyvalentes et puissantes, elles accompagnent les utilisateurs à la fois pour leurs projets de créations et au quotidien en tant qu'enceintes multimédias.

Lancé en 2019, le casque *HERCULES HDP DJ45* est parfait pour démarrer le DJing : il peut se connecter à la sortie casque de l'équipement DJ, permet de pré-écouter le morceau suivant, de faire pivoter un écouteur pour entendre l'atmosphère extérieure, de bouger librement grâce au long câble en spirale.

### **1.3. Accord commercial entre les Etats-Unis et la Chine**

L'accord commercial de la phase 1 entre les Etats-Unis et la Chine a permis d'annuler le projet de taxes sur les accessoires pour consoles de jeux qui représentent la plus grande partie des ventes du Groupe en Amérique du Nord, ainsi que la division par deux des taxes sur les haut-parleurs DJ. Les accessoires pour PC du Groupe et les platines DJ restent, eux, concernés par les taxes à l'importation.

### **1.4. Une dynamique d'expansion internationale et une accélération de la croissance en région Asie-Pacifique**

En 2019, le Groupe s'est révélé plus international que jamais : les ventes réalisées hors de France sur l'exercice 2019 atteignent 57 millions d'euros, soit 94% du chiffre d'affaires total consolidé.

Sur un marché de plus en plus international, le Groupe bénéficie d'une présence forte dans les trois zones géographiques suivantes : Europe, Amérique du Nord et Asie-Pacifique.

En 2019, le Groupe a fait le choix de s'appuyer sur une politique de déploiement commercial pour :

- Réduire le niveau des stocks des grossistes au premier semestre 2019 grâce à la dynamique des ventes aux consommateurs aux Etats-Unis et en Europe,
- Assainir ses stocks Grossistes,
- Poursuivre sa forte dynamique d'innovation,
- Accélérer son déploiement en région Asie-Pacifique, zone qui représente désormais plus de 16% des ventes du Groupe,
- Elargir sa distribution à plus de cent vingt pays dans le monde pour la marque Thrustmaster,
- Consolider son développement commercial dans le monde.

La région Asie-Pacifique étant au cœur de sa stratégie, le Groupe a connu une accélération significative sur ce continent, avec des ventes soutenues en Chine et un fort dynamisme des ventes Thrustmaster en Asie. La Corée faisant partie des priorités de développement en Asie, le Groupe a conclu de nouveaux partenariats en Corée. Sur la période, Hercules a élargi sa distribution en Chine et en Corée avec des accords locaux de distribution.

Sur le continent Nord-Américain, le Groupe a enregistré un retrait de 49%, passant de 27,5 millions d'euros à 14,1 millions d'euros, avec une forte réduction des livraisons aux grossistes qui ont destocké tout au long de l'année.

Depuis l'automne 2018 et grâce au partenariat avec le « retailer » américain Walmart, Numéro Un mondial de la grande distribution, Thrustmaster est représenté dans plus de trois mille magasins américains.

En Europe, le chiffre d'affaires du Groupe a baissé de 20% en 2019, passant de 40,4 millions d'euros à 32,4 millions d'euros.

La zone du Moyen-Orient a montré une bonne dynamique commerciale ainsi que la Russie, l'Australie et le Japon.

## **2. RESULTAT DU GROUPE**

Les principaux agrégats des comptes consolidés de Guillemot Corporation pour l'exercice se clôturant au 31 décembre 2019 s'établissent comme suit :

En millions d'euros	31/12/2019	31/12/2018	31/12/2017
Chiffre d'affaires	60,9	81,2	80,4
Résultat opérationnel courant	-2,6	6,9	3,9
Résultat opérationnel	-2,6	6,9	5,9
Résultat financier *	-4,6	3,1	13,8
Résultat net consolidé	-6,4	12,2	17,5
Résultat de base par action	-0,42 €	0,80 €	1,19 €
Capitaux propres	50,3	58,3	45,5
Endettement net (hors VMP) **	10,2	7,9	1,2
Stocks	21,4	24,9	8,4
Immobilisations incorporelles	11,4	11,1	10,6
Actifs financiers courants (Part VMP)	27,3	31,3	28,5

\* 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 2019 s'est élevé à 60,9 millions d'euros en baisse de 25% par rapport à l'exercice précédent. Le résultat opérationnel courant ressort à -2,6 millions d'euros contre un gain de 6,9 millions d'euros au 31 décembre 2018.

Le résultat opérationnel s'établit également à -2,6 millions d'euros contre un gain de 6,9 millions d'euros au 31 décembre 2018.

Le résultat financier de -4,6 millions d'euros intègre une perte de réévaluation de 3,9 millions d'euros sur les actifs financiers courants (VMP) constitués des titres Ubisoft Entertainment.

Le résultat net consolidé de l'exercice s'établit à -6,4 millions d'euros contre un gain de 12,2 millions d'euros en 2018, après prise en compte d'un produit d'impôt de 0,8 million d'euros sur l'exercice. Ce résultat comprend une charge financière de 3,9 millions d'euros liée à une perte de réévaluation du portefeuille de titres Ubisoft Entertainment détenu par le Groupe.

Les actifs financiers courants s'établissent à 27,3 millions d'euros au 31 décembre 2019. Ils sont composés de 443 874 titres Ubisoft Entertainment.

L'endettement net est de 10,2 millions d'euros (avant Valeurs Mobilières de Placement).

Les capitaux propres sont passés de 58,3 millions d'euros à 50,3 millions d'euros.

La structure financière du Groupe est solide, l'endettement net s'établit à 10,2 millions d'euros au 31 décembre 2019 (hors portefeuille de valeurs mobilières de placement de 27,3 millions d'euros) contre 7,9 millions d'euros au 31 décembre 2018.

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

(en millions d'euros)	31.12.2019	31.12.2018	31.12.2017
<b>Hercules</b>	<b>4,7</b>	<b>4,4</b>	<b>4,7</b>
Gammes classiques	4,1	3,7	4,3
OEM *	0,6	0,7	0,4
<b>Thrustmaster</b>	<b>56,2</b>	<b>76,8</b>	<b>75,7</b>
Gammes classiques	56,2	76,8	75,7
OEM	0,0	0,0	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>60,9</b>	<b>81,2</b>	<b>80,4</b>

(\*) Accessoires développés pour compléter des produits de sociétés tierces (Original Equipment Manufacturer).

#### ▪ Répartition du chiffre d'affaires par zone géographique

(en millions d'euros)	31.12.2019	31.12.2018	31.12.2017
Union Européenne	32,4	40,4	44,5
Amérique du Nord	14,1	27,5	24,6
Autres	14,4	13,3	11,3
<b>TOTAL</b>	<b>60,9</b>	<b>81,2</b>	<b>80,4</b>

#### ▪ Répartition du résultat opérationnel par activité

(en millions d'euros)	31.12.2019	31.12.2018	31.12.2017
Hercules	-1,7	-2,6	-3,9
Thrustmaster	-0,9	9,5	9,8
<b>TOTAL</b>	<b>-2,6</b>	<b>6,9</b>	<b>5,9</b>

### 3. INFORMATIONS SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS DU GROUPE

#### 3.1. Compte de résultat

Au cours de l'exercice, le Groupe a réalisé un chiffre d'affaires hors taxe consolidé de 60 875 milliers d'euros.

Les principales charges d'exploitation sont les achats pour 28 782 milliers d'euros.

Les charges externes totalisent 13 150 milliers d'euros et sont principalement constituées de charges de transport, de publicité et de marketing.

Les charges de personnel se sont élevées à 9 777 milliers d'euros et les dotations aux amortissements et provisions à 4 564 milliers d'euros.

Les impôts et taxes totalisent 346 milliers d'euros et les autres produits et charges – 3 648 milliers d'euros.

Le résultat opérationnel courant atteint la somme de – 2 590 milliers d'euros.

Le résultat opérationnel est de – 2 590 milliers d'euros également.

Le coût de l'endettement financier net est de 375 milliers d'euros et les autres produits et charges financières totalisent - 4 262 milliers d'euros, comprenant des pertes de réévaluation de 3 950 milliers d'euros sur les actions Ubisoft Entertainment détenues.

Après prise en compte de ces éléments, et du produit d'impôt de 813 milliers d'euros, le résultat net du Groupe est de - 6 414 milliers d'euros.

Le résultat de base par action est de - 0,42 euros.

### **3.2. Bilan**

Les actifs non courants se composent d'immobilisations incorporelles nettes pour un montant de 11 401 milliers d'euros, d'immobilisations corporelles nettes pour 4 598 milliers d'euros, d'actifs financiers pour 268 milliers d'euros, d'actifs d'impôts pour 880 milliers d'euros et d'impôts différés actifs pour 1 149 milliers d'euros.

Les actifs courants comprennent les éléments suivants :

- Les stocks ont une valeur nette de 21 390 milliers d'euros en tenant compte de dépréciations sur stock de 1 604 milliers d'euros.
- Le poste clients et comptes rattachés s'élève à une valeur nette de 19 579 milliers d'euros en tenant compte de dépréciations pour clients douteux de 195 milliers d'euros.
- Le poste autres créances a une valeur nette de 1 644 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 27 334 milliers d'euros et le poste trésorerie et équivalents de trésorerie à 5 851 milliers d'euros.

Les capitaux propres s'élèvent à 50 342 milliers d'euros.

Les passifs non courants totalisent 9 215 milliers d'euros dont 8 007 milliers d'euros d'emprunts.

Les passifs courants totalisent 35 492 milliers d'euros dont 8 027 milliers d'euros d'emprunts et avances en devises.

La capacité d'autofinancement du Groupe sur l'exercice 2019 après coût de l'endettement financier s'élève à 1 226 milliers d'euros.

Le Groupe a vu son besoin en fonds de roulement baisser de 3 942 milliers d'euros au cours de l'exercice 2019, principalement lié à la baisse du stock.

Les flux de trésorerie liés aux investissements concernent les frais de Recherche et Développement immobilisés et les outillages permettant la fabrication de nouveaux produits.

Les flux de trésorerie liés aux opérations de financement intègrent la mise en place de nouveaux emprunts pour 11 000 milliers d'euros sur l'exercice afin de financer les nouveaux projets de Recherche et Développement et les variations de besoin en fonds de roulement.

## **4. INFORMATIONS SUR LES COMPTES SOCIAUX DE GUILLEMOT CORPORATION S.A.**

### **4.1. Compte de résultat**

Au cours de cet exercice, la société Guillemot Corporation S.A. a réalisé un chiffre d'affaires de 60 315 milliers d'euros.

Le total des produits d'exploitation s'élève à 60 086 milliers d'euros.

Les principales charges d'exploitation sont les achats consommés pour 26 979 milliers d'euros et les charges externes pour 23 931 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 394 milliers d'euros et les autres charges 5 189 milliers d'euros.

Les dotations aux amortissements s'élèvent à 1 990 milliers d'euros.

Les dotations aux provisions sur l'actif circulant représentent 1 610 milliers d'euros.

La société a comptabilisé une provision de 350 milliers d'euros liée à des retours produits.

Le total des produits d'exploitation diminué de l'ensemble des charges d'exploitation fait apparaître un résultat d'exploitation de -1 111 milliers d'euros.

En tenant compte du résultat financier de -867 milliers d'euros, du résultat exceptionnel de -292 milliers d'euros, de l'impôt sur les bénéfices de 336 milliers d'euros, le résultat net atteint -1 934 milliers d'euros.

Le résultat financier se décompose de la manière suivante :

Différences de change :	-33 milliers d'euros
Produits et charges d'intérêts financiers :	-336 milliers d'euros
Résultat sur cessions VMP :	-49 milliers d'euros
Reprises et dotations de provisions :	-449 milliers d'euros

Les produits d'intérêts sont principalement constitués de 11 milliers d'euros d'intérêts créditeurs bancaires, de 8 milliers d'euros d'intérêts de comptes courants et de 16 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 352 milliers d'euros et de charges d'intérêts des comptes courants pour 21 milliers d'euros.

Le résultat de cession de titres propres dans le cadre du contrat de liquidité en vigueur s'élève à -49 milliers d'euros.

Les reprises sur dépréciations des titres des filiales totalisent 21 milliers d'euros, les reprises de provisions sur des avances en compte courant, 22 milliers d'euros.

Les dotations aux provisions sur les titres des filiales s'élèvent à 497 milliers d'euros.

La société a comptabilisé un amortissement exceptionnel de 292 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 :	57 551 milliers d'euros
Valeur ajoutée :	5 537 milliers d'euros
Excédent brut d'exploitation :	5 143 milliers d'euros

## **4.2. Bilan**

L'actif net immobilisé s'élève à 19 554 milliers d'euros. Il comprend 10 504 milliers d'euros d'immobilisations incorporelles, 1 499 milliers d'euros d'immobilisations corporelles et 7 551 milliers d'euros d'immobilisations financières.

Les immobilisations incorporelles comprennent 4 677 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 nette de 292 milliers d'euros.

La société dispose d'un stock d'une valeur nette de 16 125 milliers d'euros.

Le poste clients et comptes rattachés s'élève à 18 530 milliers d'euros en tenant compte de provisions pour créances douteuses de 594 milliers d'euros dont 399 milliers d'euros de dépréciations intra-groupe.

Les autres créances d'un montant net total de 1 769 milliers d'euros en valeur nette comprennent principalement des avances en comptes courants envers les filiales pour un montant net de 190 milliers d'euros, des créances de TVA pour 547 milliers d'euros, des créances d'impôts sur les sociétés pour 809 milliers d'euros et des avoirs à recevoir pour 52 milliers d'euros (dont 50 milliers d'euros d'avoir intra-groupe).

Les valeurs mobilières de placement totalisent un montant net de 7 011 milliers d'euros dont 100 781 actions propres pour un montant net 244 milliers d'euros.

Les capitaux propres totalisent 27 224 milliers d'euros.

## **5. STRATEGIE ET OBJECTIFS DE LA SOCIETE ET DU GROUPE**

La stratégie du Groupe est principalement centrée sur une politique d'innovation avec pour objectif d'offrir des solutions toujours plus performantes et uniques. Le Groupe mène une veille constante sur les technologies émergentes pour faire évoluer ses produits, mais également pense à l'expérience Utilisateurs pour répondre à leurs attentes. Sa stratégie s'appuie également sur le développement de partenariats pour anticiper les nouvelles tendances et développer des innovations pour offrir de réels bénéfices pour le Groupe.

Les atouts du Groupe combinés à des partenariats stratégiques durables et stables doivent lui permettre d'accélérer ses parts de marché.

Le Groupe poursuit son évolution pour être encore plus adapté à la croissance des ventes en ligne et à l'élargissement de sa couverture géographique à plus de cent vingt pays.

En 2020, le Groupe accentuera sa politique avec comme principaux challenges de :

- Améliorer sa compétitivité et la rentabilité de ses produits en optimisant les dépenses commerciales et marketing,
- Adapter son mode de distribution avec l'accélération des ventes en ligne,
- Redynamiser l'ensemble de ses gammes en veillant à qu'elles soient parfaitement positionnées.
- Augmenter ses ventes en intensifiant ses activités de promotion, de communication et de ventes,
- Optimiser le déploiement de sa force de vente en vue d'assurer une distribution efficace auprès de ses clients,
- Adapter le Groupe aux évolutions de son métier et de son environnement.

## **6. EVOLUTION PREVISIBLE DE LA SITUATION DE LA SOCIETE ET DU GROUPE**

Dans le contexte de l'épidémie du coronavirus (COVID-19), le Groupe a procédé à une revue des conséquences de la situation sanitaire actuelle sur ses activités. Compte tenu de la propagation rapide de ce virus, le Groupe ré-évalue régulièrement l'évolution de cette situation.

Le Groupe estime que le contexte sanitaire actuel pourrait avoir les effets suivants sur ses activités :

Sur le plan de son organisation interne, le Groupe a mis en œuvre un plan de continuité d'activité au sein de ses différents sites pour assurer la sécurité de ses collaborateurs, contribuer à freiner la propagation du virus, et minimiser l'impact de la situation sur son activité et celle de ses clients. Sur le plan du fonctionnement, le télétravail a été généralisé à plus de 90% de l'effectif. L'activité commerciale est logiquement ralentie mais le Groupe constate néanmoins une amélioration des ventes en ligne du fait que les accessoires du Groupe sont utilisés en intérieur. Ses filiales demeurent opérationnelles.

La crise liée au Covid-19 s'est déclenchée de manière échelonnée dans les pays où le Groupe est implanté. Sa présence en Chine et en Italie a renforcé par anticipation sa vigilance dans les autres zones. En outre, la détérioration de l'environnement économique international ainsi que le pouvoir d'achat des consommateurs pourront affecter les ventes de ses produits. En parallèle, ses sous-traitants chinois ayant retardé l'ouverture de leurs usines de production en Chine après le Nouvel An chinois, le Groupe anticipe des décalages de sorties de produits annoncés pour le premier semestre et des ruptures de stocks pour certaines références sur la période.

Sur le plan financier, le Groupe rappelle qu'il bénéficie d'une structure financière solide qui lui permet d'aborder avec confiance et prudence ce contexte troublé. En concertation avec ses partenaires bancaires, le Groupe met en place actuellement des reports d'échéances de prêts à six mois lui permettant d'optimiser sa trésorerie pendant cette période.

Les craintes du Groupe portent actuellement sur le renforcement des restrictions qui pourraient nuire à sa capacité de livraison. Suite à la fermeture de la plupart des magasins, les livraisons du Groupe se portent actuellement sur les acteurs du eCommerce. Néanmoins, grâce à ses livraisons directes avec Amazon en Europe et aux Etats-Unis, le Groupe a la capacité d'assurer actuellement la disponibilité d'une part significative de sa gamme auprès des consommateurs.



Dans ce contexte, le Groupe met en place tous les moyens nécessaires pour réaliser de bonnes ventes de fin d'année, lorsque les restrictions pesant sur les différentes populations seront levées.

Le Groupe n'est pas en mesure de donner des prévisions chiffrées à ce stade.

## 7. INFORMATIONS SUR LE CAPITAL SOCIAL DE GUILLEMOT CORPORATION S.A.

Au 31 décembre 2019, date de la clôture du dernier exercice, le montant du capital s'élevait à 11 771 359,60 euros représentant un total de 15 287 480 actions ordinaires de 0,77 euro de nominal chacune.

Aucune modification du capital social n'est intervenue au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2019, ni depuis la clôture de cet exercice.

Au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2019, des mouvements sont intervenus dans la répartition du capital de la société, Messieurs Claude Guillemot, Michel Guillemot, Yves Guillemot, Gérard Guillemot et Christian Guillemot, actionnaires fondateurs et dirigeants de la société, ayant transmis le 3 mai 2019 des actions à leur épouse et enfants respectifs.

Au 31 décembre 2019, le groupe familial Guillemot détenait directement et indirectement 72,77% du capital et 83,98% des droits de vote exerçables en assemblée générale.

Au 31/12/2019						
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 LTD (2)	2 236 122	14,63%	4 472 244	17,50%	4 472 244	17,57%
Michel GUILLEMOT	1 054 059	6,89%	2 093 118	8,19%	2 093 118	8,22%
Claude GUILLEMOT	1 224 574	8,01%	2 434 148	9,52%	2 434 148	9,56%
Christian GUILLEMOT	1 273 715	8,33%	1 755 555	6,87%	1 755 555	6,90%
Gérard GUILLEMOT	983 736	6,43%	1 952 472	7,64%	1 952 472	7,67%
Yves GUILLEMOT	814 573	5,33%	1 614 146	6,32%	1 614 146	6,34%
Yvette GUILLEMOT	12 553	0,08%	13 355	0,05%	13 355	0,05%
Autres membres de la famille Guillemot (4)	3 524 738	23,06%	7 042 391	27,56%	7 042 391	27,66%
<b>Concert</b>	<b>11 124 070</b>	<b>72,77%</b>	<b>21 377 429</b>	<b>83,65%</b>	<b>21 377 429</b>	<b>83,98%</b>
Auto-contrôle (3)	100 781	0,66%	100 781	0,39%	0	0,00%
Public	4 062 629	26,57%	4 079 093	15,96%	4 079 093	16,02%
<b>TOTAL</b>	<b>15 287 480</b>	<b>100,00%</b>	<b>25 557 303</b>	<b>100,00%</b>	<b>25 456 522</b>	<b>100,00%</b>

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

(2) Contrôlée à 100% par les membres de la famille Guillemot. Société Européenne transformée en Limited Liability Company.

(3) Actions propres privées de droit de vote.

(4) Conjoints et descendants de Messieurs Claude Guillemot, Michel Guillemot, Yves Guillemot, Gérard Guillemot et Christian Guillemot, étant précisé qu'aucun ne détient individuellement au moins 5% du capital ou des droits de vote de la société.

## 8. EFFECTIFS

L'effectif en poste se répartit comme suit :

	Au 31/12/2019						Au 31/12/2018					
	Société-mère	Guillemot Administration et Logistique	Hercules Thrustmaster	Guillemot Innovation Labs	Filiales étrangères	Total	Société-mère	Guillemot Administration et Logistique	Hercules Thrustmaster	Guillemot Innovation Labs	Filiales étrangères	Total
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>45</b>	<b>54</b>	<b>3</b>	<b>84</b>	<b>191</b>	<b>5</b>	<b>41</b>	<b>51</b>	<b>2</b>	<b>84</b>	<b>183</b>
Dont CDI	5	42	52	3	78	180	5	39	49	2	76	171
Dont CDD	0	3	2	0	6	11	0	2	2	0	8	12
Dont femmes	0	27	26	0	26	79	0	24	24	0	24	72
Dont hommes	5	18	28	3	58	112	5	17	27	2	60	111
Agés de moins de 30 ans	0	5	15	0	13	33		5	14		16	35
De 30 à 39 ans	0	9	12	1	29	51		6	9		29	44
De 40 à 49 ans	0	12	18	0	30	60		16	18		30	64
De 50 ans et plus	5	19	9	2	12	47	5	14	10	2	9	40

L'effectif moyen sur l'exercice 2019, à l'échelle du Groupe, représente 185 personnes, contre 173 personnes pour l'exercice 2018.