



# Résultats semestriels 2009

17 Novembre 2009

Marché du jeu vidéo atone

Gestion drastique des stocks par les clients

Saisonnalité exacerbée



Résultat bénéficiaire malgré forte baisse des ventes

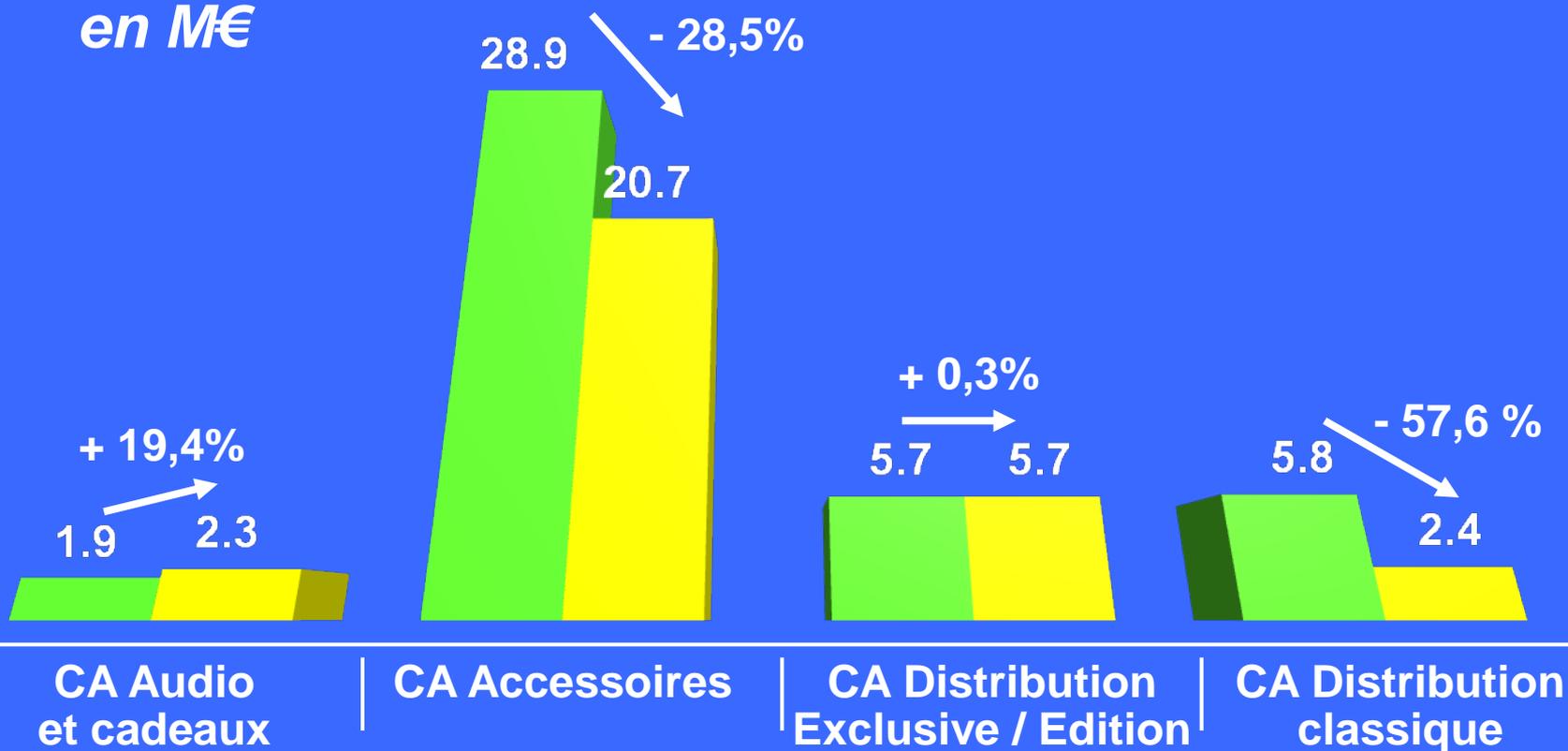
# Les éléments financiers

Chiffres consolidés (en M€)	09/08	09/09
Chiffre d'affaires	42,3	31,1
Résultat opérationnel	+ 7,2	+ 1,6
Résultat financier	- 0,9	0,0
Impôt *	+ 0,2	- 0,1
Résultat Groupe	+ 6,5	+ 1,4

\* activation d'impôt différé: + 0,7 M€ pour 2008-09 et + 0,1 M€ pour 2009-10

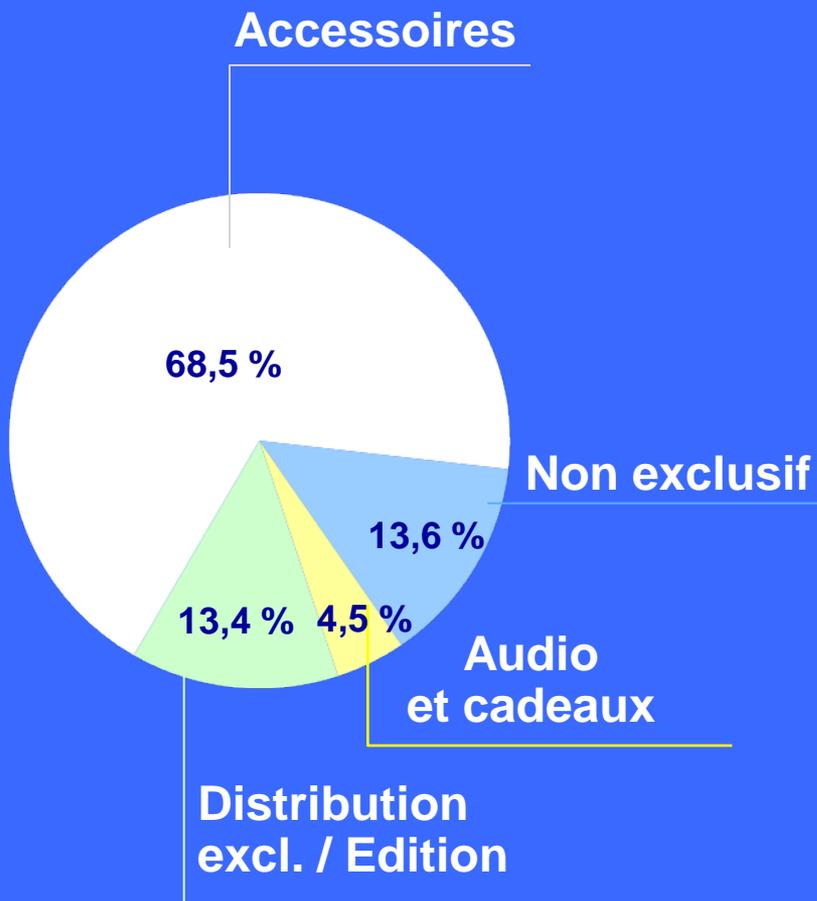
 → S1 08/09 \*  
 → S1 09/10 \*

en M€

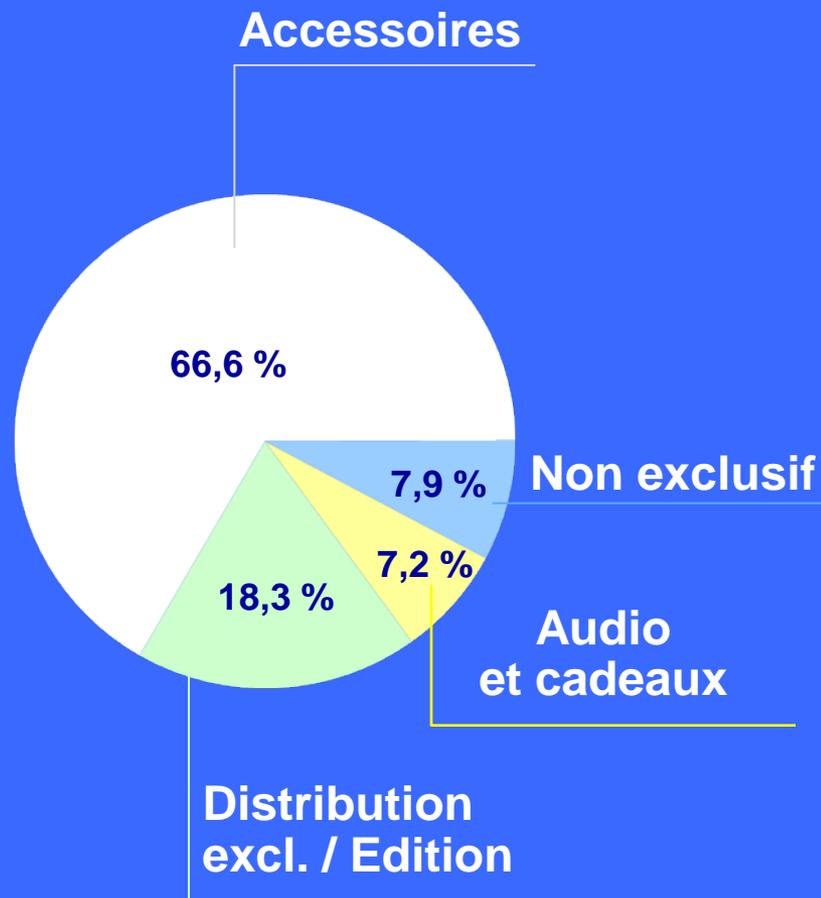


\* Données financières arrondies

*CA 6 mois 2008-09*

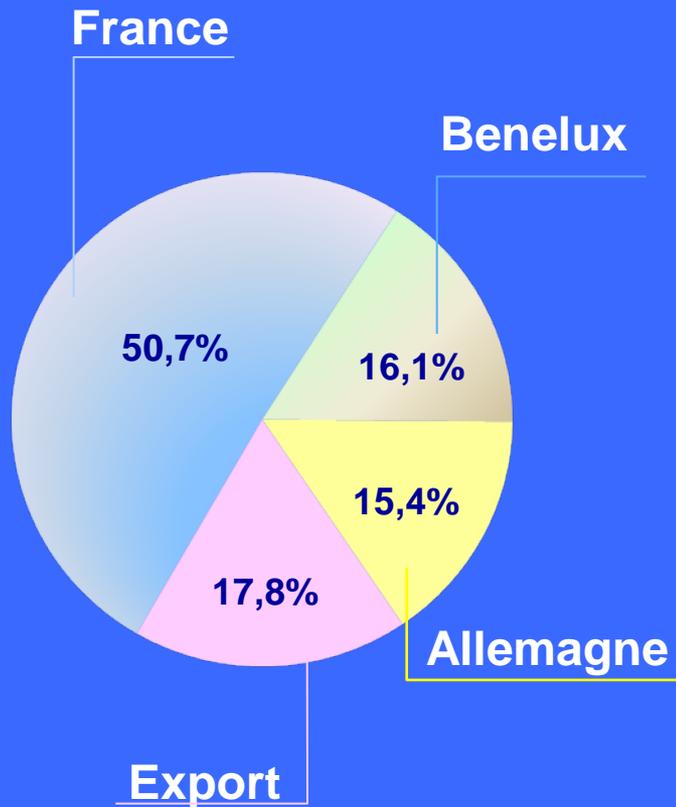


*CA 6 mois 2009-10*

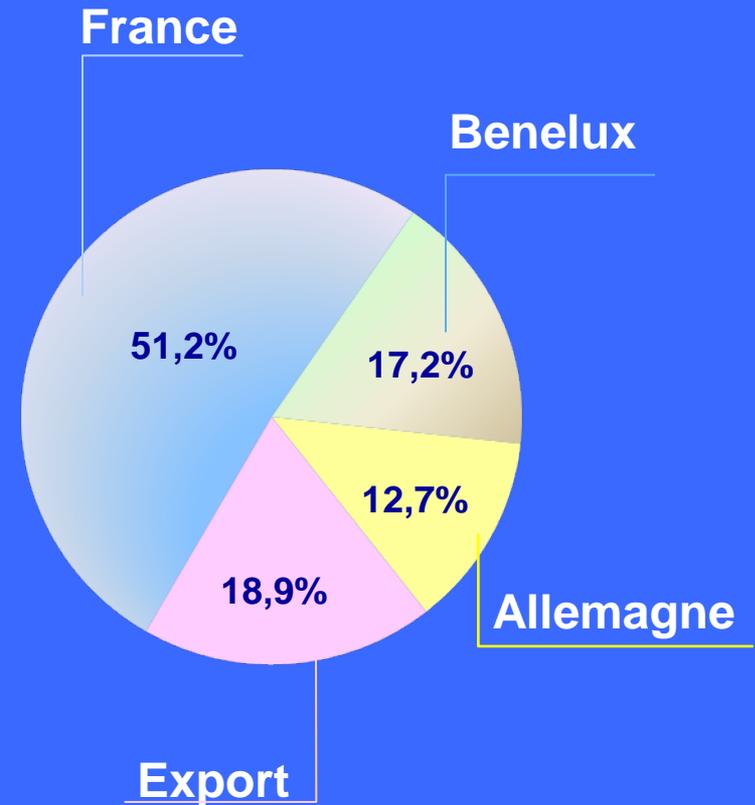


# Répartition du CA par marché de destination 6 mois 2009-10

*CA 6 mois 2008-09*



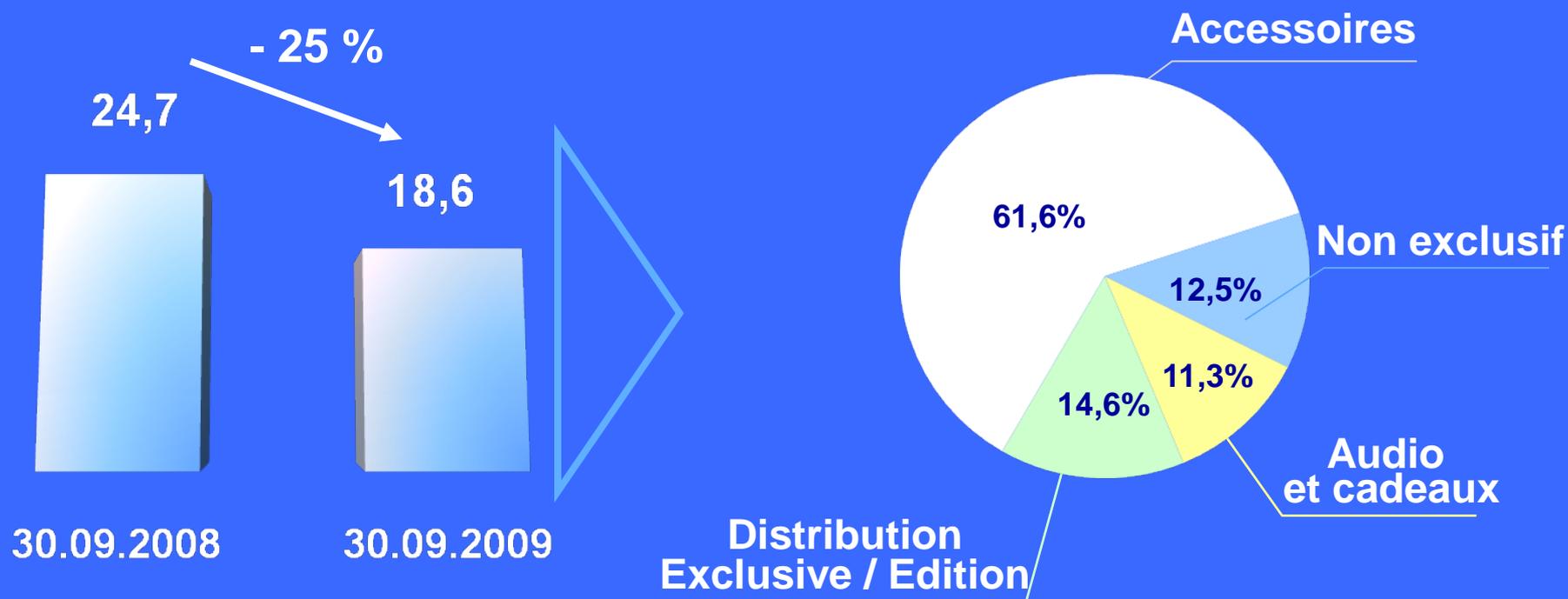
*CA 6 mois 2009-10*



- **Maintien du leadership Européen en Accessoires**
  - Parts de marché en France, Allemagne et Benelux
  - Croissance dans le monde nordique
  
- **Reconfiguration de la distribution exclusive / Edition**
  - Progression de l'Edition (*Pétanque Pro, Hunting Challenge*)
  - Stabilité de la Distribution exclusive
  
- **Progression significative de l'Audio dans un environnement difficile**
  
- **Marasme de la Distribution non exclusive (Grossiste)**



## ■ Evolution du chiffre d'affaires semestriel en M€\*

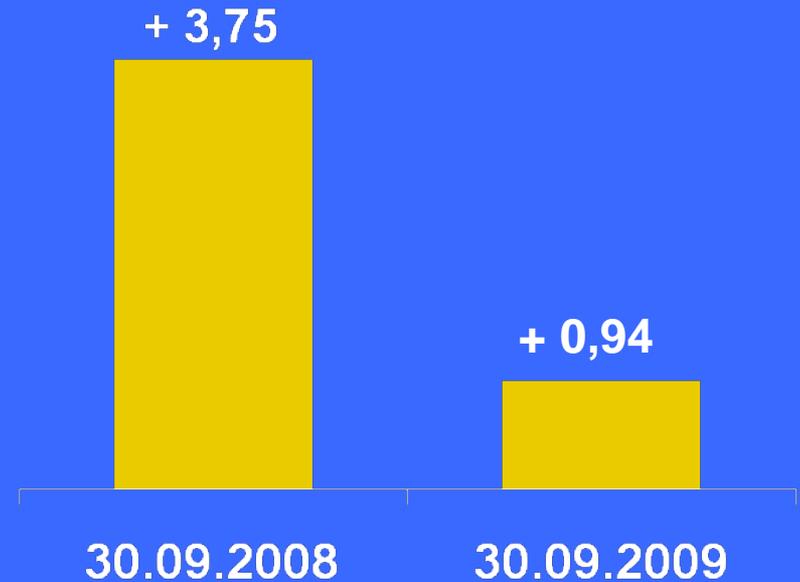


\* Données financières arrondies



■ **Résultat opérationnel**  
en M€

■ **Résultat net**  
en M€

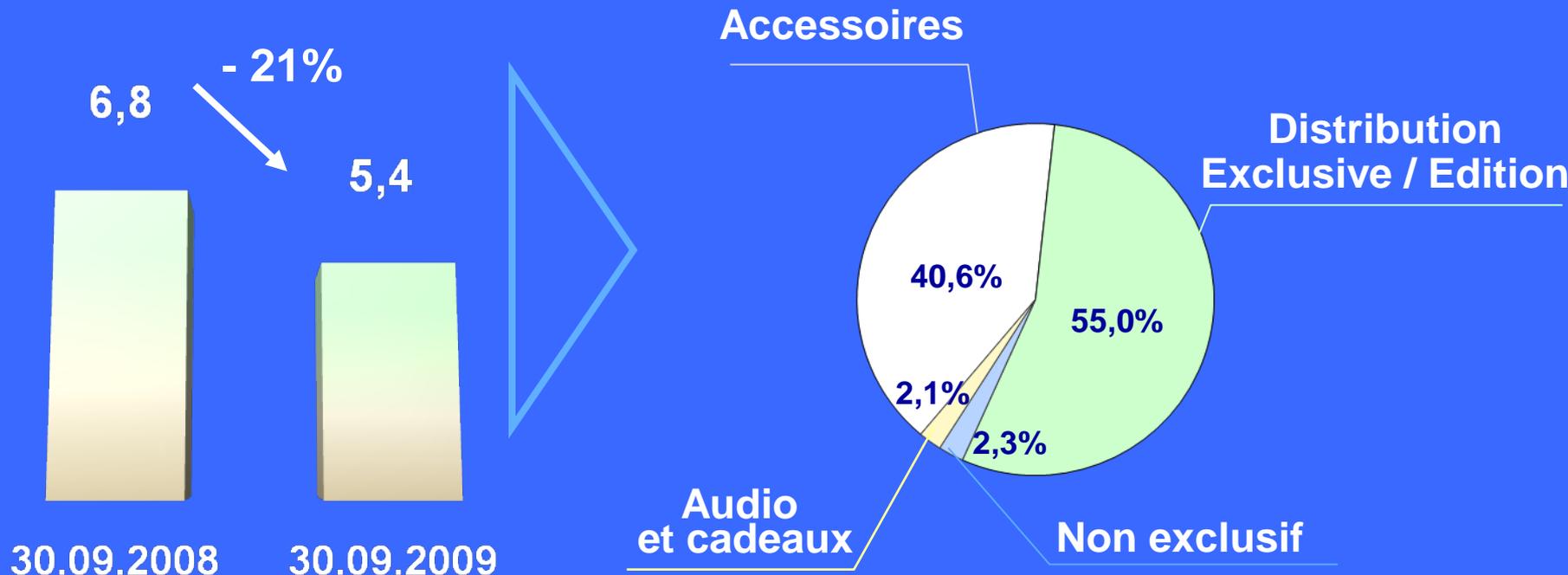




- **Reprise des accessoires en fin de période :**
  - Baisse sur 5 mois, redressement en septembre 2009
- **Progression de l'Édition :**
  - Premiers succès des packs « jeux + accessoires »
- **Croissance de l'Audio**
  - Référencement dans la plupart des enseignes
- **Fermeture de 7 magasins de détail**
  - Impact de 400 k€
- ▶ **Rentabilité opérationnelle: + 4,1 %**



## ■ Evolution du chiffre d'affaires semestriel en M€\*

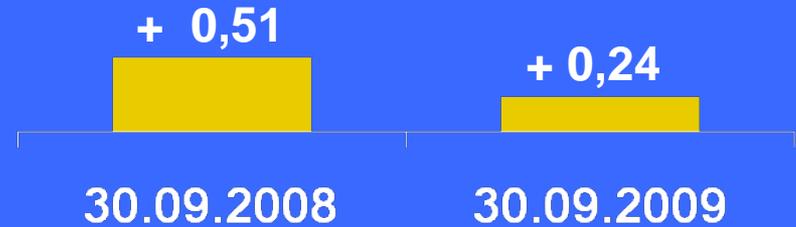
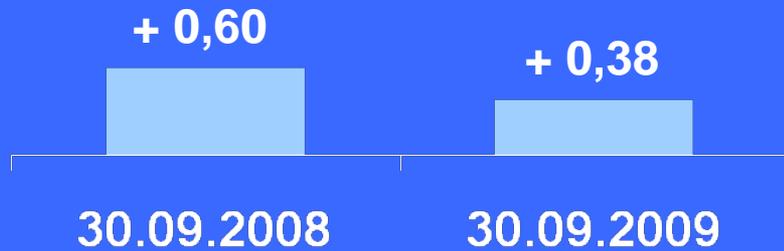


\* Données financières arrondies



■ Résultat opérationnel  
en M€

■ Résultat net en M€

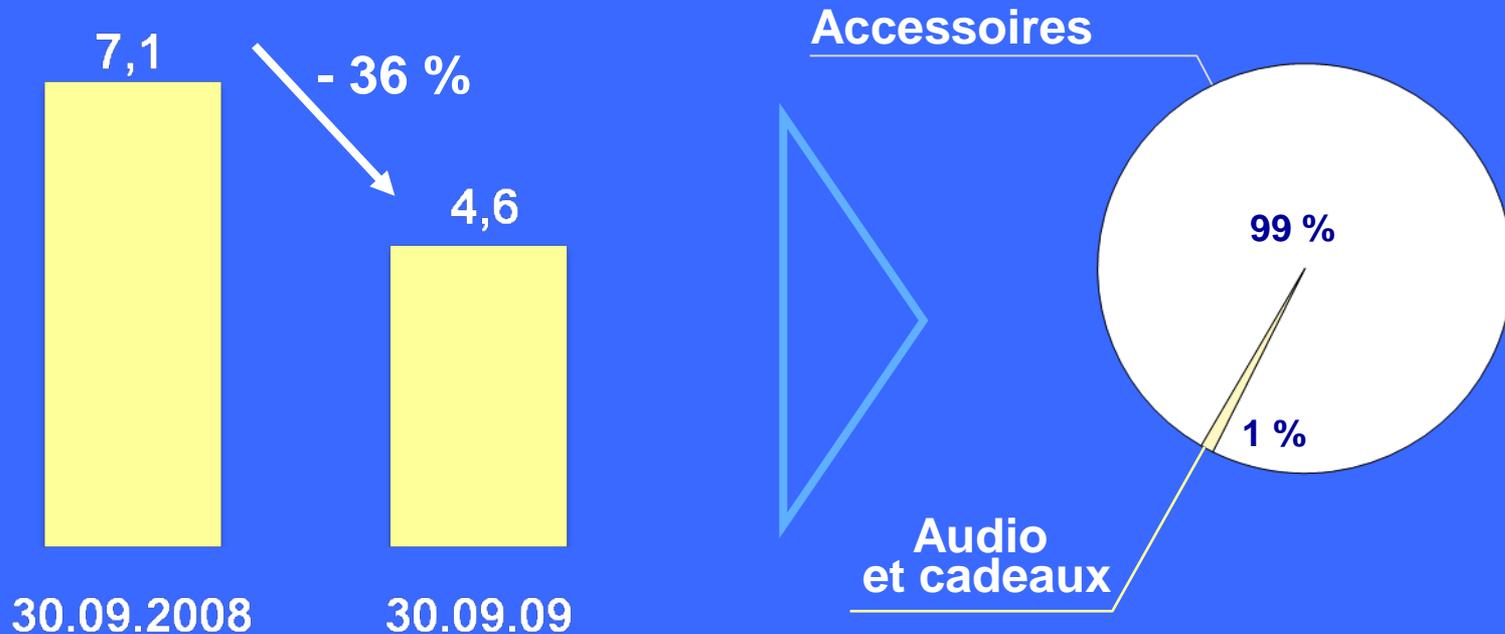




- **Accessoires :**
    - Part de marché parvenue à la moyenne du Groupe
  - **Redressement du Software**
    - Progression de la Distribution (*Batman*)
  - **Transfert de la logistique Accessoires (Libercourt)**
  - **Changement de nom reflétant la nouvelle orientation métiers**
- ▶ Rentabilité opérationnelle : + 7,1%**



## ■ Evolution du chiffre d'affaires semestriel en M€\*

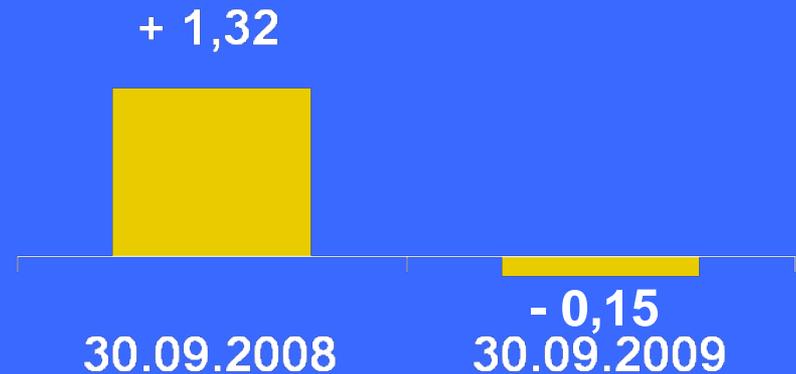
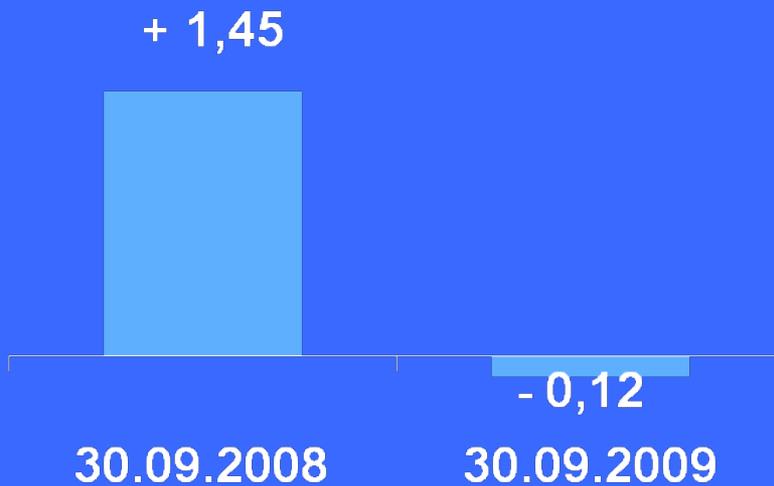


\* Données financières arrondies



■ Résultat opérationnel  
en M€

■ Résultat net  
en M€





- **Leadership et notoriété sur les marchés allemands et autrichiens**
  - **Impact de la baisse des Accessoires dans un territoire mono-métier**
  - **Gestion drastique des stocks par les distributeurs induisant un fort décalage de leurs commandes**
- ▶ Rentabilité opérationnelle: - 2,5 %**

## Actif

## Passif

en M€	30/09/08	30/09/09	30/09/08	30/09/09	
Actif non courant	17,4	14,5	19,1	33,1	Capitaux propres et assimilés
Stock et en-cours	15,2	22,6	12,8	7,8	Passif non courant financier
Créances clients	24,2	19,4	2,1	0,2	Autre passif non courant
Disponibilités	4,7	1,9	8,2	4,3	Passif courant financier
Autres actifs courant	7,7	7,9	27,0	20,9	Autre passif courant
<b>Total actif</b>	<b>69,2</b>	<b>66,3</b>	<b>69,2</b>	<b>66,3</b>	<b>Total passif</b>

en M€	09/08	09/09	Variation	
Stocks	15,2	22,6	7,4	+ 49%
Endettement net	17,5	10,3	-7,2	- 41%
BFR	23,1	29,1	6,0	+ 26%
CA	42,3	31,1	-11,2	- 26%
Frais généraux	9,9	9,4	-0,5	- 5%
Coût endettement *	0,9	0,0	- 0,9	- 100%

*(\*) y compris gain non récurrent sur opération de gestion*

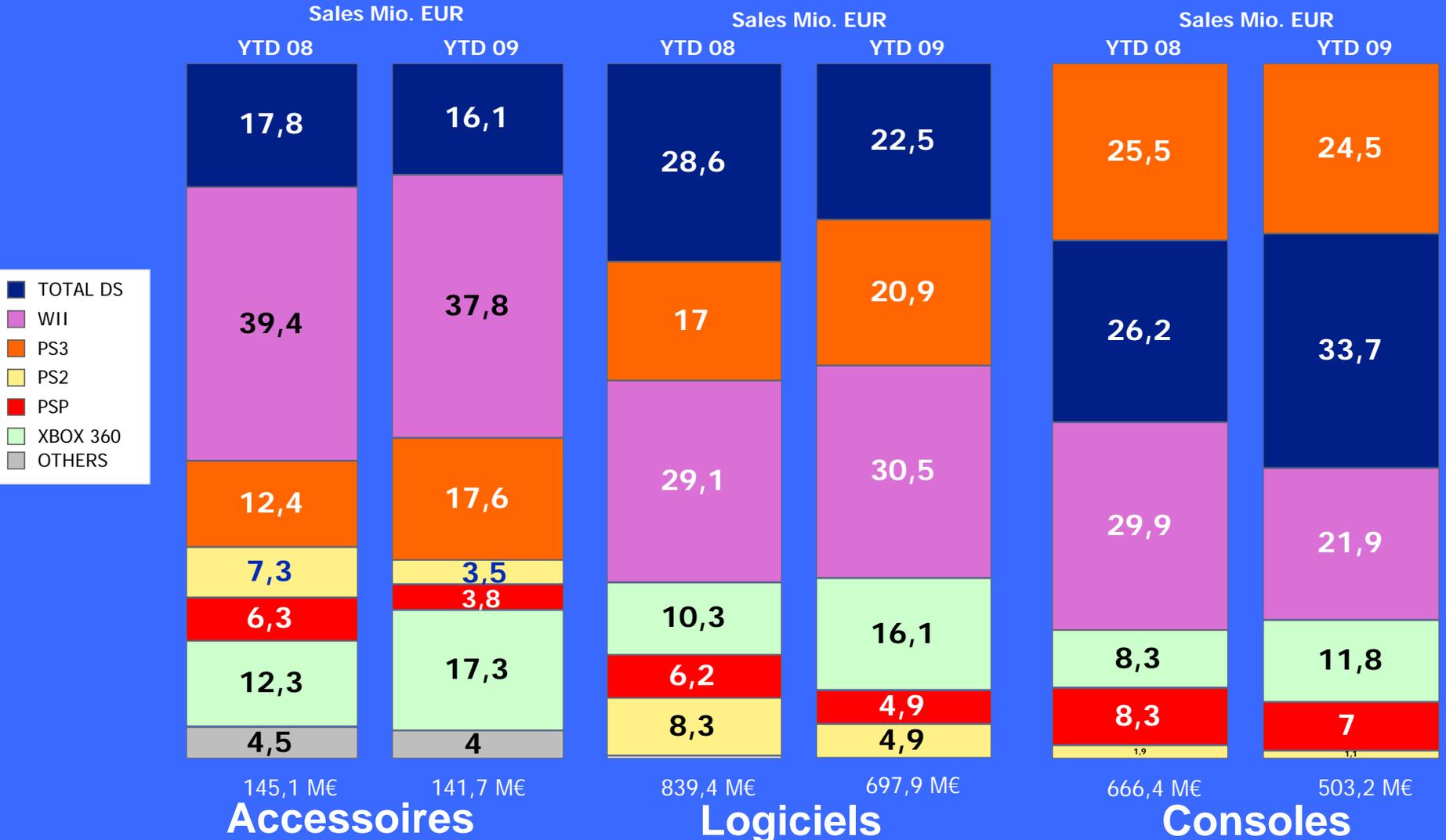
# Le marché\*

## TOTAL PANEL MARKET Janvier - Septembre 2009

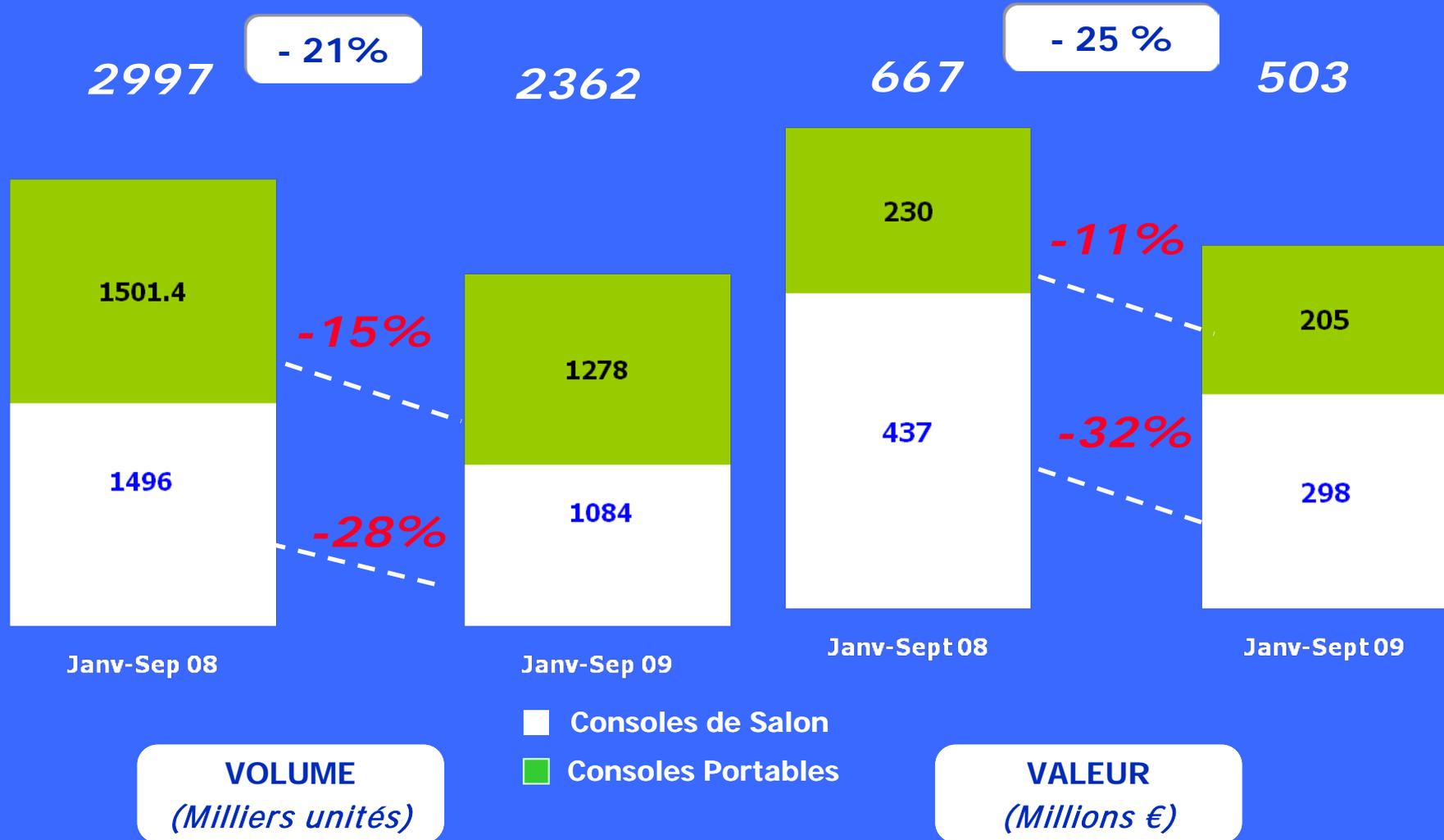
	Volume ( Milliers d'Unités)		Valeur (Millions d'Euros)	
	YTD 09	Evol %	YTD 09	Evol %
 Total Logiciels	24 053	- 13 %	824	- 16 %
CD-Roms de Loisirs	5 465	- 18%	126	- 11%
Logiciels pour consoles	18 588	- 11%	698	- 17%
Accessoires	7 203	- 5%	142	- 2,3%

# Le cycle produits : le poids des accessoires et des logiciels

## Ventes par format en %



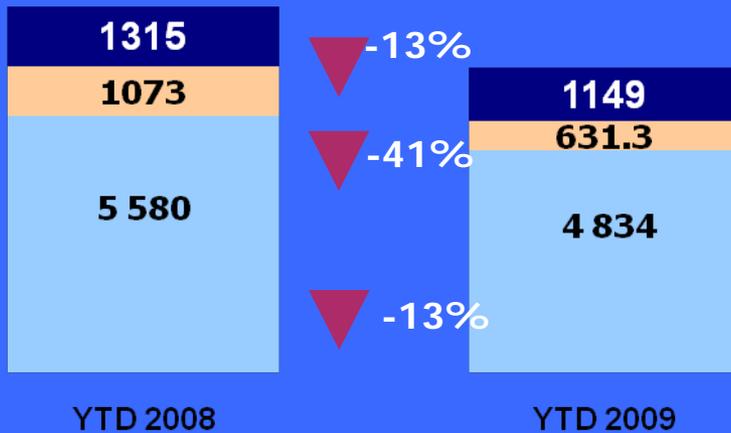
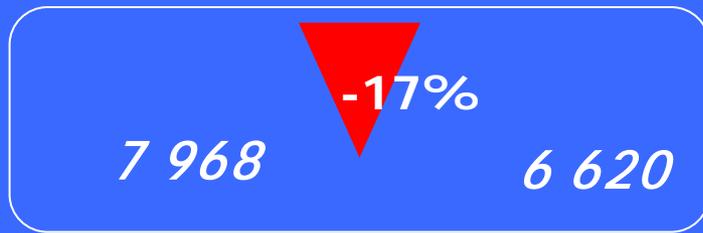
# Consoles de Salon – Consoles Portables



# CD-ROMS DE LOISIRS

## Ventes & Evolutions par catégories

Janvier – Septembre 2009 (vs. Janvier – Septembre 08)



**VOLUME (Ku)**

■ Cd-roms de jeux

■ Cd-roms multimédia

**VALEUR (Millions d'€)**

■ Cd-roms bureautiques  
(hors licences, hors circuits professionnels)

# Les formats de consoles – Ventés par format en Milliers d'unités

	CONSOLES	LOGICIELS CONSOLES	ACCESSOIRES
TOTAL MARCHE	2362 (-21%)	18 588 (-11%)	7 203 (-5%)
DS	1 082 (-9%)	5 428 (-25,1%)	2 480 (-3,9%)
PS2	49 (-45%)	1 695 (-39,4%)	285,3 (-47%)
WII	443,1 (-45%)	4 646 (-1,2%)	2273 (-3,9%)
PSP	195 (-38%)	1 474 (-27%)	345 (-40%)
XBOX 360	257 (+24%)	2 396 (+53%)	720 (+48%)
PS3	335 (-17%)	2 893 (+23,2%)	624 (+27%)
AUTRES PLATEFORMES	0,7 (-79%)	54,9 (-80%)	473.3 (-12,9%)

# Les formats de consoles – Ventés par format

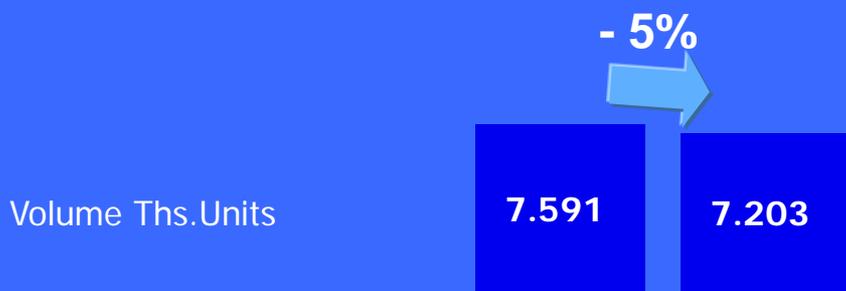
## Valeur (millions d'Euros)

	CONSOLES	LOGICIELS CONSOLES	ACCESSOIRES
TOTAL MARCHE	503 (-25%)	698 (-17%)	142 (-2,3%)
DS	169,6 (-2,7%)	157,2 (-34,4%)	22,8 (-11,7%)
PS2	0.6 (-56,3%)	34.2 (-51,2%)	4,9 (-53,2%)
WII	110 (-44,8%)	213,1 (-12,8%)	53,5 (-6,3%)
PSP	35,4 (-35,7%)	34,2 (-34,6%)	5,3 (-41,4%)
XBOX 360	59,2 (+6,8%)	113 (+30%)	24,5 (+37,2%)
PS3	123,5 (-27,3%)	146.1 (+ 2,2)	24,9 (+38,4%)
AUTRES PLATEFORMES	0 (-88%)	0,5 (-85,3%)	5,7 (-12,9%)

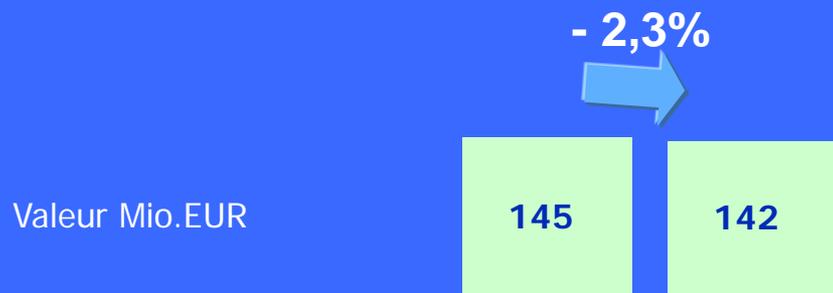
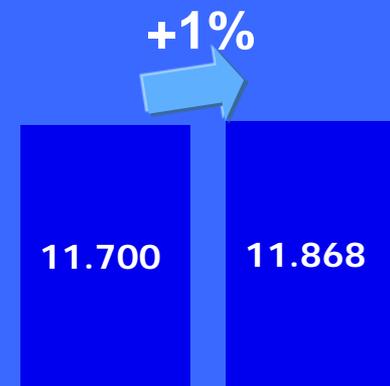
# Accessoires pour Consoles

## Ventes en Volume et en Valeur et Evolutions

YTD 2008 YTD 2009



CAM 2008 CAM 2009



YTD\*: Janvier à Septembre

CAM\*\*: Octobre à Septembre

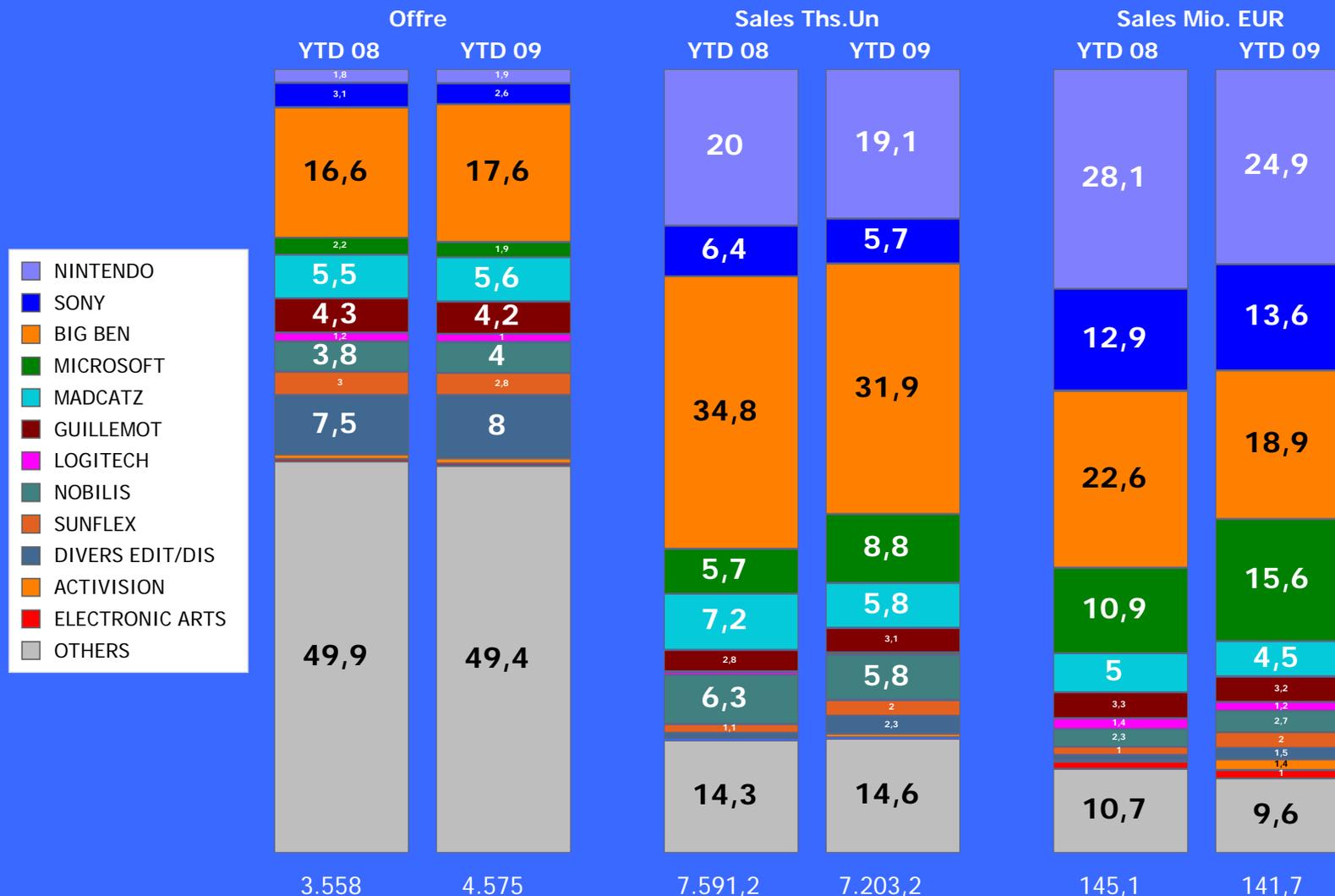
Source : Panel France GfK

Septembre 2009

# ACCESSOIRES POUR CONSOLES

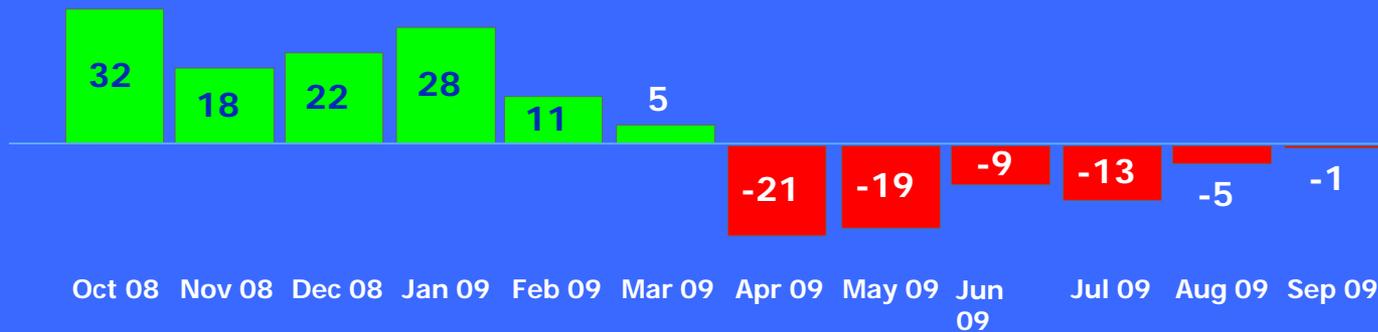
## Part de Marché Distributeurs Accessoires

Janvier – Septembre 2009 Vs Janvier – Septembre 2008

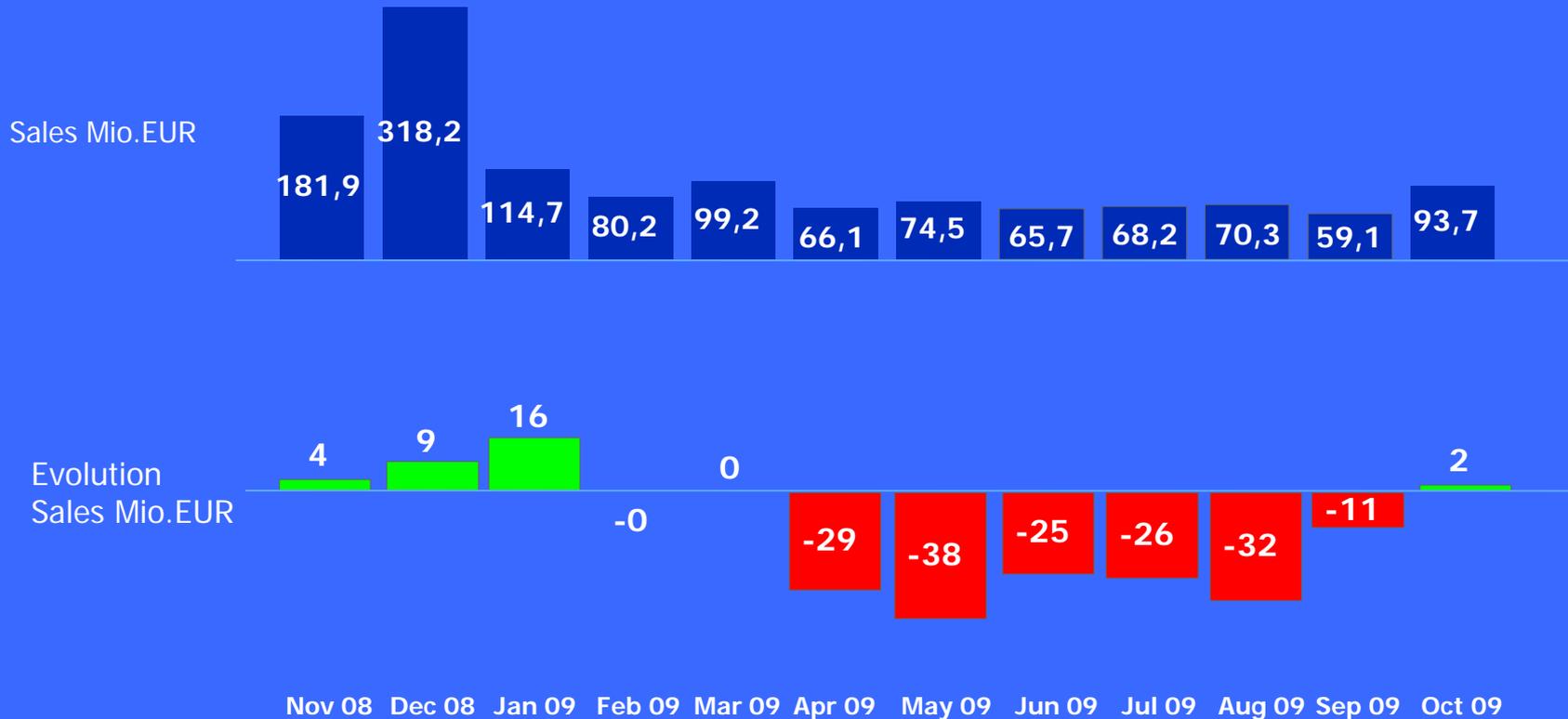


# Accessoires pour consoles: Ventes en Valeur et évolution

Sales Mio.EUR

Evolution  
Sales Mio.EUR

# Logiciels pour consoles: Ventes en Valeur et évolution



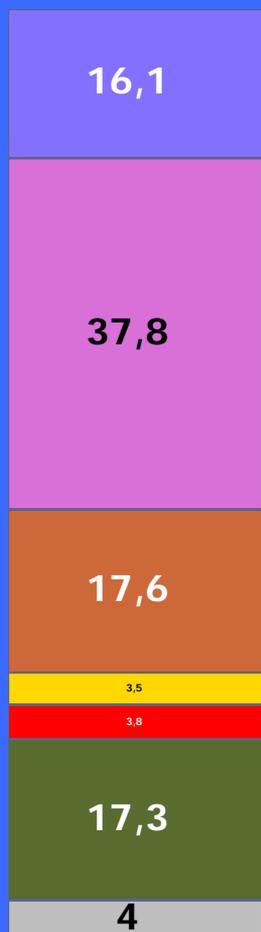
# ACCESSOIRES POUR CONSOLES

## Répartition des Formats – VALEUR

Janvier – Septembre 2009

**TOTAL MARCHÉ**

**142 M€ (-2,3%)**



**BIGBEN INTERACTIVE**

**26,3 M€ (-19%)**



- TOTAL DS
- WII
- PS3
- PS2
- PSP
- XBOX 360
- OTHERS

# ACCESSOIRES POUR CONSOLES

## Ventes & Évolutions

### TOTAL ACCESSOIRES POUR CONSOLES

Janvier – Septembre 2009

**Total Market**

**bigben**  
interactive

**Distribution**

**PDM**

**VOLUME**

Millions d'Unités

7 203

2 296

Distribution :

**31,9 %**

- 5 %



-13%



**VALEUR**

Millions d'Euros

142

26,3

Distribution :

**18,6 %**

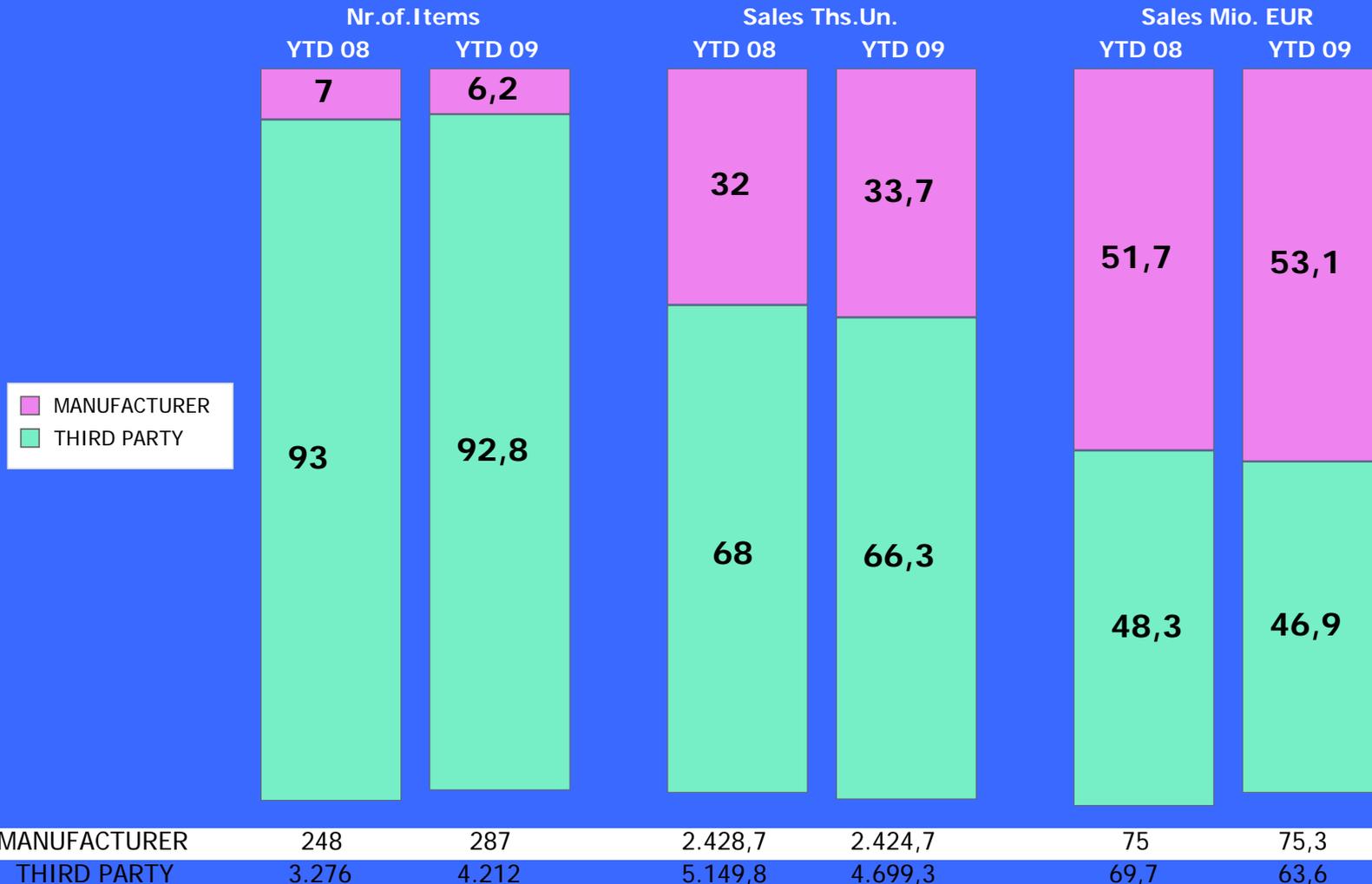
- 2,3 %



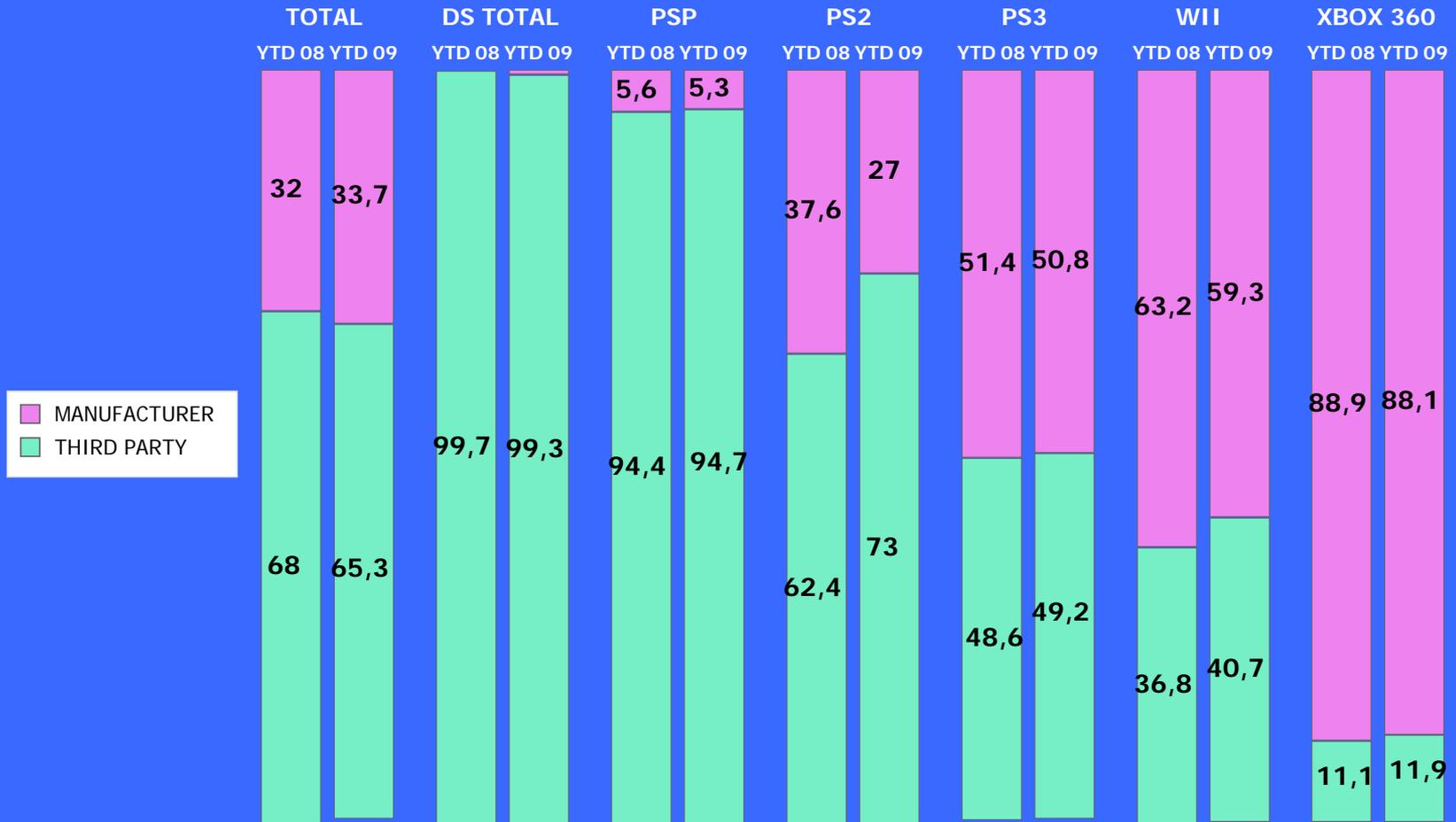
- 19 %



# Le marché des fabricants tiers est en légère progression



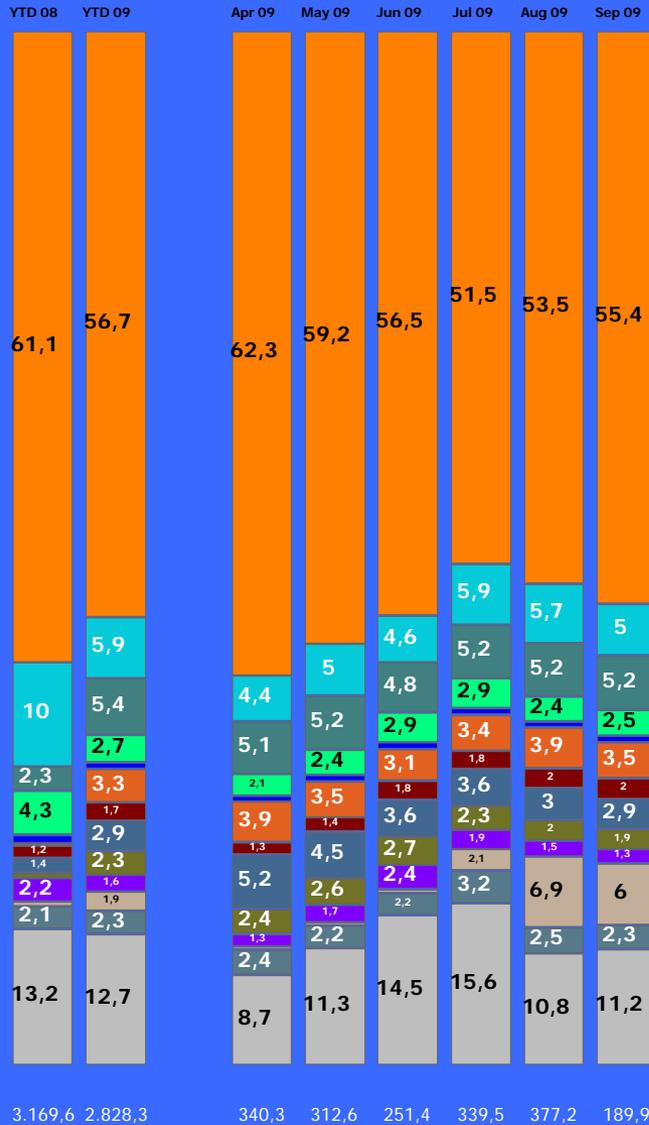
# 52% du chiffre d'affaires des fabricants tiers se fait sur DS suivi par la Wii (20%).



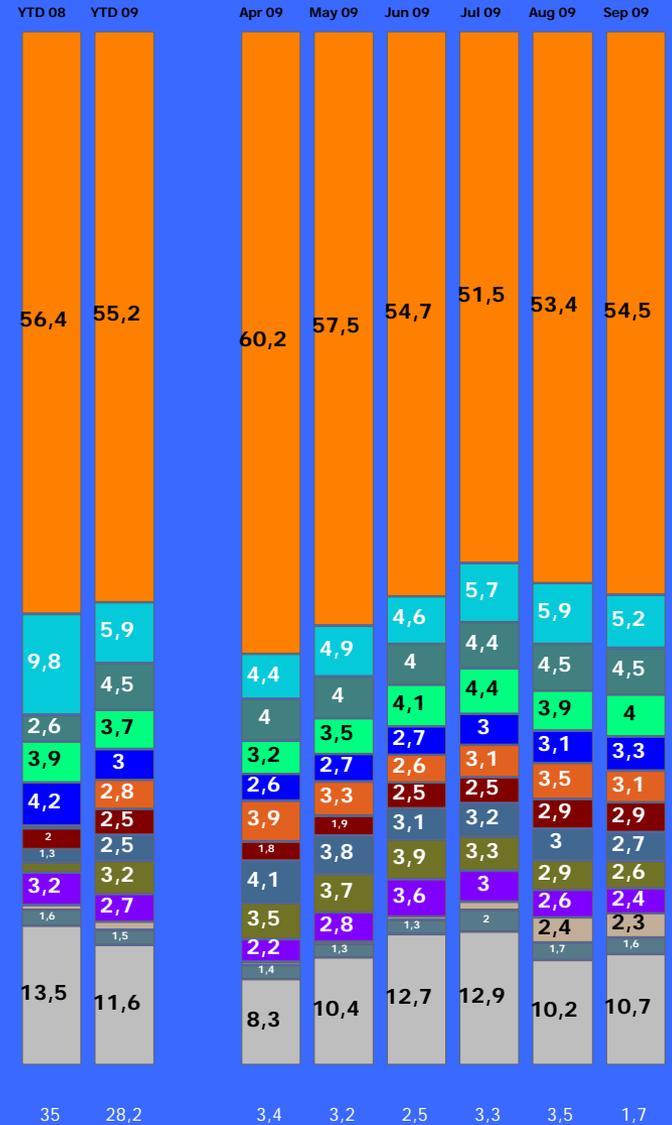
	2.428,7	2.424,7	5,3	17,7	32,2	18,2	201,8	77,2	252,5	316,9	1.496,1	1.347,4	431,5	634,1
MANUFACTURER	5.149,8	4.699,3	2.572,2	2.461,5	540,8	323,9	334,5	207,7	235,9	264,6	870	917,9	47,6	60,9
THIRD PARTY														

# Part de marché Distributeurs sur console portable

Sales Ths. Units



Sales Mio. Value EUR



**VOLUME***(Milliers d'unités)*

	Hypothèse Basse	Prévision GfK	Hypothèse Haute
Consoles de Salon	1.950 (-35%)	2.350 (-22%)	2.650 (-12%)
Consoles Portables	2.070 (-27%)	2.250 (-21%)	2.500 (-12%)
Consoles Total	4.020 (-31%)	4.600 (-21%)	5.150 (-12%)

**VOLUME**  
*(Milliers d'unités)*

	Hypothèse Basse	Prévision GfK	Hypothèse Haute
Salon	18.545 (-7%)	21.475 (+7%)	24.410 (+22%)
Portables	9.750 (-35%)	10.750 (-28%)	12.250 (-18%)
Logiciels Total	28.295 (-19%)	32.225 (-8%)	36.660 (+5%)

**VOLUME***(Milliers d'unités)***Hypothèse Basse****Prévision GfK****Hypothèse Haute****CD-roms  
de Jeu****6.500  
(-20%)****7.000  
(-14%)****8.000  
(-2%)**

# Perspectives 2009-10

## Nouvelle stratégie produits

- **Lancement des packs « jeux + accessoires dédiés »**
  - Adaptation aux nouveaux consommateurs
  - Projets à fort potentiel en 2009-10 et au-delà
  
- **Nouvelle dimension de l'Accessoire:**
  - Plus un simple consommable mais une partie intégrante du jeu
  
- **Déclinaison des savoir-faire de Bigben Interactive :**
  - Edition de jeu
  - Leadership en accessoires
  
- **Démarche « industrielle » tournée vers l'innovation :**
  - Qualification « entreprise innovante » par Oseo



# HUNTING CHALLENGE

## Jeu de chasse sur Wii™

en partenariat avec la Fédération Régionale des Chasseurs des  
Pays de Loire

et proposé avec un accessoire fusil de chasse.



- 2 environnements : gibier d'eau, plaine
- 1 mode Ball-Trap
- Espèces animales présentes : renard, ragondin, lapin, lièvre,
- Utilisez votre chien pour ramasser le petit gibier ou poser un collier
- Utilisez les jumelles pour repérer votre gibier

Un pack comprenant :

- Le jeu de chasse
- Un accessoire fusil de chasse

my  
**Body  
Coach**



My Body Coach,  
votre coach fitness & diététique  
à domicile...

Un coach virtuel

Entrez vos paramètres physiologiques personnels, votre objectif sportif et suivez le programme du coach.

Associés aux enchaînements, des conseils diététiques vous seront proposés pour atteindre l'objectif mentionné.

Des contrôles réguliers auront lieu pour suivre votre évolution.



Un partenariat d'envergure avec Valérie Orsoni, coach des stars hollywoodiennes et de nombreux membres du site [www.lebootcamp.com](http://www.lebootcamp.com) (+300 000 membres) via lequel elle diffuse des conseils personnalisés pour le bien-être.



# COCOTO Surprise

**bigben**  
interactive

# COCOTO Festival



Après le succès de « Cocoto Magic Circus » sur Wii™ sur l'ensemble de l'Europe, les aventures du diablotin reviennent sous 3 épisodes différents dès l'automne 2009:

- « Cocoto Surprise » livré avec une canne à pêche pour Wii™
- « Cocoto Festival », la suite du best-seller sur Wii™
- « Cocoto Magic Circus » proposé cette année avec 2 pistolets pour Wii™



# Cyberbike™ Cycling Sports

**bigben**  
interactive

Un vélo d'appartement,  
connecté à la Wii™

Un accessoire inédit avec rétro-pédalage, freinage.



- Un jeu pour toute la famille, où chacun trouve sa place
- 4 véhicules évoluant dans les airs, sous l'eau, ou sur terre
- 18 circuits dont 14 à débloquer

- Personnalisation des véhicules et personnages
- 3 modes de jeu :
  - Mode histoire
  - Mode balade
  - Mode Multijoueurs (jusqu'à 4 en tour par tour)

- Niveau de difficulté variable selon les joueurs



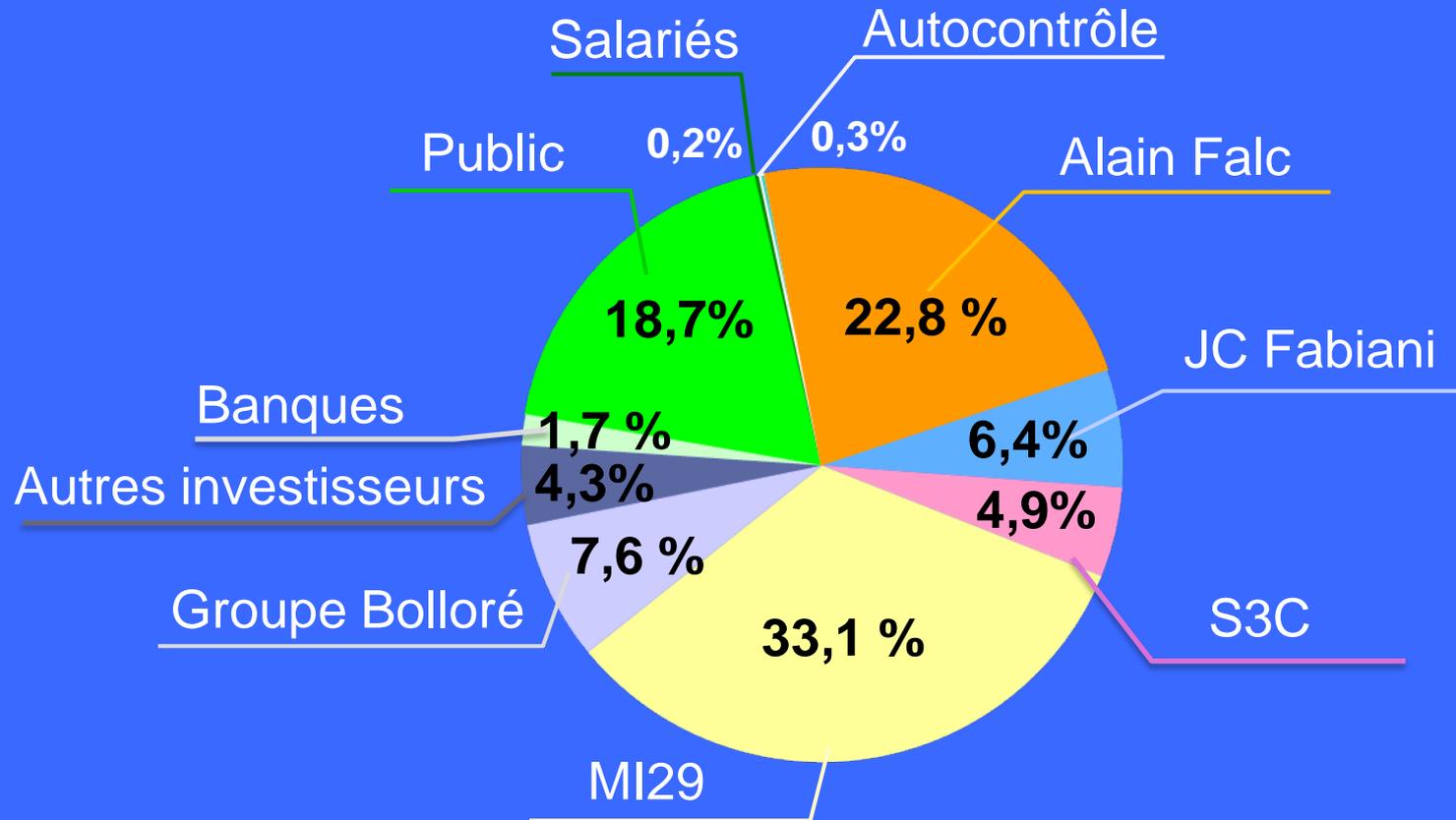
- **Un objectif de chiffre d'affaires annuel de 105 M€ maintenu mais difficile à atteindre :**
  - Retard du S1 difficile à rattraper au S2
  - Baisse des Accessoires tiers dans le marché
  - Essentiel du line-up concentré sur 2<sup>ème</sup> moitié de novembre
  
- **Accessoires + Edition > 80% du C.A.**
  
- **Une dette financière nette ramenée à zéro**

# Une exploitation assainie

- Marge et frais généraux optimisés
  - Frais financiers réduits

**Confirmation  
de la marge opérationnelle  
à plus de 15% du CA**

- Franchissement du seuil des 20% du capital à la hausse par Alain FALC (exercice de BSA), qui détient 2 597 645 actions
- Exercice de l'option résiduelle de MI29 sur 345 249 actions au 31 juillet 2009
- Acquisition de 871 627 actions (7,6 %) par le Groupe Bolloré en septembre 2009
- Remise par S3C à MI 29 de 169 000 actions le 16 octobre 2009.
  - MI 29 reste le 1<sup>er</sup> actionnaire avec 33,1% du capital



## Dates-butoir pour l'information financière

### ■ Exercice 2009-10

→ CA 1<sup>er</sup> trimestre : le 28 juillet 2009

→ CA 2<sup>ème</sup> trimestre : le 27 octobre 2009

→ **Résultats semestriels** : le 17 novembre 2009

→ CA 3<sup>ème</sup> trimestre : le 26 janvier 2010

→ CA 4<sup>ème</sup> trimestre : le 27 avril 2010

→ **Résultats annuels** : le 25 mai 2010