

<http://archoslounge.net/Resultats-annuels-bilan-et.html>

Résultats annuels : bilan et perspectives

- Lounge Archos - Actus -



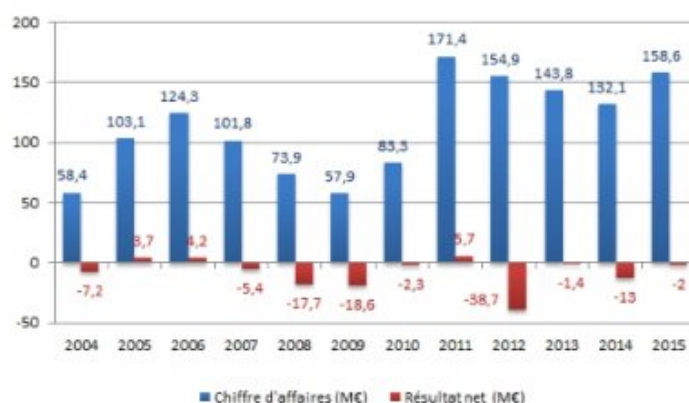
Date de mise en ligne : samedi 19 mars 2016

Copyright © ArchosLounge - Tous droits réservés

Archos a donc annoncé ses [résultats annuels 2015](#), ce jeudi, dans une ambiance légèrement survoltée. Pensez donc : après avoir affiché une croissance de 20% de son chiffre d'affaires, Archos a également réussi à communiquer positivement sur son résultat grâce à un retour aux bénéfices largement mis en avant.

Un retour aux bénéfices, vraiment ?

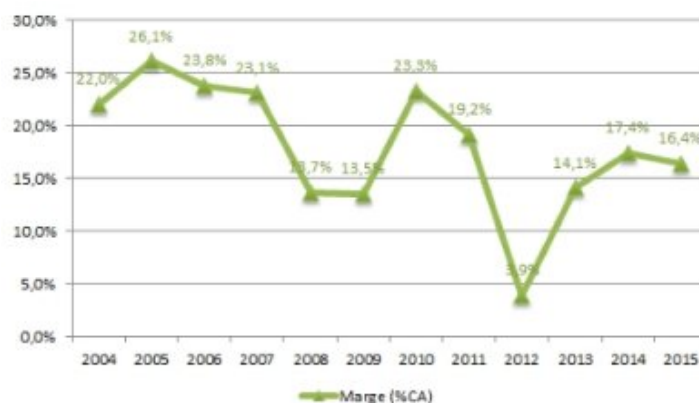
Le communiqué n'est certes pas trompeur mais il est en revanche habile : en titrant "*Résultat net positif au 2nd semestre 2015 : +1,5MEuros*", Loic Poirier met donc en avant la deuxième partie d'année alors que la marque reste toujours dans le rouge sur l'ensemble de la période, avec un résultat net de -2MEuros.



Un chiffre d'affaires proche des plus hauts et un résultat quasiment en l'équilibre

Mais le plus important reste ignoré : Archos continue de perdre des sous malgré un net regain de forme et sans l'impact d'évènements exceptionnels. La société n'a donc toujours pas trouvé de formule magique pour assurer une vraie rentabilité.

L'analyse de la marge est en revanche plus délicate :



Si la marge brute augmente très sensiblement, passant de 22,9MEuros à 26,1MEuros entre 2014 et 2015, le graphique ci-dessous montre bien qu'en % de chiffre d'affaires, la situation est moins valorisante : c'est bien une baisse que le communiqué affiche, avec une perte d'un point en un an (17,4% à 16,4%).

Grave madame la marquise ? Pas vraiment.

D'une part, on note un fort redressement au second semestre : de 13,2% au S1 2015, le taux de marge est passé à 18,9% au S2, annonçant donc une tendance largement favorable.

D'autre part, la [marge de 2014](#) était artificielle gonflée par des "opérations non récurrentes" (reprises de provision et partenariat avec la FFF).

C'est donc, contrairement aux apparences, un vrai rebond de la marge qui a été opéré en 2015. Preuve s'il en faut que les travaux d'Archos pour optimiser son circuit d'approvisionnement et de distribution, ainsi qu'une montée en gamme relative, portent leurs fruits.

Côté chiffre d'affaires, l'Europe garde - et de loin - l'activité la plus importante et reste en croissance : +14% pour s'établir à 114,5MEuros. Une croissance à deux chiffres qui devrait contraster avec la croissance plus faible attendue sur l'ensemble du marché européen de la téléphonie.

[>](http://archoslounge.net/IMG/jpg/jxr-europeca.jpg "JPEG - 65.1 ko")

Côté "reste du monde", le chiffre d'affaires explose de +43% - preuve du succès de l'extension à l'international et en Afrique en particulier.

Enfin, les ventes de Logic Instrument sont elles aussi en forte croissance, +23%, de bonne augure pour la marge future du groupe puisqu'elle est historiquement plus importante sur le segment B2B que B2C.

Au final, on peut constater que l'année 2015 dans sa globalité reste l'une des meilleures d'Archos, mais sans réussir néanmoins à dégager des bénéfices. Pour autant, Archos ne s'y est pas trompé dans sa communication : la tendance, elle, est clairement sur une dynamique positive - sur le chiffre d'affaires bien sûr, mais surtout sur la marge dégagée. Et c'est à coup sûr cet indicateur en particulier que les actionnaires scrutent, pour décider de revenir enfin sur une action boudée depuis plusieurs années maintenant par les investisseurs.

Interview vidéo de Boursier.com :

Quelle stratégie ?

Archos a publié le même jour une présentation "Corporate" digne d'intérêt :

[>](http://archoslounge.net/IMG/pdf/presentation_archos_corporate.pdf "PDF - 2.4 Mo")



Le devenir des smartphones et tablettes est globalement tout tracé, avec une amélioration qualitative à poursuivre et une légère montée en gamme attendue pour les versions les plus "premium" (actuellement, la gamme Diamond).

La surprise est en revanche côté [objets connectés](#) : alors que les gammes "smart home" et "Quantified Self"

semblaient globalement abandonnées depuis près d'un an et avait quasiment disparues des communiqués financiers, voilà qu'elle revient en force. L'effort porté sur PicoWAN n'y est probablement pas étranger...

Mieux encore, Archos se risque à prédire l'année 2016 :

Un exercice pour le moins dangereux et qui avait valu, il y a quelques années, quelques vives critiques à l'égard d'Henri Crohas. Beaucoup plus précautionneux que son prédécesseur, une telle communication de Loic Poirier semble indiquer qu'il dispose aujourd'hui d'une bonne visibilité sur les mois à venir. Dans son interview de Boursier, néanmoins, il ne s'y risque pas - préférant simplement renvoyer aux prochains chiffre d'affaires du T1 2016. Courageux, mais pas téméraire...

Dans ses leviers de croissance, Archos mise sur plusieurs axes :

- **La Marque Employeur** : forte dans la première décennie, elle s'est considérablement désagrégée depuis, du fait de la descente en gamme vers le low-cost. Le travail de revalorisation est donc en cours, grâce notamment à des partenariats type FFF et des produits tels que les Diamond. Mais le chemin reste encore long...

- ▶ **Augmentation du prix moyen de vente** : conséquence de cette descente en gamme, les produits se sont retrouvés coincés dans la bande des 50-200Euros ; un choix assumé, certes, mais dévastateur sur le chiffre d'affaires et la marge. L'arrivée de la gamme Diamond 2 ([Note](#) et [Plus](#)) et des versions haute capacités ([101 Magnus Plus](#)) permettent désormais à la PME francilienne de lorgner vers les 250-300Euros.
- ▶ **Renouvellement de la culture "Innovation"** : un aveu de faiblesse, en somme, pour Archos qui accepte là le constat que l'effort en R&D de l'entreprise s'est amoindri depuis les années phares des baladeurs multimédias (PMP) ; sans être un simple revendeur de chinoiserie pur et dur, l'effort R&D se limite désormais à une optimisation des firmwares fournis par les fabricants asiatiques et au processus de certification Android. Une activité qui reste importante et nécessite des compétences fortes, certes, mais quasiment invisible pour le grand public. Car il faut remonter à la gamme [Smart Home](#), le [GamePad2](#) (inoubliable...) ou encore la gamme XS (désormais uniquement accessible via le site de [Logic Instrument](#)), pour retrouver du vrai "designed by" Archos.

En attendant, la tendance ne va pas dans le bon sens : les investissements en R&D au largement baissé en 2015, pour atteindre 1,7 MEuros contre 2,4 MEuros en 2014.

- ▶ **Le déploiement dans de nouveaux pays** : en ligne de mire, la Pologne et la Turquie. On aura également noté que l'année 2015 a vu au contraire la fermeture des filiales US et UK (la distribution n'y étant a priori pas stoppée, mais intégralement prise en charge par des partenaires locaux).
- ▶ **La signature de nouveaux contrats B2B** : un axe de développement qui avait pris sérieusement du plomb dans l'aile depuis l'arrêt du contrat avec [Toy's'r'us](#) ; mais le savoir-faire B2B de Logic Instrument pourrait redynamiser ce secteur, si la synergie entre les deux sociétés se concrétise (ce qui est probablement [encore loin d'être le cas...](#))

Pour poursuivre le redressement de la marge, Loic Poirier cite trois axes principaux :

- ▶ **Le processus de Supply Chain** qui doit continuer à être optimisé : une gageure pour Archos, compte tenu des problèmes récurrents d'approvisionnement qu'ils ont eu par le passé. Mais la direction financière d'Archos semble avoir trouvé quelques clefs de réussite, comme en témoigne la réduction importante des dépenses d'exploitation et des retards moins prononcés que d'habitude dans les derniers produits mis sur le marché.
- ▶ **Bénéficiaire du nouveau centre de service client installé en Roumanie**, et qui devra passer l'épreuve du feu face à un public qui reste malgré tout exigeant ; la tâche devrait néanmoins être un peu facilitée par rapport aux années précédentes, de par la hausse du niveau de qualité de fabrication qui s'est fait sensiblement sentir sur les dernières générations de produits
- ▶ Enfin, plus intrigant, Archos cite également une **monétisation de la base installée** : si le **push d'applications** est visible depuis de nombreux mois désormais, le rapport parle également de **publicités contextuelles**, de **programmes de fidélité** (tel que le [Club des Actionnaires](#) ?) ou encore des **accords commerciaux spécifiques**.

Enfin, le futur d'Archos peut également reposer sur le concept PicoWAN :



Sans aucune garantie de succès, Archos se lance en effet une fois de plus dans l'aventure de l'innovation pure et dure avec un positionnement à part dans le monde concurrentiel et pourtant totalement immature des réseaux IoT (voir notre [article](#)).

Un flop ruinerait une fois de plus les envies de grandeur d'Henri Crohas mais ne remettrait pour autant par le reste de la stratégie smartphone-tablette en question.

A l'inverse, une réelle percée du concept pourrait positionner Archos au centre de toutes les attentions, en renforçant son image auprès du grand public et des entreprises et en lui ouvrant la porte des business models naissants de l'IoT...

Pour finir, un lecture du rapport financier 2015 apporte quelques informations complémentaires :

[>](http://archoslounge.net/IMG/pdf/rapport_financier_2015-2.pdf "PDF - 1.7 Mo")

- Limogé en début d'année dernière, l'ex PDG de Logic Instrument ne semble pas prêt à se laisser faire : c'est par deux assignations qu'il a réagi et qui oblige par conséquent Archos à provisionner des dédommagements éventuels (477kEuros en première instance devant le Tribunal de Commerce)
- La filiale Appslib existe toujours mais accumule les pertes (-425k dollars HKD, pour un chiffre d'affaires de... 13 dollars HKD). Pour combien de temps encore ?
- Pas mieux pour les filiales Suisses et Italiennes qui ne génèrent aucun chiffre d'affaires depuis deux ans au moins, tandis que la filiale Archos Technology Shenzhen Co. Lt est elle-aussi désormais quasi inexistante en chiffre d'affaires (passée de 7 674k RMB en 2014 à 286k RMB en 2015, pour une perte de plus de 2 000k RMB). Un nettoyage de printemps s'impose...
- Les effectifs d'Archos sont passés de 179 à 154 entre 2014 et 2015 ; avec néanmoins un effet positif à noter pour le siège qui est passé de 71 à 77 personnes. Mais de quoi relancer l'économie française, mais la tendance positive contraste avec celle des années passées... même si elle est contrebalancée par la baisse des effectifs de Logic Instrument (passant de 31 à 19 personnes). On notera également que la filiale chinoise passe quant à elle de 59 à 41. La fin d'un modèle tout asiatique ?
- Le regain de forme d'Archos ne semble clairement pas avoir échappé à la direction d'Archos : tandis que Henri Crohas a fait passer sa rémunération de 107 762Euros en 2014 à 127 287Euros en 2015, celle de Loic Poirier n'a pas démerité non plus : de 390 837Euros à 477 623Euros... malgré un exercice toujours en perte, rappelons-le.

Rendez-vous maintenant le 12 avril pour le chiffre d'affaires du 1er trimestre 2016, pour constater si la bonne

dynamique se confirme.

La vidéo de présentation d'Archos, remise au goût du jour :