



PARROT®

Un bon 4^{ème} trimestre conclut l'année 2007 sur une croissance forte des résultats

L'affirmation du leadership : 5 millions d'unités vendues La poursuite d'une croissance solide et rentable en 2008

Paris, le 14 février 2008 à 17h40

- **Chiffre d'affaires 2007** : 219,8 millions d'euros, +31,7% par rapport à 2006. Sur le 4^{ème} trimestre 2007, le chiffre d'affaires s'établit à 60,9 millions d'euros.
- **Marge brute 2007** : 49,6% (vs. 45,0% en 2006). Hors contrat de distribution des produits de navigation en Espagne, la marge brute ressort à 53,1% sur 2007.
- **Marge opérationnelle sur 2007** : 12,2% du chiffre d'affaires.
- **Résultat net 2007** : 20,0 millions d'euros, en hausse de 159,6% et un résultat net par action de 1,56 euro.
- **4^{ème} trimestre 2007** marqué par :
 - Des ventes soutenues sur l'activité des kits mains libres et sur le nouveau segment Multimédia (lié aux nouveaux usages des téléphones mobiles : musique et photos) ;
 - L'acquisition de 100% du capital de Waveblue, le distributeur exclusif en Californie ;
 - La compatibilité des gammes de produits Parrot avec Apple® Mac OS X Leopard ;
 - Le lancement du premier cadre MMS en France en partenariat avec Bouygues Telecom ;
 - Des opérations de co-marketing et des partenariats renforçant la visibilité et la notoriété de la marque.
- **Éléments clés de la stratégie et objectifs 2008**
 - Kits mains-libres : lancement de 4 nouveaux produits car kits installés et Plug&Play ; renouvellement des produits phares ;
 - Multimédia : poursuite du déploiement de la gamme ; enrichissement des standards de connectivité ; intégration des technologies dédiées à l'utilisation avec un iPhone® ;
 - OEM : renforcement de la présence en Asie avec l'ouverture d'un bureau à Tokyo ; présentation d'une nouvelle génération de systèmes intégrés pour accompagner la montée en puissance des contrats conclus en 2007 ;
 - Un renforcement des équipes de direction destiné à imprimer une conduite homogène des affaires ;
 - Une politique de R&D axée sur les technologies, la compatibilité et le design, en phase avec les nouveaux terminaux multimédia ;
 - Marketing et ventes : poursuite du renforcement du réseau de distribution multi-canal, des partenariats opérateurs et de la stratégie de vente en push adaptée à chaque pays dans la perspective du rééquilibrage géographique ;
 - Poursuite d'une croissance forte et rentable.

en M€, hors RNPA	2007	2006 pro forma	variation en %
Chiffre d'affaires	219,8	166,9	+31,7
Marge brute d'exploitation	109,1	75,1	+45,3
en % du CA	49,6%	45,0%	
Résultat opérationnel courant	27,0	⁽¹⁾ 23,7	+13,9
en % du CA	12,2%	14,2%	
Charges non récurrentes	-	-6,5	
Résultat net Part du Groupe	20,0	7,7	+159,6
en % du CA	9,1%	4,6%	
Résultat net par action	--	⁽¹⁾ 1,32 €	
Résultat net par action dilué	--	⁽¹⁾ 1,13 €	
Résultat net par action	1,56 €	0,72 €	
Résultat net par action dilué	1,46 €	0,61 €	
en M€, hors RNPA	31/12/2007	31/12/2006	
Endettement net	-37,4	-31,8	

(1) hors charges non récurrentes d'attribution de BSPCE liées à la restructuration du capital

« L'activité du 4^{ème} trimestre a été soutenue, les produits Parrot et notamment la nouvelle gamme Multimédia, ont rencontré un fort succès à l'occasion des ventes de fin d'année. En 2007, Parrot a commercialisé plus de 5 millions de produits à travers le monde. Cette bonne performance s'est accompagnée d'une forte croissance de nos résultats et d'un niveau de marges très satisfaisant ; elle confirme la qualité de nos produits et la pertinence de notre stratégie. Notre dynamique d'innovation, la force de notre modèle de développement et le renforcement de nos structures nous permettent d'aborder 2008 avec confiance », a déclaré Henri Seydoux, Président directeur général et fondateur de Parrot.

4^{ème} trimestre : une reprise manifeste

Parrot a enregistré, sur le 4^{ème} trimestre 2007, un chiffre d'affaires de 60,9 M€, en croissance de 20,7% par rapport au 4^{ème} trimestre 2006, et de 30,2% par rapport au trimestre précédent, confirmant ainsi un solide regain d'activité par rapport au 3^{ème} trimestre 2007.

Par segments

- La gamme Kits mains-libres installés a enregistré un bon niveau d'activité, en augmentation de 26,6% par rapport au trimestre précédent.
- Les produits Plug&Play ont bénéficié d'une forte accélération des ventes au 4^{ème} trimestre. Le chiffre d'affaires généré par ce segment a plus que doublé par rapport au 3^{ème} trimestre 2007.
- Les produits Multimédia ont rencontré un vif succès au 4^{ème} trimestre avec des ventes en croissance de 61,8% par rapport au trimestre précédent.
- L'OEM a poursuivi sa progression, conformément aux attentes.

Par territoires

- Espagne : les ventes de produits aftermarket au 4^{ème} trimestre 2007 ont été de bonne tenue en dépit de la pénétration élevée des produits Parrot. Par rapport au 3^{ème} trimestre, la croissance a été de 19,8%.
- Royaume Uni : les ventes au 4^{ème} trimestre se sont bien tenues pour enregistrer une croissance de 60,1%.
- France : le niveau d'activité a été excellent, bénéficiant largement des opérations marketing avec SFR et de l'élargissement du réseau de distribution mis en place au 3^{ème} trimestre. Le 4^{ème} trimestre a ainsi progressé de 37,2% par rapport au trimestre précédent.
- Italie : la réorganisation opérée en Italie permet d'enregistrer des premiers effets positifs avec une augmentation des ventes significative de 97,0% par rapport au 3^{ème} trimestre.
- Allemagne : les ventes en Allemagne sont décevantes, à l'exception de l'OEM.
- Etats-Unis : les ventes aux Etats-Unis poursuivent leur fort développement au 4^{ème} trimestre, affichant une progression de 31,8% par rapport au trimestre précédent.
- Reste du monde : de nouveaux territoires aussi divers que l'Amérique du Sud, l'Afrique du Sud, la Russie etc. augmentent significativement leur contribution au chiffre d'affaires.

Chiffre d'affaires 2007 : +31,7% de croissance

Le chiffre d'affaires annuel enregistre une bonne performance avec une croissance supérieure à 30%, qui s'accompagne d'une forte progression des volumes vendus (plus de cinq millions en 2007 contre près de trois millions en 2006).

Dans son métier historique, le poids des ventes de kits mains-libres installés (66,5% du chiffre d'affaires) reste prépondérant. Les ventes en OEM (12% du chiffre d'affaires contre 6,8% en 2006) ont poursuivi leur croissance.

L'année 2007 a enfin été marquée par le lancement de la nouvelle gamme de produits Multimédia qui a représenté 4% du chiffre d'affaires (6,9% au 4^{ème} trimestre).

Résultat opérationnel courant 2007

Sans tenir compte du contrat de distribution des produits de navigation en Espagne, la marge brute de l'ensemble des produits Parrot ressort à 53,1% en 2007.

Les frais de R&D représentent 8,8% du chiffre d'affaires 2007, contre 8,0% en 2006. Cette évolution est liée au renforcement des équipes R&D dont les effectifs ont crû de 58,1% sur la période ; ils représentent 32,7% de l'effectif global à fin décembre 2007.

Les frais commerciaux s'établissent à 45,4M€ (soit 20,7% du CA contre 15,9% en 2006). Leur évolution s'explique par : 1/ le changement de politique tarifaire mis en place à partir de juin 2006, qui a donné lieu à un transfert de coût de la marge brute vers le poste de dépenses commerciales et marketing ; 2/ la mise en œuvre d'une stratégie commerciale et marketing active, basée sur le modèle « push & pull ».

Au final, le résultat opérationnel 2007 s'établit à 27,0 M€, soit une marge opérationnelle de 12,2%.



Résultat net 2007

Au titre de l'exercice 2007, le résultat net part du Groupe s'élève à 20,0 M€, soit 1,56 euro par action. Il inclut un résultat financier de -0,6 M€ lié principalement aux écarts de change.

Structure financière

Le Groupe affiche une situation financière saine avec une trésorerie nette de 37,4 M€ au 31/12/2007. Le cash opérationnel généré au cours de l'exercice ressort à 11,2M€.

Eléments clés de la stratégie et objectifs pour 2008

➤ Renouvellement des gammes et lancement de nouvelles générations de produits

Pour 2008, Parrot choisit de mettre l'accent sur un ensemble de produits innovants qui doivent contribuer à renforcer les prises de parts de marché du Groupe.

- Kits mains libres et Plug&Play :

4 *best-sellers* dans la gamme des kits mains-libres vont connaître des évolutions majeures tant en termes d'améliorations technologiques que du « *design engineering* ».

Dans la gamme Plug&Play, le Parrot Minikit 2 avec un look renouvelé entend s'adresser à une clientèle plus étendue.

- Multimédia :

Parrot s'est associé à des *designers* de premier plan pour développer des produits aux styles impeccables. Technologiquement, les produits intégreront des fonctionnalités supplémentaires, telles que la compatibilité avec l'ensemble des téléphones (y compris l'iPhone®) ou la connectivité Wifi.

- OEM : les systèmes intégrés Parrot vont être enrichis des toutes dernières technologies déployées par les équipes de R&D : intégration des fonctions pour l'iPhone et capacité de traitement de signal de dernière génération. Au cœur de la réussite du Groupe, le maintien d'une politique d'innovation permanente permet de renforcer les liens avec les clients existants et d'accélérer la conquête de nouveaux clients.

➤ Adaptation de l'approche marketing pour dynamiser les ventes en 2008

Tout en maintenant une stratégie marketing active, Parrot adapte les actions mises en œuvre aux particularités de chaque pays et entend ainsi accentuer le rééquilibrage géographique. Dans cette perspective, une attention particulière sera portée sur l'Italie et le Royaume-Uni. En Allemagne, le Groupe décide de concentrer ses efforts sur la clientèle OEM. Aux Etats-Unis, Parrot entend accompagner les évolutions réglementaires sur le téléphone en voiture et maximiser l'efficacité de son réseau de distribution suite à l'acquisition récente de Waveblue en Californie.

Enfin, Parrot va déployer progressivement ses actions marketing et commerciales sur un ensemble de pays où un potentiel significatif a été identifié : l'Australie, Hong Kong et l'Amérique du Sud principalement.

➤ Développement des structures du Groupe

En 2008, Parrot va renforcer son organisation autour de trois axes : 1/ le développement régulier des équipes R&D, 2/ la consolidation des fonctions supports pour optimiser le pilotage et la transversalité des activités, 3/ le renforcement des équipes de direction générale et la finalisation du recrutement du directeur financier.

➤ Objectifs 2008

En 2008 Parrot entend accélérer le déploiement de produits inédits, accompagnant les évolutions des technologies des téléphones mobiles et de la réglementation.

Parrot bénéficie de conditions favorables pour développer une stratégie de croissance pérenne et rentable. D'ores et déjà, les niveaux d'activité du mois de Janvier ont été de bonne tenue. Le Groupe aborde 2008 avec confiance et anticipe une croissance à deux chiffres de son chiffre d'affaires et le maintien d'un haut niveau de marge opérationnelle dans un contexte d'investissements R&D et commerciaux continus.

➤ Prochains rendez-vous financier

Parrot publiera les résultats du 1^{er} trimestre 2008 (clos au 31 mars) le 14 mai 2008 après la clôture du marché.



A PROPOS DE PARROT

Créée en 1994, Parrot s'est rapidement hissée au niveau des principaux acteurs mondiaux des périphériques sans fil pour téléphones mobiles. S'appuyant sur un savoir faire éprouvé en matière de technologies de reconnaissance vocale et de traitement du signal, Parrot a été l'une des toutes premières entreprises à produire des équipements de téléphonie mains-libres pour automobiles utilisant la norme *Bluetooth®*, dont elle avait compris, dès 1999, le formidable potentiel.

Déterminée à accompagner la percée irrésistible du téléphone portable dans l'univers quotidien, Parrot a développé dès 2006 une nouvelle gamme de produits Multimédia incluant des cadres photo LCD et des systèmes Hi-fi sans fil.

Parrot est aujourd'hui une entreprise particulièrement ouverte sur l'international, tant en ce qui concerne sa clientèle, puisque 86,6% de ses ventes se font hors de France, qu'en termes de production, sous-traitée auprès de partenaires minutieusement sélectionnés et contrôlés pour atteindre le meilleur niveau de qualité et de réactivité. Parrot est aujourd'hui une entreprise particulièrement bien positionnée pour tirer parti du formidable avenir promis aux périphériques de la téléphonie mobile.

Parrot connaît une croissance soutenue de son chiffre d'affaire consolidé qui a triplé depuis 2005. En 2007, Parrot a vendu plus de 5 millions d'unités de produits et le chiffre d'affaires s'est élevé à 220 millions d'euros, en croissance de 32% par rapport à 2006.

www.parrotcorp.com

Euronext Paris – Eurolist, Compartiment B : FR0004038263 - PARRO

@The Bluetooth word mark and logos are owned by the Bluetooth SIG, Inc. and any use of such marks by Parrot S.A. is under license. Other trademarks and trade names are those of their respective owners.

Tous droits réservés. Les marques PARROT figurant sur ce document sont la propriété exclusive de la société PARROT. Toutes les autres marques sont la propriété de leurs détenteurs respectifs et sont utilisées sous licence par la société PARROT

CONTACTS

Relations investisseurs et analystes
Nathalie Balourdet
T. : +33 (0)1.48.03.74.04
nathalie.balourdet@parrot.com

Relations investisseurs et analystes - Relations presse
Marie Ein / Cyril Combe
T. : +33(0) 1 53 65 68 68
parrot@calyptus.net