

Poursuite de la forte croissance

Chiffre d'affaires en croissance de 101 % sur le trimestre

Chiffre d'affaires 9 mois en hausse de 123%

ARCHOS a réalisé 34,5 M€ de chiffre d'affaires au troisième trimestre 2011 contre 17,2 M€ au troisième trimestre 2010, soit une croissance de 101% sur la période.

A fin septembre 2011, le chiffre d'affaires du groupe, qui dépasse d'ores et déjà celui de l'exercice 2010, atteint 106,2 M€ contre 47,7M€ à fin septembre 2010 soit une hausse de 123%.

Ces performances démontrent l'efficacité du positionnement d'ARCHOS sur un marché en plein essor, dopé par la demande toujours plus forte des consommateurs pour l'internet mobile et les tablettes internet.

Croissance toujours très soutenue au 3^{ème} trimestre

Chiffre d'affaires du 3ème trimestre 2011 par rapport au 3ème trimestre 2010

En M€ non audité	Q3 2011	Q3 2010	Var en M€	Var en %
EUROPE	24,1	13,8	10,3	74%
ASIA	5,1	0,7	4,4	643%
USA	5,3	2,7	2,6	98%
TOTAL	34,5	17,2	17,3	101%

Chiffre d'affaires cumulé à fin Septembre 2011 par rapport à fin septembre 2010

En M€ non audité	Cumul Sept'11	Cumul Sept'10	Var en M€	Var en %
EUROPE	71,6	36,1	35,5	98%
ASIA	16,2	2,2	14,0	625%
USA	18,4	9,4	9,1	97%
TOTAL	106,2	47,7	58,5	123%

Au 3^{ème} trimestre 2011, les tablettes ARCHOS continuent de rencontrer un vif succès grâce à un positionnement fortement différenciateur, alliant qualité des produits et attractivité des prix. Cette stratégie se traduit donc par un cinquième trimestre consécutif de très forte croissance résultant principalement des éléments suivants :

- (i) ARCHOS récolte les fruits de ses investissements en Asie Pacifique et parvient à conquérir les marchés émergents et OEM. Le Groupe enregistre ainsi sur cette zone une croissance de +625% au 3^{ème} trimestre 2011.
- (ii) Premier entrant sur le marché, Archos bénéficie du retrait de nombreux acteurs au cours du 3^{ème} trimestre et renforce sa position de leader en entrée et milieu de gamme.
- (iii) Les ventes en marque blanche et en « B to B » continuent de se développer en corrélation avec la maturité du marché.
- (iv) ARCHOS continue de conquérir de nouveaux canaux de distribution, comme les 2 000 points de vente en téléphonie du groupe européen Carphone Warehouse. Les produits d'ARCHOS sont désormais disponibles dans plus de 20 000 points de vente dans le monde.

ARCHOS s'impose donc véritablement comme un acteur incontournable sur le marché des tablettes avec la 2^{ème} part de marché en France, la 3^{ème} en Allemagne et au Royaume Uni (Source GfK période janvier 2011 à fin juillet 2011).

Marché des tablettes : le segment le plus dynamique de l'internet mobile

En France, alors que 435 000 tablettes ont été vendues en 2010, Gfk estime le marché à environ 1 million de tablettes en 2011 et 3 millions en 2012.

Selon les rapports d'analystes comme Gartner ou IDC, les tablettes Android™ représenteraient un volume en 2011 de 12 millions de pièces dans le monde et de plus de 35 millions de pièces en 2012.

Alors qu'en début d'année, plus de 25 acteurs étaient présents sur ce marché, moins de 10 ont aujourd'hui une présence significative en magasin¹.

Grâce à une stratégie particulièrement offensive, initiée dès 2009, et un modèle économique efficace permettant un positionnement prix agressif et un « time-to-market » accéléré, ARCHOS a su capter des niveaux de croissance historiquement élevés sur le marché de l'électronique grand public.

3^{ème} trimestre marqué par de nouvelles innovations technologiques et commerciales

(i) ARNOVA : la performance à prix serrés

Les tablettes d'entrée de gamme signées ARNOVA suivent également la tendance technologique la plus aboutie : le lancement des tablettes « G2 » permettent de diffuser des produits très compétitifs technologiquement, à moins de 200 euros. Ces produits sont disponibles sous la marque ARNOVA ou sous marque blanche. **Ce sont désormais plus de 10 000 points de ventes dans le monde qui distribuent les produits ARNOVA.**

(ii) Segments verticaux : le Business to Business

Les tablettes ARCHOS et ARNOVA présentent aujourd'hui une convergence optimale entre les performances et le prix. Associées à un service unique de personnalisation des applications et du format de la tablette, elles constituent une solution adaptée à de très nombreux usages dans des segments verticaux comme l'éducation, l'édition, la santé ou encore la domotique.

Dans le secteur de l'éducation, ARCHOS a conquis des références majeures sur le continent américain, telles que les groupes KUNO, NETS ou SANGARI, et a présenté en France, la semaine dernière, une offre destinée aux étudiants. Le segment de l'Édition est également une cible naturelle pour la tablette et ARCHOS a développé, aux Etats Unis encore, une offre pour un journal Américain (Philadelphia Inquirer) qui fidélise des abonnés à la version « on Line » de leur support.

(iii) Génération 9 : des atouts majeurs dans un segment de prix attractif

Disponibles, comme annoncé, depuis fin septembre, la gamme des tablettes ARCHOS G9 fonctionne sous Android 3.2 "Honeycomb" et se décline en deux tailles d'écrans : 8 pouces et 10,1 pouces. Dotées d'un processeur ARM Cortex A9 double-cœur cadencé jusqu'à 1,5 GHz en version Turbo, les tablettes sont disponibles avec une mémoire flash (en 8 ou 16 Go) ou un disque dur de 250 Go. Ces tablettes présentent des performances inégalées à ce jour dans leur gamme de prix : de 249 € à 399 €.

Cette gamme est accompagnée en option d'un accessoire innovant et astucieux : la Clé 3G ARCHOS qui s'intègre complètement à la tablette et est également compatible avec les ordinateurs portables. Afin de déployer sa présence terrain et d'accroître sa visibilité, ARCHOS développe des accords avec les opérateurs des principaux pays et propose une offre complète intégrant des cartes SIM et des forfaits données au meilleur prix.

De solides perspectives

Fort d'un positionnement pertinent, de l'accueil favorable reçu par les tablettes de Génération 9, de la puissance de son réseau de distribution, le Groupe est aujourd'hui confiant dans sa capacité à continuer de capter la croissance de son marché et aborde ainsi de façon sereine la fin d'année qui s'annonce déterminante sur le secteur.

En parallèle, le Groupe s'attache à préserver des équilibres économiques sains : maintien d'un niveau moyen de marge brute supérieur à 20% pour l'ensemble de l'exercice, contrôle strict des frais fixes et gestion optimisée de la chaîne de valeur.

ARCHOS va continuer d'innover et de proposer des solutions nouvelles sur son cœur de métier. Le groupe complètera également son offre de produits par le développement d'une gamme d'accessoires

¹ Sources internes

ARCHOS

destinés au monde Android. Ainsi, ARCHOS entend poursuivre sa stratégie de croissance offensive sur le segment des tablettes à moins de 400 €, afin de consolider sa position dans le « Top 5 » mondial des constructeurs de tablettes.

A propos d'ARCHOS

ARCHOS, précurseur sur le marché des baladeurs audio/vidéo, et désormais spécialiste des Tablettes Internet sous Android, a sans cesse révolutionné le marché des produits Electroniques Grand Public depuis 1988. Aujourd'hui, ARCHOS propose des Tablettes Internet, des Tablettes PCs et des baladeurs MP3/MP4. Dès 2000, ARCHOS a lancé le Jukebox 6000, le premier baladeur MP3 avec disque dur. Puis il a introduit en 2003, le premier baladeur multimédia avec enregistrement TV. Dès 2006, les baladeurs sont dotés du WiFi et d'écrans tactiles dès 2007. En 2008, ARCHOS a lancé la première génération de Tablettes Internet connectées en 5" et 7". Enfin, en 2009, ARCHOS a dévoilé la première Tablette Internet sous Android. ARCHOS possède des bureaux aux Etats-Unis, en Europe et en Asie. ARCHOS est coté au compartiment C d'Eurolist, Euronext Paris, ISIN CodeFR0000182479. Site Web : www.archos.com.

ARCHOS	MEDIASOFT
Loïc POIRIER	Emmanuelle BUREAU DU COLOMBIER
Directeur Général Adjoint	Relations Presse
Email : poirier@archos.com	Email : Ebdc@mediasoft-rp.com
Tél. : 01 69 33 16 90	Tél: 01 55 34 30 00