

Assemblée générale de Loewe AG 2010 :

Un début d'année 2010 réussi pour Loewe

- **Chiffre d'affaires et résultat au 1er trimestre 2010 légèrement en hausse par rapport à l'année précédente**
- **Proposition de dividende de 0,25 euro par action**
- **Trois nouvelles gammes d'appareils en 2010**
- **Participation majoritaire dans une entreprise multimédias**
- **Croissance modérée du chiffre d'affaires attendue pour l'ensemble de l'année**

« Loewe enregistre un bon début d'année. Concernant le chiffre d'affaires et le résultat, nous nous situons au premier trimestre légèrement au-dessus du niveau de l'année précédente à la même période. D'autre part, notre entreprise ressent ces jours-ci les premiers effets de la Coupe du Monde. La Coupe du Monde de football semble assurer cette année encore son rôle traditionnel de locomotive conjoncturelle pour notre branche », souligne Frieder C. Löhner, Président du Directoire de Loewe AG, lors de l'Assemblée générale de la société à Munich.

À l'inverse de la tendance de la branche, Loewe s'était montrée profitable l'an passé avec un EBIT de 13,5 millions d'euros (contre 28,5 millions d'euros l'année précédente). « Nous avons bien surmonté les turbulences de la crise mondiale financière et économique sur le marché Premium », explique Löhner. La marge avait la priorité sur le chiffre d'affaires. Loewe a été en mesure de maintenir à peu près la stabilité des prix sur un marché marqué par une forte chute des prix. Ce phénomène s'est répercuté sur le chiffre d'affaires, lequel a reculé pour passer de 374 millions d'euros l'année précédente à 324 millions d'euros. Au-delà de la commercialisation à des prix stables, le résultat a surtout connu l'influence positive de la part toujours élevée des téléviseurs grand format, des frais d'acquisition plus avantageux et d'un commerce national relativement fort.

En raison de la bonne croissance des résultats, un paiement de dividendes à hauteur de 0,25 euro par action est proposé à l'Assemblée générale pour l'exercice écoulé, contre 0,50 euro par action pour l'année 2008.

Notre réussite a également reposé en 2009 sur le développement conséquent de la stratégie Premium. « Loewe est plus que jamais la marque Premium européenne de

l'électronique de divertissement. Nous avons atteint ce but grâce à la concentration conséquente de l'ensemble de l'entreprise sur nos valeurs de marque centrales : innovation judicieuse, langage des formes minimaliste et individualité exclusive. » Loewe a mis en avant de façon impressionnante son exigence Premium avec justement l'an passé l'introduction réussie sur le marché de la nouvelle ligne haut de gamme Loewe Reference. Loewe Reference a déjà été récompensée plusieurs fois et a gagné de nombreux tests.

« Nous prévoyons également pour l'année en cours un feu d'artifice de nouveaux produits », ainsi Frieder C. Löhner. En amont de la Coupe du monde de football, la nouvelle gamme Loewe Individual arrive ces jours-ci sur le marché – des systèmes de divertissement à domicile hautement individuels offrant d'innombrables alternatives en matière de technique et de design. Deux nouvelles gammes de téléviseurs suivront encore à l'automne.

L'acquisition de la participation majoritaire de Loewe dans l'entreprise multimédias MacroSystem sera achevée au cours des prochaines semaines. « Nous renforçons de cette manière notre compétence au niveau du logiciel multimédias lié au produit et nous allons également prendre en charge la production de MacroSystem », relate Löhner. Au cours des dernières années, MacroSystem a systématiquement étendu le domaine commercial du divertissement à domicile avec des solutions de produits innovantes, en particulier au niveau des magnétoscopes BluRay/à disque dur. Loewe va utiliser ce savoir-faire en particulier pour des guides programmes électroniques très performants et individualisables, mais également pour le traitement et l'archivage faciles de fichiers vidéo, audio et fichiers d'images. La plate-forme représente en outre la base optimale pour faire progresser la fusion des applications Internet et télévisuelles. Les paiements pour la participation majoritaire à la société jusqu'ici en plan de résorption d'insolvabilité sous responsabilité personnelle s'élèveront à quelques millions seulement.

Pour l'exercice en cours, Loewe escompte une croissance modérée du chiffre d'affaires. Loewe est très bien positionnée avec ses solutions innovantes de divertissement à domicile et va de nouveau enregistrer en Allemagne en 2010 un chiffre d'affaires élevé et réaliser de profitables hausses à deux chiffres sur les autres marchés européens principaux. En tant que marque Premium, Loewe continue de s'orienter de façon conséquente sur le résultat avec une discipline des coûts et une commercialisation orientée valeur et escompte pour l'année 2010 un EBIT atteignant le niveau de l'année précédente. Grâce à sa très solide structure de capital et aux contrats de financement à longue portée, l'entreprise est en outre parfaitement armée pour l'avenir.

Contact :

Loewe Opta Benelux S.A.

Uilenbaan 84
2160 Anvers
Belgique
Tel. +32-3-270.99.30
Fax +32-3-353.45.08
Kevin Clerebout
kevin.clerebout@loewe.be
www.loewe.be

Media Mania

Kipdorp 23
2000 Anvers
Belgique
Tel. + 32-3-213.07.45
Fax +32-3-213.07.46
Raf Caramin
raf@mediamania.be
www.mediamania.be

A propos de Loewe

Design primé, technique innovante et qualité absolue sont des qualités typiques des produits proposés par la marque premium Loewe. Atouts technologiques : systèmes de divertissement à domicile avec qualité d'image haute définition, enregistreur disque dur intégré et possibilité de réception de la télévisions numérique. En 2009, l'entreprise cotée en bourse, fondée en 1923 à Berlin, a enregistré un chiffre d'affaires de 325 millions d'euros et un EBIT de 13,5 millions d'euros. Loewe produit et distribue des téléviseurs, lecteurs Blu-ray, graveurs DVD et composants audio proposés en tant que solutions Home Cinema complètes.

LOEWE.