
Document de présentation de Rue Princesse SAS



Strictement Confidentiel

Avril 2011

Avertissement

La présente note a été rédigée par Rue Princesse dans le but d'être remise à un nombre restreint d'investisseurs susceptibles d'être intéressés par l'opération envisagée.

Le rapport a été élaboré sur la base des informations communiquées par l'actionnaire majoritaire de Rue Princesse SAS (ci-après « la Société ») relatives à sa situation financière, ses caractéristiques, ses objectifs et sa qualité de personne morale. La société a procédé avec soin à la collecte des informations nécessaires et a réalisé à partir de celles-ci les analyses contenues dans le présent document, mais n'assume néanmoins aucune responsabilité quant à l'exactitude et au caractère exhaustif de ces informations et analyses.

Le présent document ne saurait se substituer à un audit que le candidat a toujours la possibilité de solliciter auprès de ses propres conseils.

Le destinataire de ce document admet par la simple réception de celui-ci, que la Société ne pourra être tenue pour responsable d'une quelconque inexactitude ou omission qu'il pourrait contenir, ni d'aucune opinion qui y serait formulée.

Rue Princesse diffuse cette note sous le sceau de la confidentialité la plus stricte, avec comme seul objectif de permettre à ses destinataires de se déterminer sur la possibilité de s'intéresser ou non et d'étudier ou non la transaction qui y est décrite.

Le destinataire s'engage à se conformer à l'engagement de confidentialité précédemment signé et à ne transmettre ce document qu'à ceux de ses collaborateurs et conseils qui en auront besoin pour préparer sa décision, après les avoir informés du caractère confidentiel du dossier et leur avoir donné les directives nécessaires aux fins d'éviter toute divulgation. Il s'engage également à utiliser cette note de bonne foi et dans le seul cadre de l'étude de l'opération.

En cas de décision de ne pas participer à cette opération, le destinataire devra retourner la présente note ainsi que tout document complémentaire envoyé, à

RUE PRINCESSE SAS

220, Rue de Rivoli

75001Paris

Tel : + 33 1 47 03 37 20

Fax : + 33 1 47 03 38 13

Laurent Morel-Ruymen

Rue Princesse France sas

lmr@rueprincesse.com

+ 33 1 47 03 37 20

+ 33 6 15 04 76 32

Martine Zervudacki-Farnier

DS Avocats

46 rue de bassano 75008 Paris

zervudackifarnier@dsavocats.com

+33 1 53 67 50 00

RUE PRINCESSE



PARIS

Sommaire

I. Synthèse	4
1.1 Présentation synthétique	5
1.2 Principales considérations d'investissement	6
1.3 Transaction proposée	8
II. Présentation de l' Activité	9
2.1 Historique de développement	10
2.2 L'offre produits	11
2.3 Répartition du chiffre d'affaires	13
2.4 De la conception du produit à la fabrication	14
2.5 De la fabrication à la livraison finale	15
2.6 Réseau de distribution	16
2.7 Politique marketing et communication	17
2.8 Organigramme fonctionnel	19
2.9 Management	20
III. Eléments Financiers	21
3.1 Résultats historiques Rue Princesse SAS + marques	22
3.2 Bilan de Rue Princesse SAS	23
3.3 Perspectives à plus long terme	24
IV. Annexes	25
Extraits des catalogues	26
Press book	28

RUE PRINCESSE



PARIS

I. Synthèse

I. Synthèse

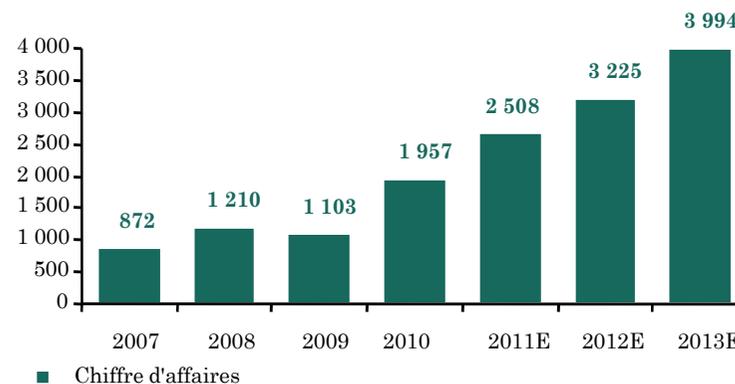
1. Présentation synthétique

- ❑ Créée en 2006 et présidée par Monsieur Laurent Morel, 40 ans, la société Rue Princesse SAS (ci-après « la Société ») conçoit, développe et commercialise, sous la marque éponyme, une gamme de maroquinerie « mass premium ».
- ❑ L'offre produits compte 400 références, allant de la petite maroquinerie au sac à main. **Le produit phare est le sac à main pour femme, design&chic, imitation cuir et commercialisé à un prix inférieur à 100€.**
- ❑ La Société commercialise ses collections via un réseau de revendeurs multimarques maroquinerie et PAP (au total 400 revendeurs en France et en Europe) dans les grands magasins et via internet. La Société a un magasin en propre rue Princesse à Paris lequel sert essentiellement de vitrine.
- ❑ La Société assure la communication autour de la marque, le développement produits, le contrôle qualité et la commercialisation des collections. L'intégralité de la production est quant à elle externalisée en Chine et en Egypte.
- ❑ La Société a réalisé un chiffre d'affaires de 2 M€ en 2010 (objectif 2011: 2,6 M€) et dégagé un résultat d'exploitation de l'ordre de 8% du chiffre d'affaires.
- ❑ Le siège social et le showroom sont situés Rue de Rivoli à Paris. Les effectifs se montaient à 10 personnes au 31 décembre 2010, dont 4 salariés, 3 free lance et 3 stagiaires.
- ❑ Les actionnaires de la Société sont Laurent Morel (majoritaire), Président ainsi que la designer, la responsable produits et enfin un fonds TEPA.

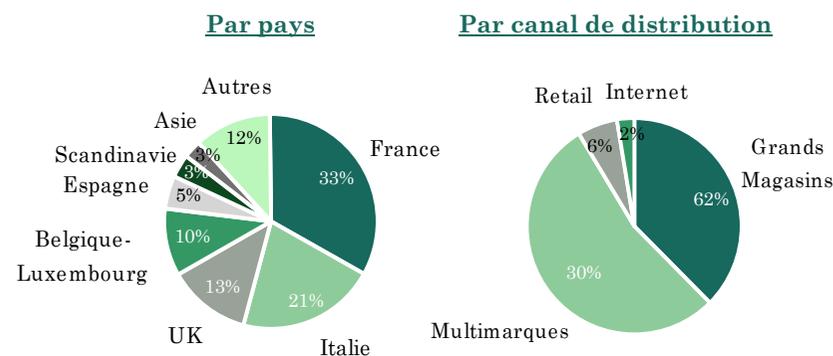
RUE PRINCESSE



Evolution du CA 2007 – 2013E (en k€)



Repartition du chiffre d'affaires 2010E



I. Synthèse

2. Principales considérations d'investissement 1/2

Rue Princesse représente une opportunité unique d'investissement dans une nouvelle marque de maroquinerie en pleine expansion en France, en Europe et à horizon 12 mois dans le reste du monde.

- ❑ Un management expérimenté, issu du secteur de la maroquinerie.
- ❑ Une marque qui a su, en moins de 4 ans, se trouver une part de marché aux cotés des plus grandes.
- ❑ Un positionnement prix/style (design chic à moins de 100€) en adéquation avec une demande croissante du marché pour ce type de produit.
- ❑ Un savoir faire produit permettant de développer rapidement un chiffre d'affaire sous licence.
- ❑ Un chiffre d'affaires à l'export supérieur à 65% (2010).
- ❑ Un réseau de distribution comptant plus de 400 revendeurs et parfaitement maillé tant en France qu'en Europe.
- ❑ Un site internet pleinement opérationnel (marketing + e-commerce).



RUE PRINCESSE



I. Synthèse

2. Principales considérations d'investissement 2/2

- ❑ **Un système d'informations performant (Navision)** permettant à la Société :
 - de suivre précisément et quotidiennement ses performances commerciales;
 - de gérer quotidiennement les livraisons;
 - de **concilier Société « Start up » et qualité de services, en passant par une grande qualité d'information.**

- ❑ Une excellente visibilité sur le chiffre d'affaires 2011, le carnet de commandes ferme se monte à 1 300 K€ au 28 Février 2011, soit 50% du chiffre d'affaires budgété 2011.

- ❑ Une excellente rentabilité, le résultat d'exploitation 2010 retraité est proche de 8% du chiffre d'affaires, la Société vise une marge d'exploitation de 14% à horizon 2013.

- ❑ Des perspectives de développement dont pour Rue Princesse:
 - la poursuite de l'expansion du réseau (notamment dans les grands magasins européens);
 - le développement d'une ligne d'accessoires;
 - le lancement d'une ligne de prêt-à-porter sous la marque « RP Couture »;
 - l'étoffement de l'offre Homme.

- ❑ Le déploiement d'une activité de production sous licence d'accessoires pour des marques de Prêt à porter.

RUE PRINCESSE



I. Synthèse

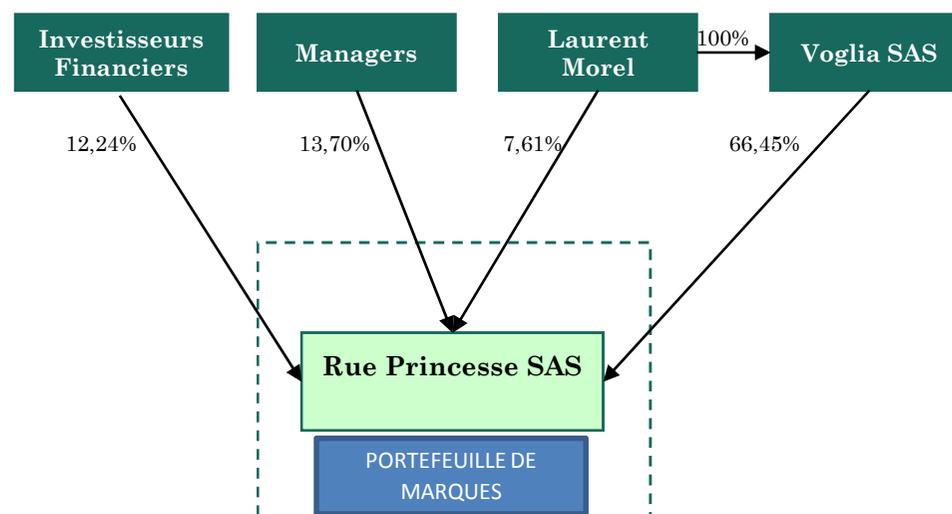
3. Transaction proposée

- ❑ L'actionnaire majoritaire de la Société, Laurent Morel, considère que le développement de la Société sera largement accéléré via l'ouverture majoritaire de son capital à un partenaire tiers (ci-après « l'Opération »), et par ailleurs souhaite se consacrer à un nouveau projet.
- ❑ L'actionnaire souhaite par conséquent se désengager d'une activité, tout en étant très sensible au projet stratégique du repreneur et en étant prêt à accompagner le repreneur pendant une période de transition restant à définir. Afin de renforcer les fonds propres de l'entreprise, L'actionnaire estime que le repreneur devra procéder à une augmentation de capital de 300K€.
- ❑ Le périmètre de la transaction inclut :
 - 100% de la Société opérationnelle Rue Princesse SAS;
 - Le portefeuille des marques de la société Voglia SAS. (ie La marque RUE PRINCESSE déposée à l'internationale dans les classes de produits stratégiques)

RUE PRINCESSE



Périmètre juridique de l'Opération

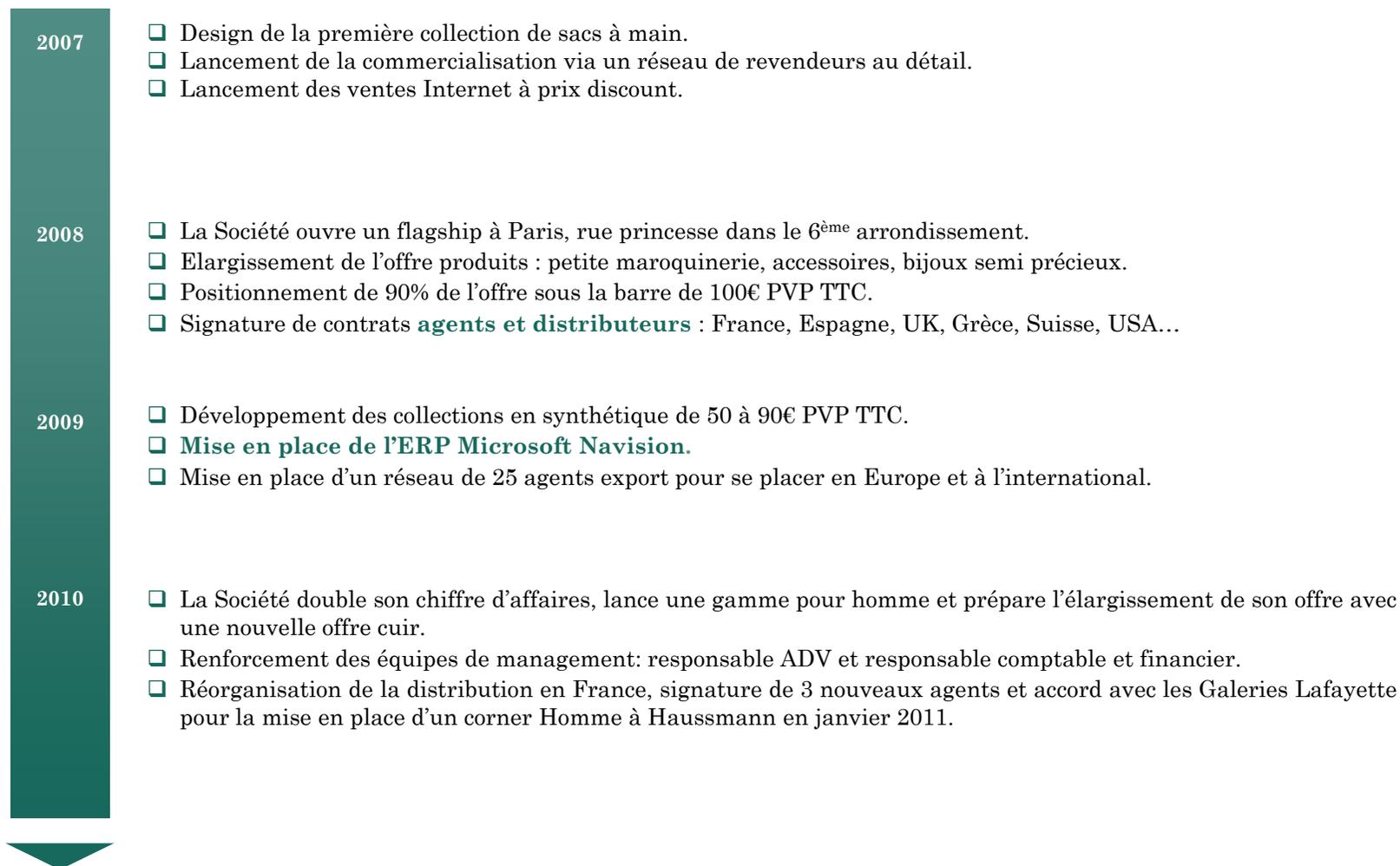


 : Périmètre juridique de l'Opération

II. Présentation de l'activité

II. Présentation de l'activité

1. Historique de développement



II. Présentation de l'activité

2. L'offre produits 1/2

- ❑ La Société commercialise une gamme de produits de maroquinerie composée d'une dizaine de lignes de sacs à main et de 4 lignes de petite maroquinerie pour un total d'environ 400 références.
- ❑ Parmi l'offre sacs à main :
 - ✓ les lignes de produits imitation cuir représentent 90% des ventes;
 - ✓ les lignes cuir 10%.
- ❑ **Le produit phare est le sac à main pour femme, design&chic, imitation cuir et commercialisé moins de 100€.**
- ❑ Une Collection Homme a été lancée cet hiver (4 lignes à un prix de vente public moyen de 100€). La collection homme représente 2% du Chiffre d'affaires global.



RUE PRINCESSE



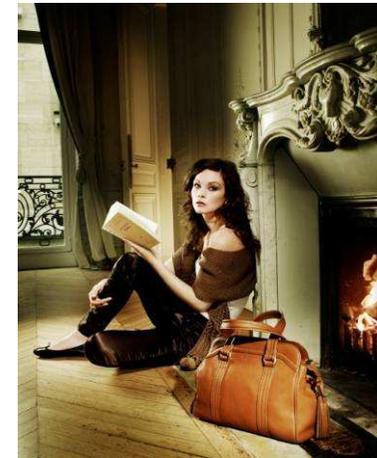
II. Présentation de l'activité

2. L'offre produits 2/2

- ❑ La Société commercialise deux collections par an :
 - ✓ Une collection Automne Hiver N présentée à partir de janvier N et livrée de Juin à Aout N;
 - ✓ Une collection Printemps Eté N+1 présentée à partir d'Août N et livrée de Décembre N à Février N+1.

- ❑ Chaque collection comprend **80% de nouveaux modèles** et 20% de modèles de précédentes saisons (avec des variantes de couleur).

- ❑ Le prix de vente public moyen est inférieur à 100€ (pour un prix de vente gros unitaire moyen de 30€), **ce qui permet à la marque de rivaliser avec l'offre produit accessoire des grands réseaux de P.A.P (i.e. ZARA, etc.)**.



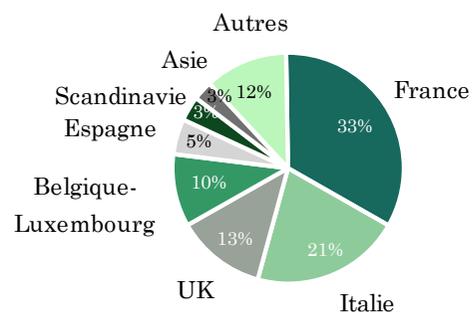
RUE PRINCESSE



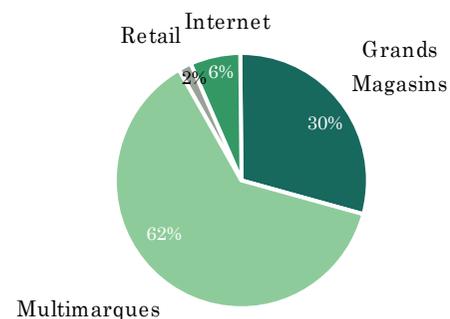
II. Présentation de l'activité

3. Répartition du chiffre d'affaires

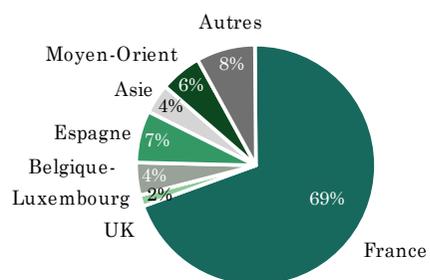
Répartition du chiffre d'affaires par pays en 2010E



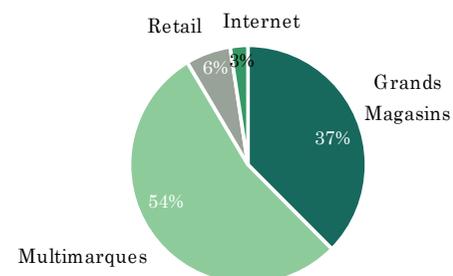
Répartition du chiffre d'affaires par canal de distribution en 2010E



Répartition du chiffre d'affaires par pays en 2009

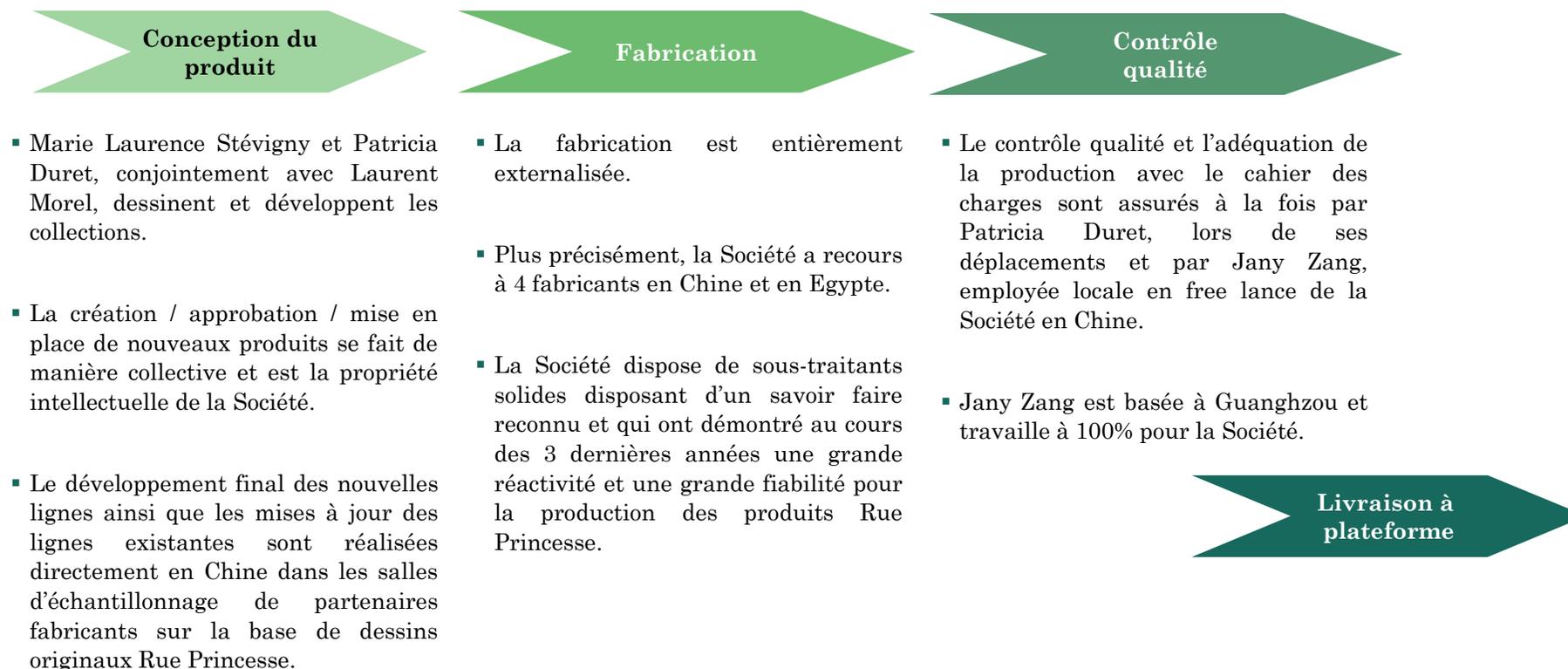


Répartition du chiffre d'affaires par canal de distribution en 2009



II. Présentation de l'activité

4. De la conception du produit à la fabrication



II. Présentation de l'activité

5. De la fabrication à la livraison finale

Fonctionnement actuel:



Fonctionnement prochain:



La logistique est en voie d'optimisation (suppression des plateformes locales) pour gagner en efficacité et en rentabilité.

II. Présentation de l'activité

6. Réseau de distribution

□ Les produits sont commercialisés au travers:

- ✓ D'un réseau multimarques de maroquinerie et de PAP. A ce jour : 400 points de vente multimarques.
- ✓ 21 agents et 2 distributeurs à l'export qui présentent les collections à un réseau de revendeurs multimarques et de grands magasins sur une zone géographique exclusive.
- ✓ 20 espaces en grands magasins en France, Belgique et Dubai.
- ✓ De sites Internet dont le site marchand de la Société et 3 sites Internet partenaires, principalement pour écouler les stocks de précédentes collections.
- ✓ Du magasin en propre à Paris.



Agents / Distributeurs	Vente Directe
● Allemagne: 2 agents	● Emirats Arabes Unis
● Autriche: 1 agent	● Japon
● Benelux: 1 agent	● Liban
● Espagne: 4 agents	● Moyen Orient
● France: 3 agents	● Royaume Uni
● Grèce: Distributeur	
● Italie: 9 agents	
● Scandinavie: 1 agent	
● Suisse: Distributeur	

RUE PRINCESSE



II. Présentation de l'activité

7. Politique marketing et communication (1/2)

- ❑ En vue de lancer et d'asseoir la notoriété de la marque, la Société mène des actions marketing et communication très ciblées:
 - ✓ Nombreux rédactionnels en presse magazine;
 - ✓ Envoi de catalogues saisonniers (plus de 2000);
 - ✓ Site internet;
 - ✓ Publicités et rappels de marques sur les lieux de ventes reprenant les visuels catalogue.



Cluser, Mars 2008



Marie-France, Avril 2009



Madame Figaro, Octobre 2010

Laurent Morel (Président) : « *Rêvée au cœur de la rive gauche pour toutes les cendrillons modernes qui sont des princesses de cœur* ».

RUE PRINCESSE



II. Présentation de l'activité

7. Politique marketing et communication (2/2)

Première boutique Rue Princesse à Paris

Paris
6

La marque d'accessoires de mode Rue Princesse a une première adresse parisienne sur la rive gauche... rue Princesse bien sûr (au n° 11). Cette boutique écriin, tout en camaieu de blanc et beige, où les matériaux précieux se marient à un agencement épuré, coiffé d'un grand lustre offrant une ambiance lumineuse, transparente et féérique, accueille la collection de bijoux et de maroquinerie. Rue Princesse se positionne sur le créneau du luxe et du rêve abordables pour une femme féminine, pétillante et parisienne. La marque-enseigne a ouvert trois points de vente en 2007 et en annonce autant pour 2008 et les prochaines années.

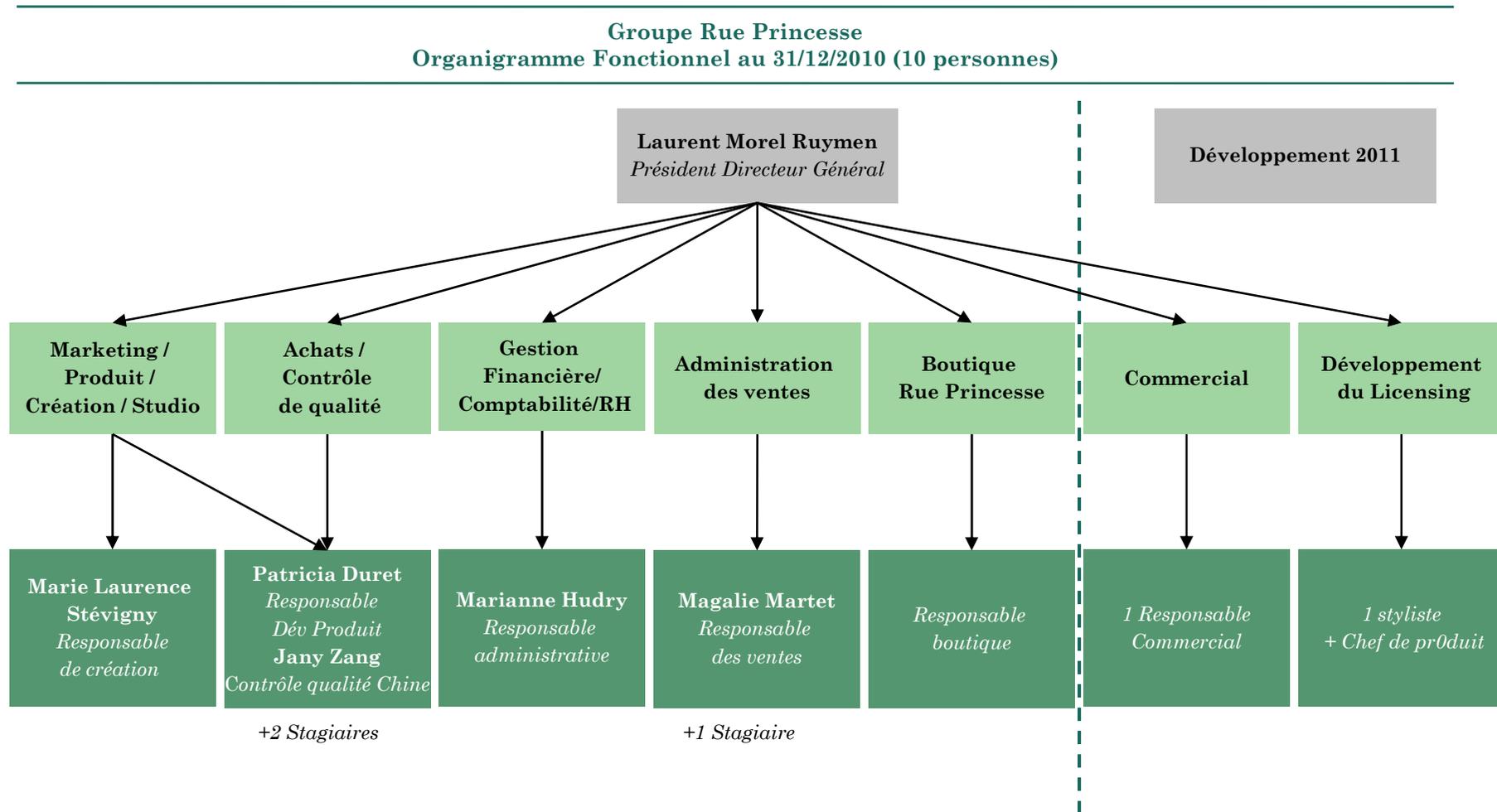


RUE PRINCESSE



II. Présentation de l'activité

8. Organigramme fonctionnel



RUE PRINCESSE



II. Présentation de l'activité

9. Management

Laurent Morel-Ruymen <i>Fondateur et Président, 40 ans</i>	<ul style="list-style-type: none">✦ 2006 : Création de Rue Princesse après avoir développé des marques distributeur aux USA. Laurent Morel a été agent de Mandarina Duck et Lamarthe durant 2 ans à New York après avoir été directeur export au sein du groupe Mandarina Duck
Patricia Duret <i>Directrice de production, 45 ans</i>	<ul style="list-style-type: none">✦ 2006 - 2010 : Responsable développement produit Rue Princesse✦ 2002 - 2006 : Développement de Kenzo maroquinerie✦ 1997- 2002 : Responsable produit chez Lamarthe durant 5 ans où elle collabore au relancement de la marque✦ 1990-1997 : Chef de produit maroquinerie au sein de la maison Nina Ricci durant 7 années
Marie Laurence Stevigny <i>Directrice de création, 42 ans</i>	<ul style="list-style-type: none">✦ 2006 - 2010 : Supervision de la création de Rue Princesse et collaboration dans le même temps comme free lance au bureau de style de plusieurs marques comme Agnelle et Nike.✦ Avant 2006 : Designer maroquinerie au bureau de style Nina Ricci pendant 6 ans avant de rejoindre le studio de Bill Amberg à Londres
Marianne Hudry <i>Responsable administrative,DECF, 32 ans</i>	<ul style="list-style-type: none">✦ Oct 2010: Responsable administrative de Rue Princesse.✦ 2006 - 2010: Responsable d'un portefeuille clients en expertise et commissariat aux comptes chez Magellan.
Jany Zang <i>Responsable contrôle qualité en Chine, 30 ans</i>	<ul style="list-style-type: none">✦ 2008 - 2010: Responsable contrôle qualité en Chine des produits Rue Princesse✦ 2005 - 2008: Account manager export auprès de la société Dongguan Only Leather (fournisseur de Rue Princesse)

III. Éléments financiers

III. Eléments financiers

1. Résultats historiques Rue Princesse SAS + marques

Comptes de résultats Rue Princesse 2007 – 2010E (K€)

<i>En euros</i>	31/12/07	31/12/08	31/12/09	31/12/10
Ventes de marchandises (H.T.)	851 922	1 177 241	1 076 009	1 925 260
Produit divers (H.T.)	19 844	32 820	27 015	45 888
Chiffres d'affaires nets	871 766	1 210 061	1 103 024	1 971 148
Achats de marchandises consommés	423 767	461 366	496 928	758 100
MARGE BRUTE	447 999	748 695	606 096	1 213 048
<i>En % du CA HT</i>	<i>52,6%</i>	<i>63,6%</i>	<i>56,3%</i>	<i>63,0%</i>
Autres achats et charges externes (*)	359 927	608 608	654 635	927 497
Frais de personnel	38 381	52 239	80 903	149 201
Autres charges (**)	0	4 411	3 469	8 355
EBITDA	49 691	83 437	-132 911	127 995

(*) *Retraitement management fee / Divers non normatif / Non récurrent*

(**) *Retraitement Royalties*

(***) *Retraitement management fee / Divers non normatif / Non récurrent / Royalties*

	31/12/09	31/12/10
Management fees	0	35 000
Divers non normatif	50 000	60 000
Non récurrent (Watson/ISF PME)	0	13 000
Royalties	75 293	134 768

RUE PRINCESSE



- Entre 2007 et 2009, le chiffre d'affaires de la Société a crû progressivement avec un déploiement essentiellement français. En 2010, elle double quasiment son chiffre d'affaires avec un fort développement à l'international (plus de 65% du chiffre d'affaires en 2010).
- La marge brute (chiffre d'affaires – achats consommés) s'établit à un très bon niveau, de l'ordre de 60%.
- Les autres achats et charges externes (2010E) comprennent:
 - Les rémunérations des freelance (environ 110K€)
 - Les prestations logistiques (environ 70K€)
 - Les frais de transports (environ 245K€)
 - Les loyers (boutique et showroom, 105K€)
 - Les voyages et déplacements (environ 100K€)
 - Les frais de publicité et catalogues (environ 35K€)
 - Ainsi que les honoraires, les frais de téléphone et internet...
- La perte en 2009 résulte d'un triple facteur:
 - Arrêt des commandes au troisième trimestre 2009
 - Augmentation des charges du à l'effort de déploiement de la société à l'export
 - Détérioration du taux de marge brute, résultant lui-même de changements de fournisseurs dans un contexte de moindre pouvoir de négociation.

III. Eléments financiers

2. Bilan de Rue Princesse SAS

BILAN				
<i>En K euros</i>	31/12/07	31/12/08	31/12/09	31/12/10
Immobilisations incorporelles	0	3	32	126
Immobilisations corporelles	54	95	137	138
Immobilisations financières	5	20	26	26
Actif immobilisé	59	118	194	290
stock	39	22	8	118
Avces & acptes versés sur commandes	0	0	0	85
clients	13	53	247	692
Autres créances	16	47	155	354
Charges constatées d'avance	4	30	42	29
Actif circulant	72	152	452	1 278
Trésorerie	0	69	14	1
TOTAL ACTIF	131	339	660	1 569
Capitaux propres	67	76	205	308
Avces & acomptes reçus sur commandes	0	0	0	29
Dettes fournisseurs	43	81	168	687
Dettes fiscales et sociales	17	35	48	55
Autres dettes	0	75	25	180
Produits constatés d'avance	0	0	0	5
Passif circulant	60	191	241	956
Dettes financières	4	73	214	306
TOTAL PASSIF	131	339	660	1 569

RUE PRINCESSE



□ Les immobilisations incorporelles incluent essentiellement le portefeuille de marques, les dessins, les modèles et les frais d'établissements

□ Les immobilisations corporelles se composent majoritairement des agencements du showroom rue de Rivoli et de la boutique Rue Princesse.

En outre, la Société bénéficie de deux baux commerciaux:

- L'un signé en juin 2009 (bail 3, 6, 9 ans) concerne la boutique de la rue Princesse (pas de porte estimé à plus de 100K€);
- L'autre signé en juin 2008 (bail 3, 6, 9 ans) pour le showroom de la rue de Rivoli (400€ le mètre carré, au lieu de 550€ au prix du marché).

□ Au 31/12/09 le BFR se monte à 129K€

- Les stocks représentent moins de 3 jours de CA;
- Les clients sont facturés à 60 jours fin de mois. La Société recourt à l'affacturage et dispose de deux lignes: l'une de 500K€ à l'export et l'autre de 300K€ pour la France; au 31/12/2010 le montant affacturé se montait à 173K€ (pour un dépôt de 66K€);
- Les fournisseurs sont réglés au lancement de la production (30%) puis le solde en moyenne à 30 jours.

□ Pour information, la dette nette de la Société à fin 2010 se monte à 300K€.

III. Eléments financiers

3. Perspectives à plus long terme

Comptes de résultats prévisionnel 2011 – 2013E (K€)

<i>En euros</i>	31/12/11	31/12/12	31/12/13
Ventes de marchandises (H.T.)	2 481 000	3 225 000	3 994 000
Production (H.T.)	27 000	0	0
Chiffres d'affaires nets	2 508 000	3 225 000	3 994 000
Achats de marchandises consommés	1 172 685	1 295 000	1 604 000
MARGE BRUTE	1 335 315	1 930 000	2 390 000
<i>En % du CA HT</i>	<i>53,8%</i>	<i>59,8%</i>	<i>59,8%</i>
VALEUR AJOUTEE	315 315	667 000	872 000
<i>En % du CA HT</i>	<i>12,7%</i>	<i>20,7%</i>	<i>21,8%</i>
Autres achats et charges externes (*)	1 020 000	1 263 000	1 518 000
Frais de personnel	196 805	204 000	266 000
Autres charges (**)	5 000	10 000	10 000
EBE	109 344	450 014	587 688
<i>En % du CA HT</i>	<i>4,4%</i>	<i>14,0%</i>	<i>14,7%</i>
EBITDA	113 510	453 000	596 000
Dotations aux amortissements	66 000	66 000	61 000
EBIT	47 510	387 000	535 000
Résultat d'exploitation	38 344	374 014	516 688
Résultat courant (CIR inclus)	98 344	414 684	555 128

RUE PRINCESSE



□ Le business plan présenté repose sur les principales hypothèses suivantes:

▪ **Chiffre d'affaires:**

Le management anticipe une forte progression du CA via:

- ✓ L'expansion du niveau de revendeurs en Europe et notamment via l'entrée dans les grands magasins européens;
- ✓ L'étoffement de la gamme Hommes;
- ✓ Le lancement d'une offre de prêt-à-porter pour la silhouette complète;
- ✓ Le lancement d'une gamme accessoires, en faisant levier sur la gamme prêt-à-porter.

▪ **Marge Brute:**

- ✓ Maintien à 60%, la Société est en position de force dans ses négociations avec ses sous traitants.

▪ **Charges de personnel:**

- ✓ Elles évoluent un peu moins que proportionnellement à la hausse du chiffre d'affaires.

▪ **Autres achats et charges externes:**

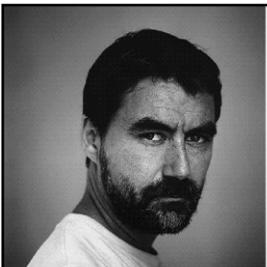
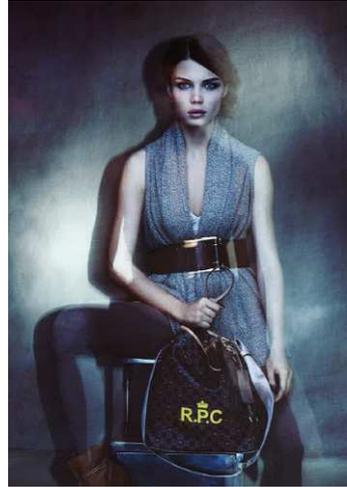
- ✓ Leur part relative diminue, conséquence d'une meilleure absorption des frais de structure.

□ Au total, sur la période, la rentabilité de la Société s'apprécie de 6 points pour atteindre 14%.

IV. Annexes

IV. Annexes

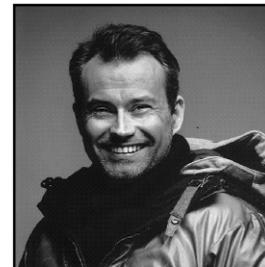
Extraits de catalogues (1/2)



NAME : NICOLAS G.
PROFESSION : PHOTOGRAPHE
PASSION : NUDE POLAROID



NAME : XAVIER H.
PROFESSION : ENGINEER
PASSION : RUBY



NAME : LAURENT M. B
PROFESSION : ENTREPRENEUR
PASSION : SAILING



RUE PRINCESSE



IV. Annexes

Extraits de catalogues (2/2)



RUE PRINCESSE



IV. Annexes

Press book (1/1)



Prima



Mode



Féminin



Madame



L'Essentiel



Prima

RUE PRINCESSE

