



Mayinlay 美|意|年

Mayinlay Jewellery Holdings (Hong Kong) Co., Ltd



Agenda

- I. Le marché
- II. La société Mayinlay
- III. Les perspectives de développement
- IV. Les données financières
- V. Conclusion





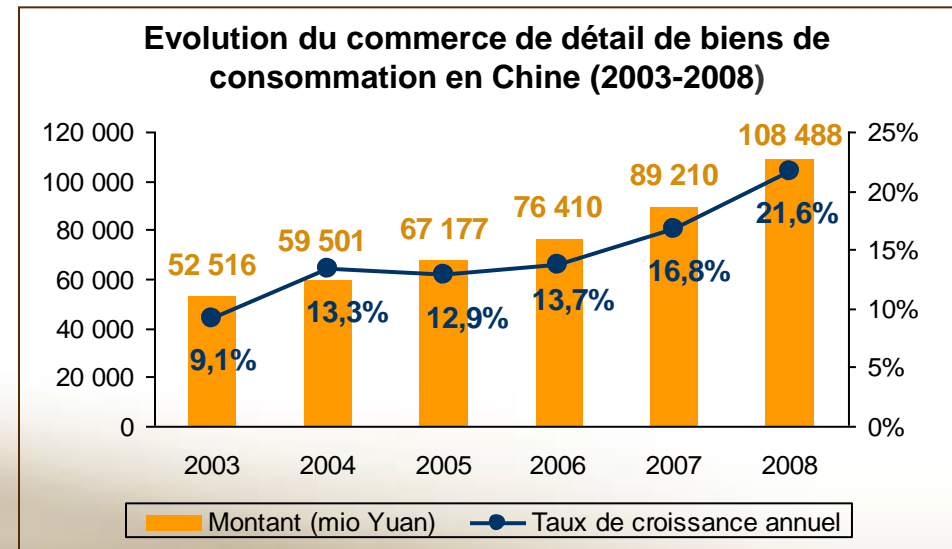
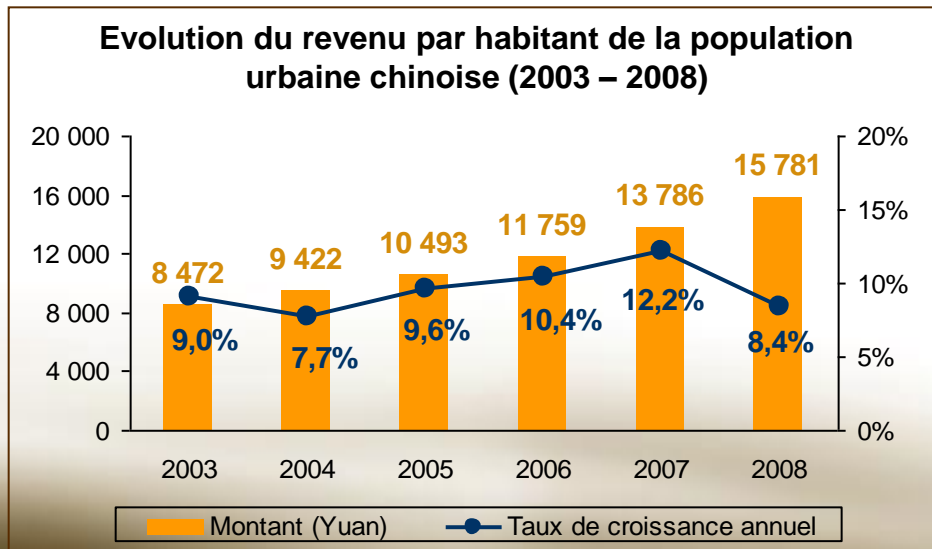
1. LE MARCHÉ





La très forte progression du pouvoir d'achat favorise la consommation des produits de luxe en Chine

- L'économie de la Chine est en développement rapide, avec **une croissance annuelle moyenne du PIB de 9%** au cours des dernières années
- Dans ce contexte, le **pouvoir d'achat** et la **consommation des ménages** sont en forte progression, avec une croissance marquée des dépenses consacrées aux loisirs, aux voyages, à la mode, aux bijoux,...
- Afin de **soutenir la demande du marché intérieur**, le gouvernement chinois a lancé dès 2008 un **plan économique massif**

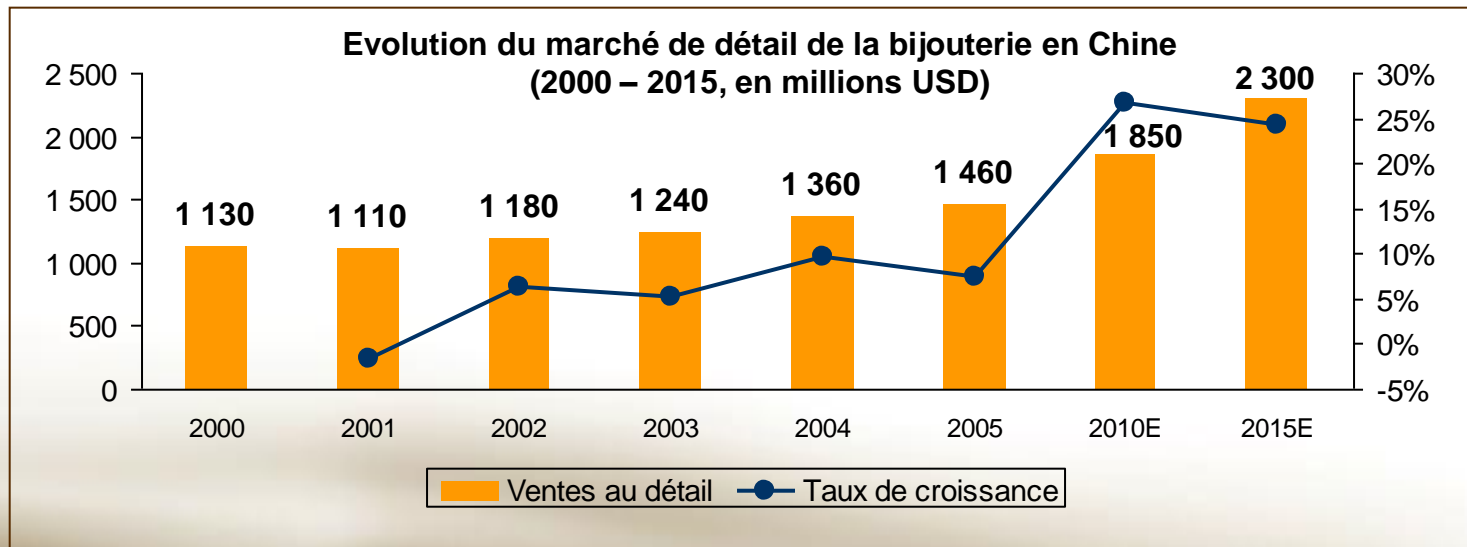


Source : Office national chinois des statistiques



Le marché chinois de la bijouterie devrait bénéficier d'une croissance annuelle très forte à moyen terme

- Le développement économique et l'augmentation du niveau de vie par habitant constituent une formidable **opportunité de développement pour la bijouterie et la joaillerie en Chine**
- Le marché chinois de la bijouterie devrait bénéficier d'une **croissance soutenue à moyen terme**
- Ainsi, la demande pour des bijoux, avec près de 20 millions de nouveaux mariés chaque année, atteint près de 25 milliards RMB



Source : China Securities Journal



Le marché chinois de la bijouterie présente donc des opportunités de marché considérables

- Un marché de 700 millions de clientes
- Une demande de bijoux en forte croissance à moyen terme
- Le développement des occasions d'achat de bijoux, avec le développement des « achats plaisir », dans le contexte d'une société de consommation en plein essor
- La montée en gamme du marché et les attentes croissantes des clientes chinoises pour des articles « mode »

Mayinlay

美|意|年



2. LA SOCIÉTÉ MAYINLAY



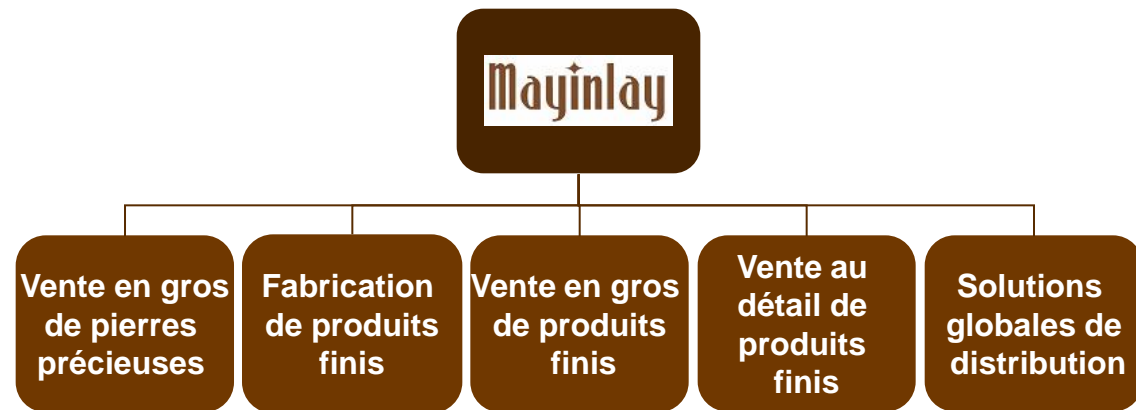


Présentation générale de la société Mayinlay

■ Structure de Mayinlay

- La société **Mayinlay Jewellery Holdings (Hong Kong) Co., Ltd**, est une entreprise de joaillerie indépendante.
- Elle possède un **centre indépendant de recherche et développement**, une **filiale de production** et une **organisation de vente**.
- La société holding détient 2 filiales : **Shenzhen Mayinlay Jewelry Co.,Ltd** et **Shenzhen Sufeiya Enterprise Corp.**

■ Organisation des activités





Présentation de la Direction de Mayinlay



Fondateur et Président

M. HuiFeng LIN

Fondateur et Président de Mayinlay.

Il est diplômé de Shenzhen Polytechnique et issu d'une famille aristocrate de bijoutiers.

Passionné de bijouterie et fort d'une riche expérience dans le secteur, il appréhende les tendances de la bijouterie et dégage la stratégie et les axes de développement de Mayinlay.

M. Hongzhan ZHU

Directeur Général, M. Zhu travaille depuis 27 ans dans la joaillerie à Hong Kong.

Il connaît parfaitement le marché, le sourcing des pierre précieuses et entretient d'excellentes relations avec les fournisseurs.

M. Junwei ZHEN

Directeur Financier de la société, il a travaillé préalablement au Centre de garanties financières des petites et moyennes entreprises de Shenzhen.

Il assure notamment le suivi budgétaire et le contrôle de gestion de la société.



Mayinlay déploie des valeurs fortes, combinant créativité et excellence professionnelle

- Des **valeurs fortes** sont prônées en interne : **sincérité, qualité, mode et image de marque**
- La volonté des dirigeants est de forger un groupe guidé par un **management à la fois rigoureux et humaniste**, permettant à Mayinlay d'innover et de se développer fortement





Une culture d'entreprise unique et un système de motivation performant

- Une culture d'entreprise forte veillant à intégrer **rigueur** et **créativité**
 - Management qui concilie **culture** et **science**, **individualisme** et **esprit d'équipe**
 - Application des concepts d'entreprise de “**recherche et développement** », « **application** », « **fidélité** »
 - Encouragement de la **créativité** et de l'**adaptation** à un environnement évolutif très compétitif
- Une **cohésion des équipes** accrue par un **système de motivation**
 - Organisation d'activités sociales et culturelles entre les collaborateurs afin d'accentuer **la cohésion** et assurer le **développement pérenne** de l'entreprise
- Un **système efficace** de partage des tâches et de **responsabilisation des collaborateurs** a été mis en place pour permettre le fonctionnement optimal de l'entreprise



Les grandes étapes du développement de Mayinlay

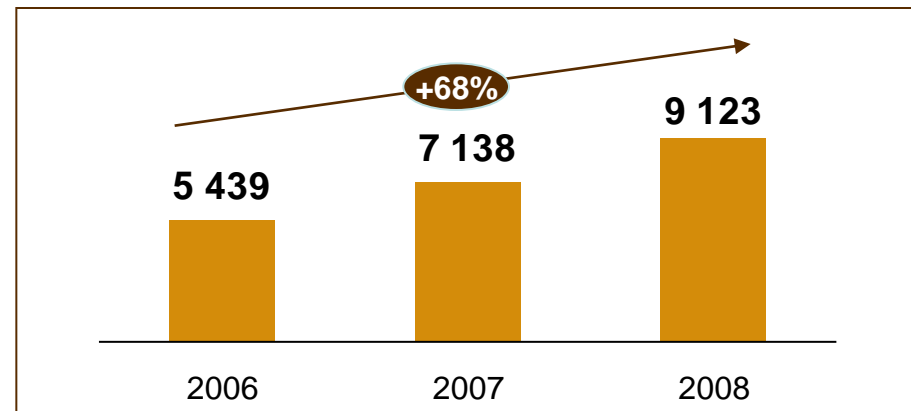
■ Etapes clés du développement :

- 2005 : planification
- 2006 : lancement de Mayinlay
- 2007-2008 : phase de développement initial
- 2009 : introduction sur le marché libre NYSE / Euronext et augmentation de capital

■ Une très forte croissance

- Au cours des 3 premières années de son existence, Mayinlay a bénéficié d'un **développement rapide** de ses activités
- Le **C.A. a progressé de 30% par an**, malgré la crise économique

Evolution du chiffre d'affaires (en milliers €)



Source : Mayinlay



Mayinlay produit une très large gamme de bijoux de haute qualité, sur les 2 segments porteurs du marché chinois (1/2)

■ Le cœur de l'offre de Mayinlay correspond au milieu de gamme :

- Prix compétitifs
- Design originaux
- Qualité d'exécution



Angel wings



The One, the Only



Delightful dreaming



Love Soulmate



Mayinlay produit une très large gamme de bijoux de haute qualité, sur les 2 segments porteurs du marché chinois (2/2)

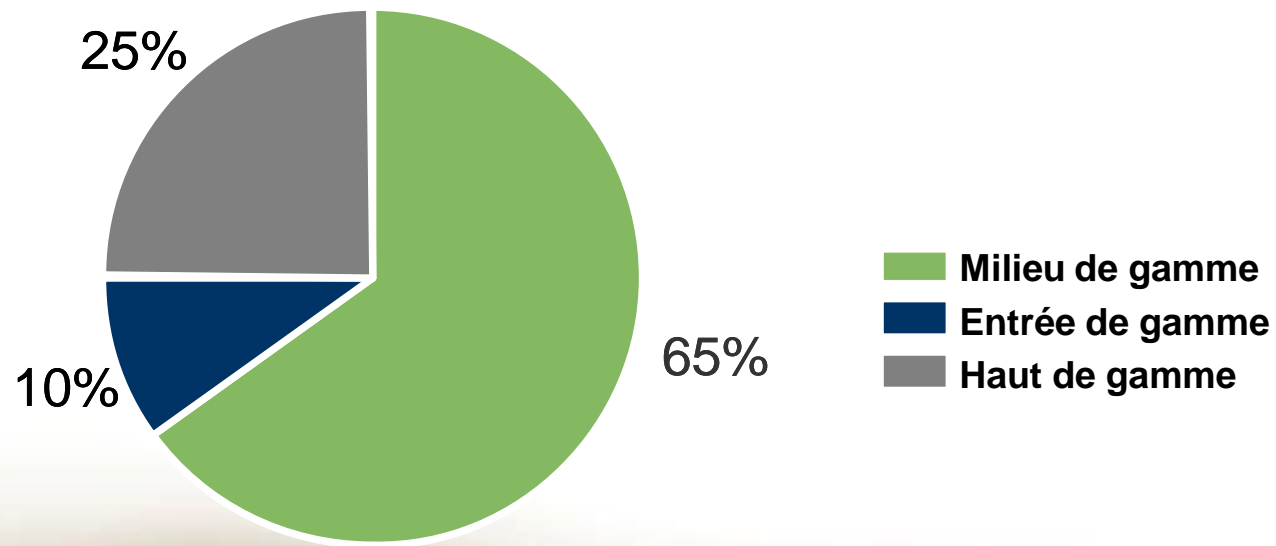
- En **complément**, Mayinlay propose également une offre de bijoux haut de gamme :
 - Pierres de haute qualité
 - Commandes spéciales
 - Bijoux exclusifs





Le milieu et le haut de gamme représentent près de 90% des ventes de Mayinlay

Répartition de la production de Mayinlay par segment
(2008)

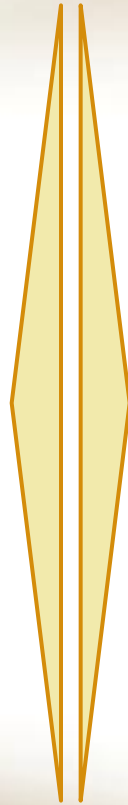


Source : Mayinlay



Mayinlay est le leader de la joaillerie en Chine en termes de capacités de création

- La société dispose d'un **Centre de Recherche & Développement** propre
- **3 600 nouveaux modèles** sont créés chaque année
- Une stratégie de **produits innovants**, de **grande qualité** et à **prix compétitifs**



- **Innovation technologique :**
Mayinlay est détentrice de **6 brevets techniques**, dont 3 font l'objet d'applications mises en marché :
 - ***Bijoux en braille***
Numéro de brevet d'utilisation : 200820180496.5
 - ***Méthode de micro-sertissage***
Numéro de brevet d'invention : 200810134484.3
 - ***Support métallique pour sertissage de diamant***
Numéro de brevet d'invention : 200810180288.X



La politique marketing véhicule les valeurs d'image de marque, de design, d'innovation et de qualité de Mayinlay

- Mayinlay met en œuvre des **campagnes publicitaires** (télé, presse, affichage, internet,...), des participations à des **shows professionnels** et des **accords** avec des écoles de mode



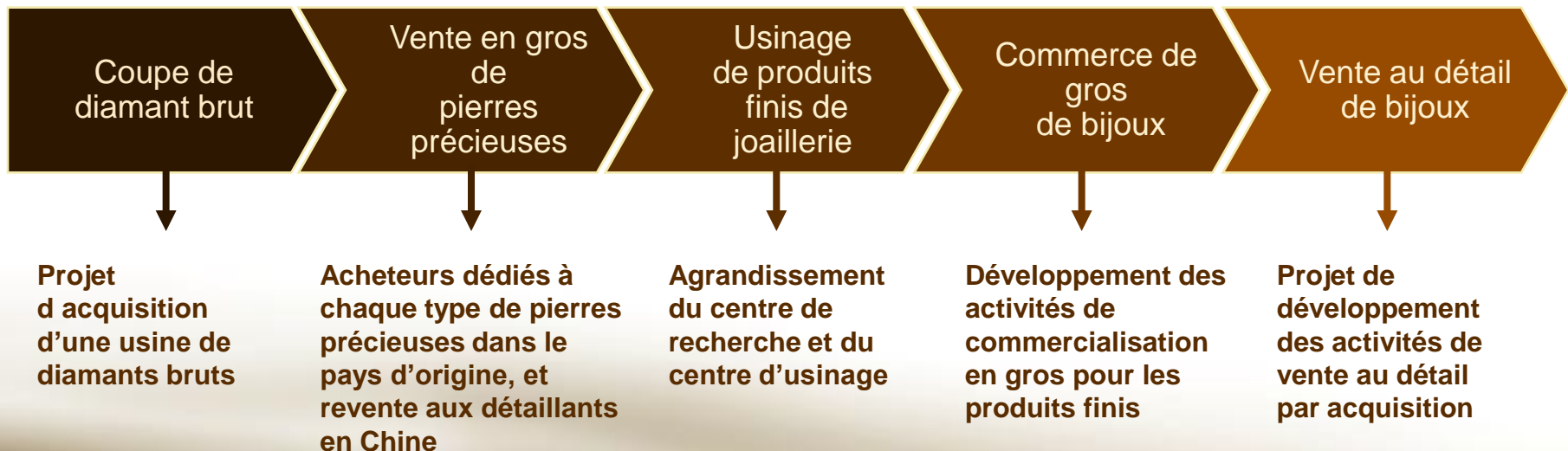
- Des **actions de partenariats** sont conclus à l'occasion d'évènements de prestige, tels que les Jeux Asiatiques





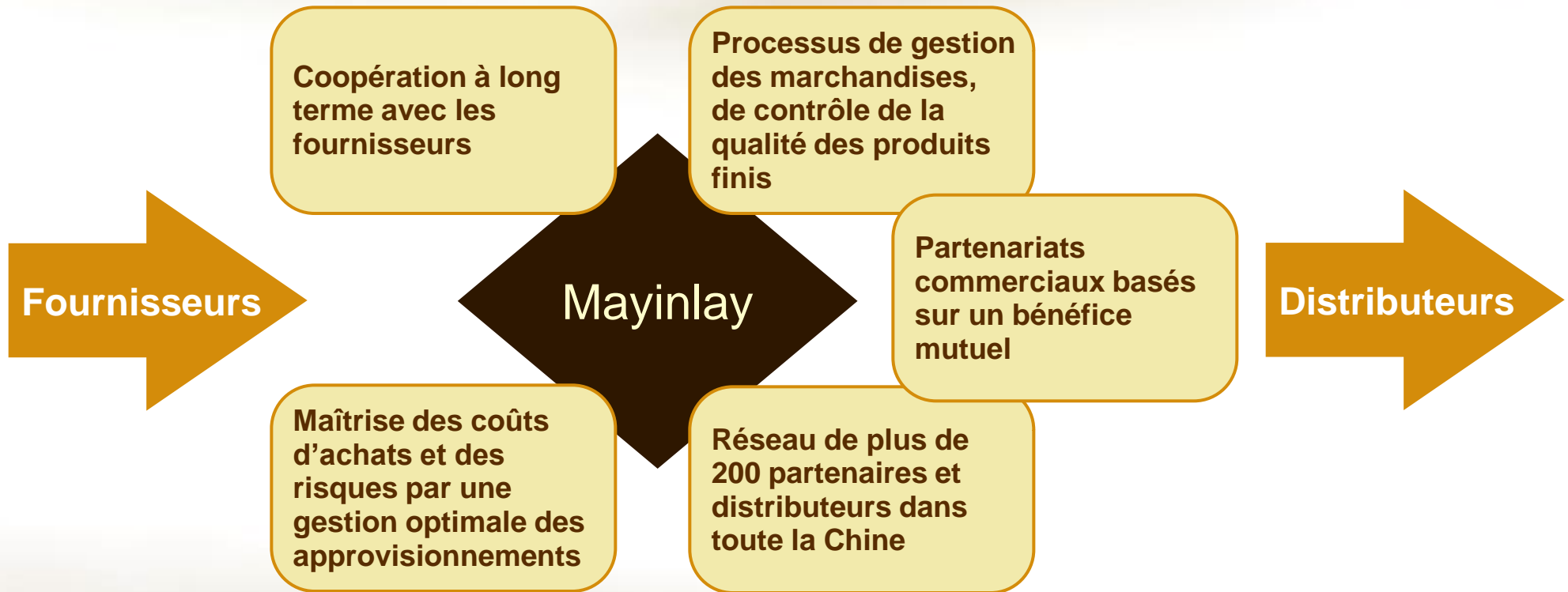
Mayinlay intègre l'ensemble des étapes de la chaîne de valeur et diversifie ses activités commerciales

- Les activités de l'entreprise incluent le **sourcing**, l'**usinage**, la **vente en gros** et la **vente au détail**
- La **couverture des différentes étapes de la chaîne de production** assure une meilleure compétitivité
- La **diversification des activités commerciales** assure une répartition des risques et favorise le développement de la société





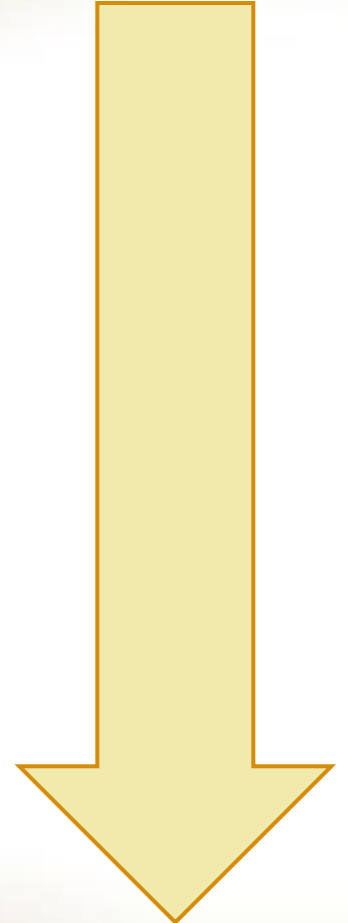
Une maîtrise efficace des ressources et des processus, d'amont en aval, assure la compétitivité de Mayinlay





Synthèse des avantages concurrentiels de Mayinlay

- **Un management d'excellence** assuré par des dirigeants expérimentés
- Des équipes de **collaborateurs professionnels et motivés**
- **Une connaissance approfondie du marché chinois**, des tendances de la mode et des attentes de la clientèle
- **Une capacité de développement et d'innovation élevée**, reconnue sur le marché et attestée par des brevets
- **Une maîtrise très forte du sourcing**, pour un approvisionnement de qualité à un coût très compétitif
- **Une optimisation de la chaîne de valeur ajoutée et des processus industriels**
- **Une base de clientèle de qualité**, solvable et diversifiée, avec **200 clients principaux, distributeurs et grossistes**
- **Le développement d'une activité commerciale de détail**





Des statuts spéciaux devraient permettre d'accroître les avantages concurrentiels de Mayinlay à très court terme

■ Statut « d'entreprise de haute technologie »

- Une demande déposée de statut devrait aboutir avant la **fin 2009**
- Dès l'obtention de ce statut, **le taux d'imposition des bénéfices sera abaissé à 15%**, permettant d'accroître encore la compétitivité et la rentabilité

■ Statut « d'entreprise culturelle majeure »

- Une demande déposée de statut devrait aboutir avant la **fin 2009**
- Dès l'obtention de ce statut, la société pourra recevoir des **subventions** et **le soutien des autorités de Shenzhen** sur plusieurs **projets de développement**, afin d'abaisser encore la productivité et les coûts de revient



3. LES PERSPECTIVES DE DÉVELOPPEMENT





Une stratégie de développement ambitieuse

Objectif

- Faire de **Mayinlay** la **marque emblématique** de la **bijouterie en Chine**

Stratégie moyen terme

- Développer en **3 ans** un **réseau de 100 points de vente de détail** à la marque **Mayinlay**, pour le **moyen et haut de gamme**





Ventes de détail via un réseau de magasins de joaillerie : Étape 1 – maîtrise de la distribution de détail

Étape préliminaire du développement : 2009 - 2010

- Mise en place d'un réseau de boutiques de joaillerie afin de développer le chiffre d'affaires et la rentabilité d'exploitation de la société
- Acquisition de 10 magasins de joaillerie dans la province du Guangdong afin de pénétrer le marché de détail
- Cette acquisition limitée, en s'appuyant sur des structures et des réseaux existants, permettra de limiter les coûts d'investissement et les risques au démarrage

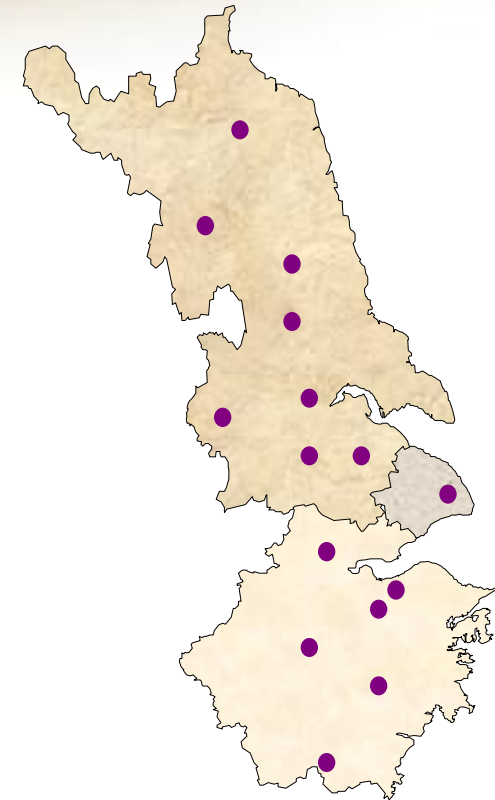




Ventes de détail via un réseau de magasins de joaillerie : Etape 2 – accélération du plan de croissance

Etape d'acquisition d'une position dominante : 2011

- La société va acquérir une position dominante et accroître progressivement ses parts de marché, dans les segments moyen et haut de gamme
- **90 points de vente**, vaisseau-amiral et boutiques de joaillerie, seront établis dans la région du delta du fleuve Yangtsé, puis les régions avoisinantes
- D'autres activités de vente de détail sont à l'étude, comme la création d'une franchise de distribution



Delta du fleuve Yangtsé



L'acquisition d'un réseau existant de magasins permettra de créer de la valeur pour les actionnaires

- L'acquisition de boutiques existantes permettra une **entrée immédiate** sur le marché de détail
- La mobilisation des structures et des réseaux commerciaux existants facilitera **l'intégration du réseau de magasins** au sein de Mayinlay
- **Budget d'investissement : 3 millions €** pour l'acquisition de 100% du capital de la cible
- Suite à cette acquisition, **les ventes de détail** devraient augmenter de **7.2 millions €** dès **2010**
- La **rentabilité d'exploitation** moyenne de Mayinlay sera accrue

Comparaison entre les bénéfices nets des activités de détail et des autres activités de Mayinlay



Source : Mayinlay



4. LES DONNÉES FINANCIÈRES

Analyse globale

Analyse par activité

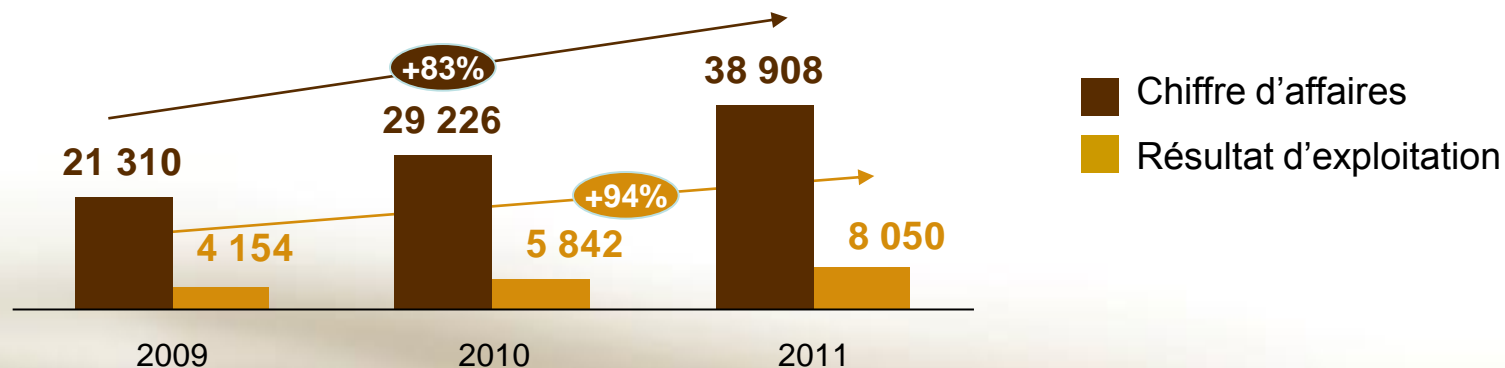




Prévisions de développement à horizon 2011

- **Fin 2011** : achèvement du **développement d'un réseau de 100 points de vente** haut et moyen de gamme
- Le **C.A.** devrait progresser en 2011 de plus de **17 millions €** vs. 2009 pour atteindre **38.9 millions €**, soit une **croissance de 83% en 2 ans**
- L'objectif de croissance du **résultat d'exploitation** est de **94% en 2 ans** pour atteindre **8 millions € en 2011**
- L'objectif de résultat net par action est de 1.81 HK \$

Evolution prévisionnelle du C.A. et du résultat d'exploitation
2009 – 2011 (en milliers €)



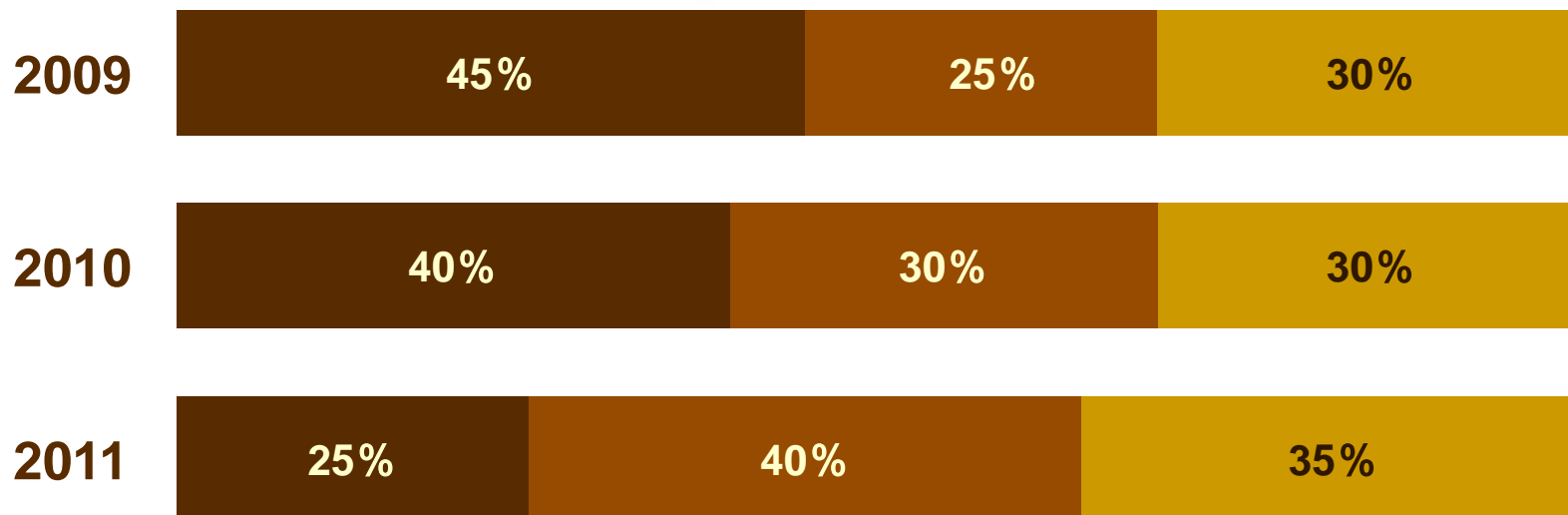
Source : Mayinlay



Décomposition du chiffre d'affaires par activité

- Le poids des ventes au détail devrait atteindre 40% du C.A. total en 2011

Décomposition du chiffre d'affaires de Mayinlay par activité
2009 – 2011 (en % du C.A. total)

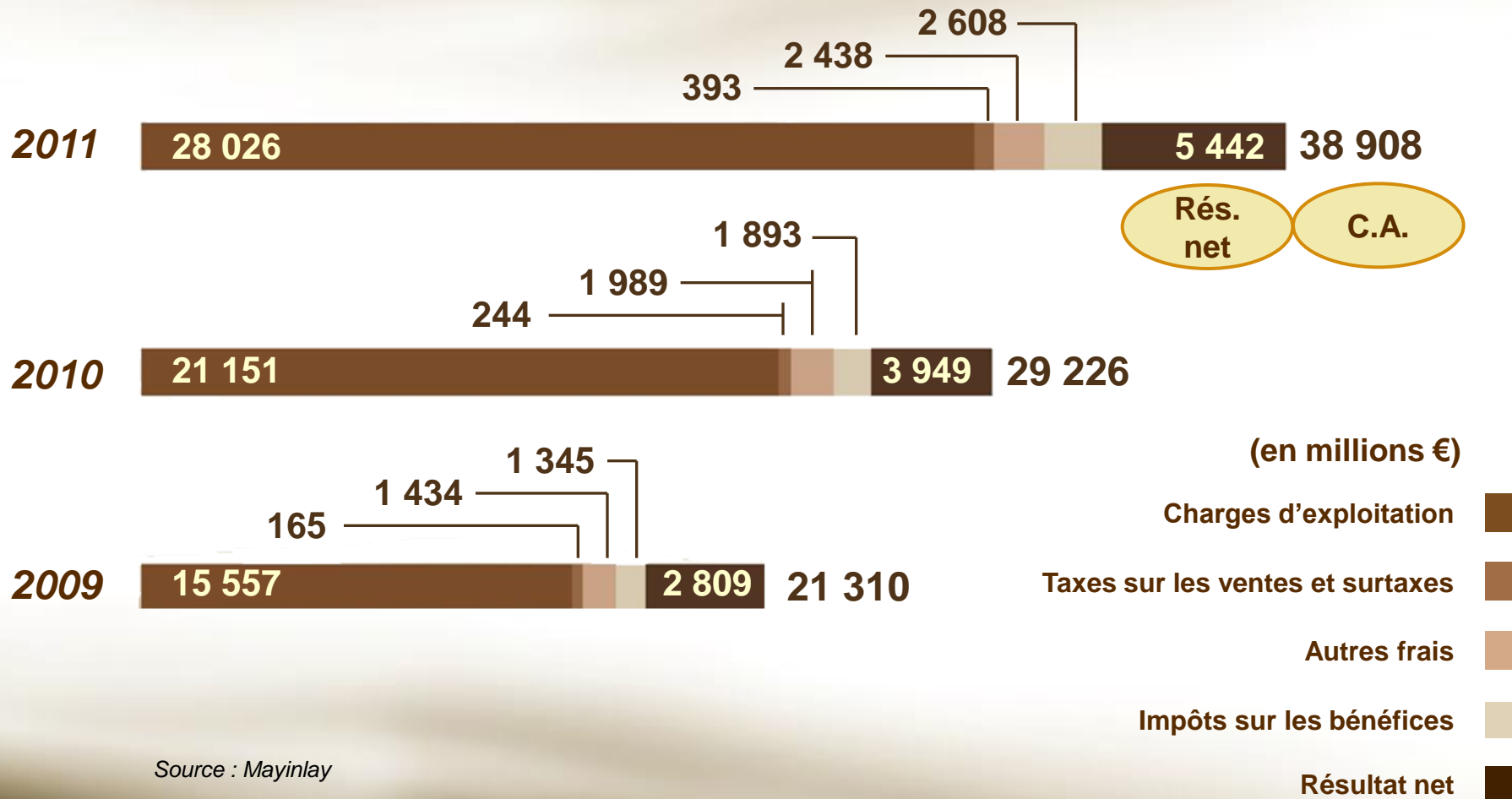


- Ventes en gros des pierres précieuses
- Ventes au détail
- Usinage de produits finis / ventes en gros



Evolution du résultat net prévisionnel à horizon 2011

■ Le résultat net devrait progresser de **94%** en 2 ans, pour atteindre **5.4 millions €** en 2011



Source : Mayinlay



4. LES DONNÉES FINANCIÈRES

Analyse globale

Analyse par activité



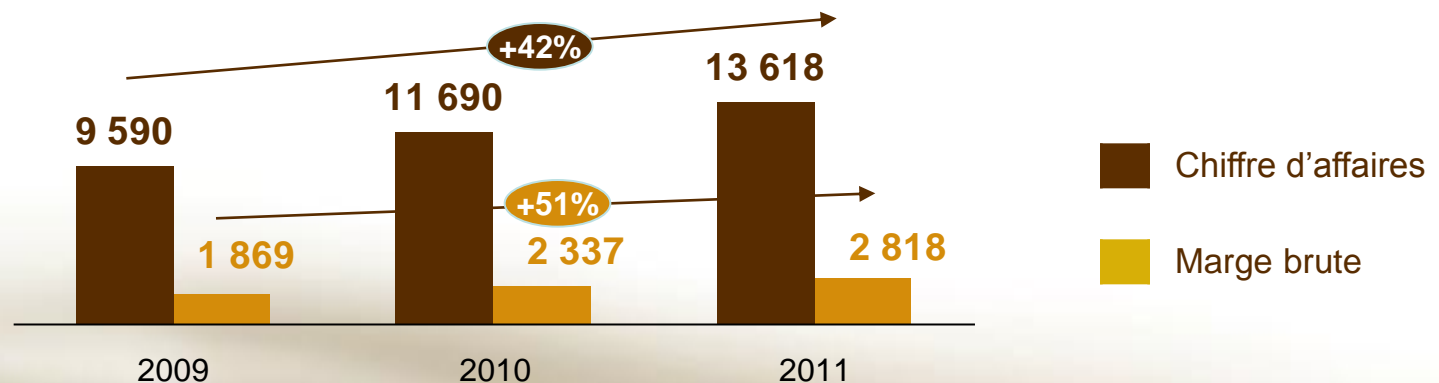


Activité de commercialisation de pierres précieuses

- Avec le développement d'une classe sociale aisée, la demande en pierres précieuses a progressé fortement
- Mayinlay a pour objectif de devenir membre de la **Bourse du diamant de Shanghai** et d'acquérir une **usine de diamant brut**, à horizon 3 ans
- De 2009 à 2011, la croissance des **revenus de l'activité pierres précieuses** devrait atteindre **42%**, avec une **marge brute** en progression de **51%**

Objectif de croissance du C.A. et de la marge brute

2009 – 2011 (en milliers €)

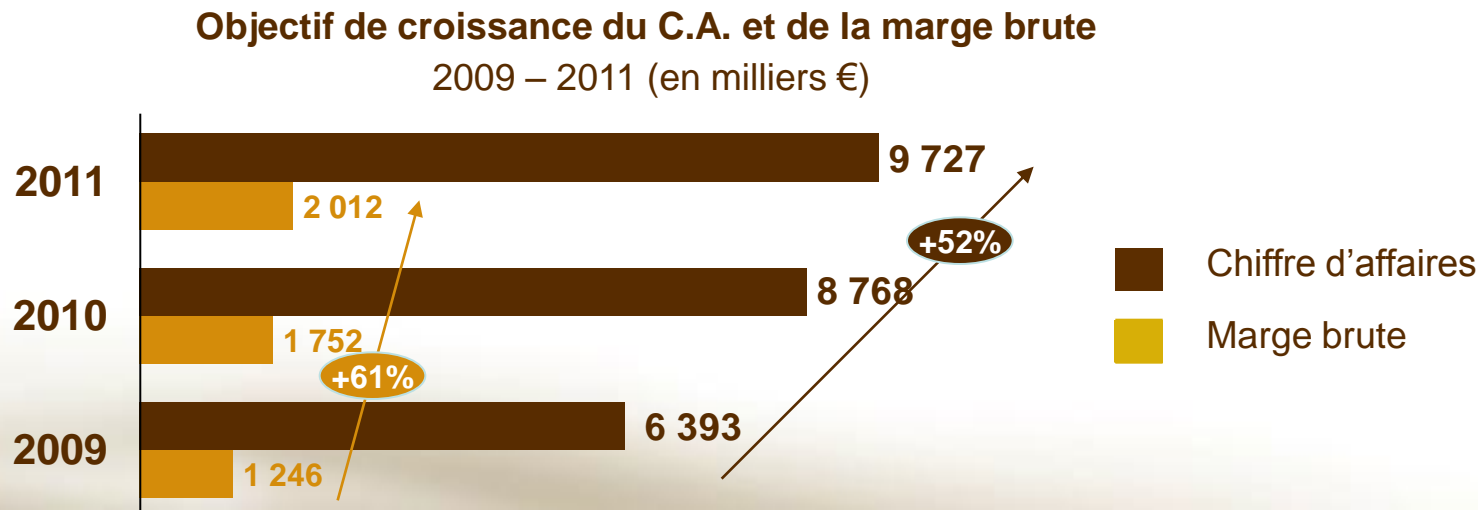


Source : Mayinlay



Activité de fabrication de produits finis et de commerce de gros

- L'objectif est de **développer les ventes en gros de produits finis** dans le nord de la Chine
- En 2010 et 2011, la R&D sera intensifiée, des investissements seront réalisés dans la modernisation et l'augmentation de la capacité des usines et le management renforcé
- De 2009 à 2011, la croissance des **revenus de l'activité fabrication de produits finis et commerce de gros** devrait atteindre **52%**, avec une **marge brute** en progression de **61%**



Source : Mayinlay

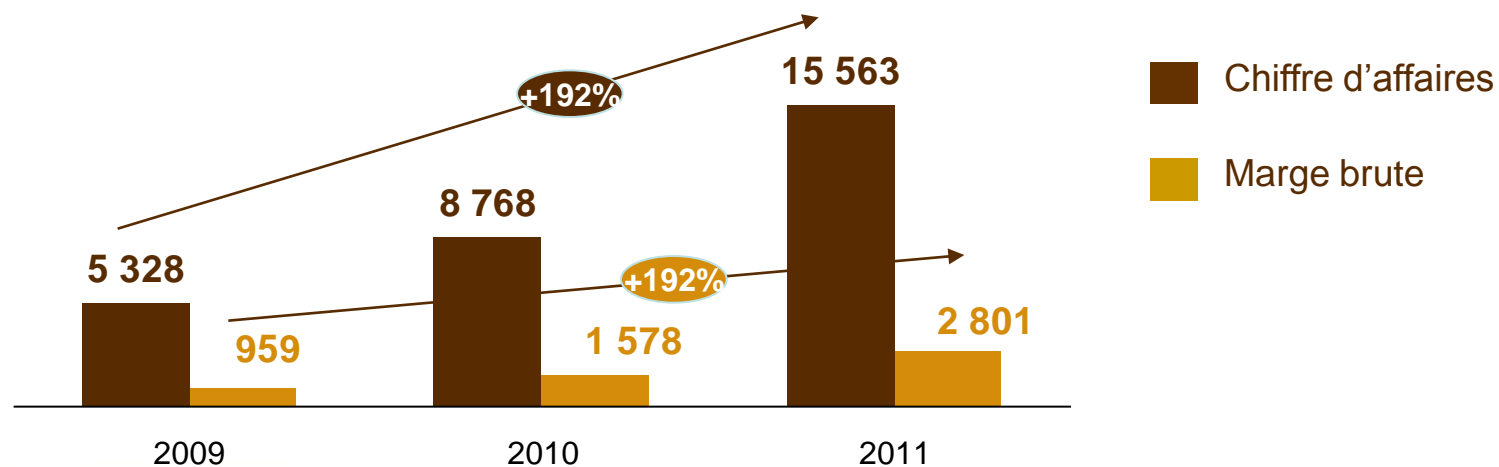


Activité de joaillerie de détail

De 2009 à 2011, la croissance des revenus de l'activité de **vente de détail** devrait atteindre **192%**, avec une marge brute en progression similaire

Objectif de croissance du C.A. et de la marge brute

2009 – 2011 (en milliers €)



Source : Mayinlay



5. Conclusion





En conclusion

- Mayinlay focalise tous ses efforts **dans le déploiement de sa stratégie de développement** afin de devenir **la marque emblématique de la joaillerie chinoise**
- Les objectifs sont ambitieux, mais réalistes, au vu du **potentiel de croissance du marché chinois** et des **atouts de la société Mayinlay** :
 - Taux de croissance prévisionnel 2009 – 2011 du **C.A. : 83%**
 - Taux de croissance prévisionnel 2009 – 2011 du **résultat net : 94%**
 - Objectif de **résultat net par action 2011 : 1.81 HKD**
- Mayinlay lance une **augmentation de capital de 3 millions d'euros** afin **d'accélérer sa croissance, renforcer sa compétitivité** et **maximiser la valeur** détenue par les actionnaires
- Mayinlay a pour ambition de devenir à moyen terme **une entreprise de classe mondiale** jouissant d'une **compétitivité** et d'une **reconnaissance au niveau international**



Merci pour votre attention !





Session de questions/réponses

