

30 juillet 2015

Résultats au 30 juin 2015 (1^{er} trimestre de l'exercice)

Forte progression du chiffre d'affaires sur l'ensemble des marchés au premier trimestre (+25,3 %)

La croissance organique est positive sur toutes les principales zones (+12,3% en consolidé), avec de bons chiffres en Europe de l'Ouest (+23,7%) et à l'Export (+17,3%)

Le résultat opérationnel ressort à -0,8 M€ (contre -1,6 M€ au 30/06/2014)

Données non auditées

1. Ventes

Les ventes du 1er trimestre se présentent ainsi :

• **Par marchés**

en millions d'euros	Trimestre 1 30/06/2015	Variation Totale	dont Organique	dont effet de change
France	2,0	9,8%	9,8%	0,0%
Europe distribution contrôlée (ex France)	1,9	25,6%	23,7%	1,9%
Asie distribution contrôlée	6,7	34,4%	6,1%	28,4%
Total distribution contrôlée	10,6	27,4%	10,0%	17,3%
Agents & Distributeurs	4,5	20,8%	17,3%	3,5%
Total Produits	15,2	25,3%	12,3%	13,0%

Pour la distribution contrôlée, l'ensemble des zones sont en progression par rapport à l'année dernière : la France (+9,8%) a bénéficié d'un plan de reconquête commerciale, notamment sur les grossistes ; en Europe de l'Ouest, l'Allemagne et l'Italie ont connu un fort redémarrage, l'Espagne seule restant en deçà de l'an passé. L'Asie (croissance totale de +34,4%) bénéficie de la forte appréciation des monnaies asiatiques (yen japonais, dollar de Hong Kong et renminbi) par rapport à l'euro, avec un impact global de +28,4 % ; les ventes en Chine représentent le double de l'année précédente. Le Japon est également bien orienté, avec une croissance organique de près de 50% sur le trimestre (bonne performance du retail), et un impact de change positif.

A l'export, les zones les plus dynamiques sont les U.S.A. (ventes x 3,5 par rapport à 2014/2015, avec à la fois un effet dollar positif et une très bonne activité), la Russie, où les ventes ont doublé, et le Royaume Uni. Les autres marchés importants (Moyen Orient et Corée) sont stables ou en légère croissance.

Au total, le chiffre d'affaires produits du groupe pour le premier trimestre de l'exercice 2015-2016 progresse de 25,3% comparativement à l'année dernière pour s'établir à 15,2 M€.

• **Par activité**

en millions d'euros	Trimestre 1 30/06/2015	Variation Totale	dont Organique	dont effet de change
Briquet & Stylos	8,8	22,2%	11,3%	10,9%
Maroquinerie, accessoires & PAP	6,4	29,9%	13,8%	16,1%
Total Ventes produits	15,2	25,3%	12,3%	13,0%

L'ensemble des lignes de produits connaissent une croissance organique soutenue, avec une tendance un peu plus marquée pour la maroquinerie dopée par les ventes de ceintures, et qui bénéficie plus particulièrement des impacts de change positifs en Asie.

2. Compte de résultat

Les principaux indicateurs de rentabilité se présentent ainsi :

M€	30/06/2015	30/06/2014	Var M€	Var %
Ventes	15,2	12,1	3,1	25,3%
Cout des ventes	-7,7	-6,5	-1,2	18,7%
Marge brute	7,4	5,6	1,8	33,0%
% des ventes	49,1%	46,2%	2,9%	
Frais de communication	-0,7	-0,4	-0,3	64,8%
Frais commerciaux	-4,8	-4,4	-0,4	9,3%
Frais généraux et administratifs	-3,8	-3,2	-0,6	19,1%
Résultat Opérationnel avant Autres produits / charges et revenus de licences	-1,8	-2,4	0,6	
Autres produits et charges	-0,2	-0,1	-0,1	96,0%
Revenus de licences	1,2	1,0	0,2	23,3%
Résultat Opérationnel	-0,8	-1,6	0,8	

Le résultat opérationnel du groupe au cours du premier trimestre de l'exercice s'élève à -0,8M€, contre -1,6 M€ pour la même période de l'exercice précédent, soit une variation de +0,8M€.

Les principaux impacts expliquant cet écart sont les suivants :

- impact favorable lié à la hausse du chiffre d'affaires (+3,1M€) ;
- le taux de marge brute progresse de 3 points et de +1,8 m€ en valeur ;

- les frais indirects sont en hausse : reprise des investissements de communication et commerciaux, avec un impact de change négatif dans les filiales asiatiques (revalorisation des frais en monnaie locale) ;
- les autres produits et charges montrent un solde négatif en hausse (impact -0,1 M€).

<i>Contact :</i>	<i>Nicolas Duchemin</i>	<i>01 53 91 30 00</i>	<i>nduchemin@st-dupont.com</i>
------------------	-------------------------	-----------------------	--------------------------------