



ART & FRAGRANCE

COMMUNIQUÉ AD HOC

Art & Fragrance publie ses résultats semestriels 2015

Zollikerberg près de Zurich, le 29 octobre 2015 – Art & Fragrance SA (BX: ARTN), spécialisée dans la création, le développement, la commercialisation et la distribution mondiale de produits de luxe, a enregistré au premier semestre 2015 une baisse de 9% de son chiffre d'affaires à CHF 62,1 millions, en raison de conversions monétaires, alors qu'en monnaies locales le chiffre d'affaires a été stable. Le résultat net consolidé a reculé à CHF 0,7 million. Ce recul s'explique notamment par la situation sur le marché des changes, l'augmentation des coûts de projets, le climat économique dans certaines régions ainsi que la baisse des ventes parfums. Imputable en grande partie à l'échelonnement des ventes, ce dernier facteur a déjà été compensé au troisième trimestre 2015. Art & Fragrance reste optimiste quant à ses perspectives de croissance générales.

Comme indiqué dans la communication relative aux résultats annuels 2014, l'appréciation du franc suisse a eu des effets globalement négatifs sur les résultats d'Art & Fragrance au premier semestre 2015 en raison d'effets de translation. Au cours des six premiers mois de 2015, le chiffre d'affaires a reculé à CHF 62,1 millions, en baisse de 9% par rapport à l'année précédente, alors qu'il est resté stable en monnaies locales. Les charges de personnel ont augmenté de 3% pour atteindre CHF 13,7 millions. Grâce à la mise en œuvre de mesures d'économies, les autres frais d'exploitation ont diminué de 10% à CHF 14,8 millions, en dépit de coûts de projets, engagés au niveau Groupe, à la hausse... Compte tenu de charges d'amortissements en légère progression, les coûts ont baissé de 3% dans l'ensemble. Le résultat d'exploitation (EBIT) a chuté de 42%, à CHF 4,2 millions. En raison des effets de change, le résultat financier de CHF -2,7 millions a été plus de trois fois inférieur à celui dégagé à la même période de l'exercice précédent. Le résultat net consolidé s'est quant à lui élevé à CHF 0,7 million au premier semestre 2015, contre CHF 5,3 millions en 2014. Hors effets de change, le résultat net consolidé du premier semestre 2015 se serait élevé à CHF 3,2 millions.

Début 2015, les segments jusqu'alors regroupés par catégories de produits (parfums, cosmétiques, cristallerie et bijoux) ont été restructurés en fonction des marques (Lalique, Ultrasun, Jaguar, Grès, autres marques). L'objectif de ce changement est de retranscrire les synergies en matière de marketing et de personnel ainsi que l'extension des activités commerciales de Lalique (cristallerie, bijoux, décoration d'intérieur, parfums, art, co-branding, gastronomie et hôtellerie) dans la présentation des comptes. La présentation des chiffres du premier semestre 2014 a été adaptée en conséquence à des fins de comparaison.

Le segment Lalique a enregistré un chiffre d'affaires légèrement à la hausse en EUR, alors que dans la monnaie de « reporting », il a baissé de 13%, à CHF 39,4 millions. Les recettes de l'exercice précédent avaient été positivement impactées par une indemnité de procédure. Après prise en considération des coûts, lesquels ont globalement reculé de 11%, le résultat d'exploitation s'est inscrit en terrain légèrement positif, contre un EBIT de CHF 1,4 million au premier semestre 2014. Lalique Art – notamment avec le lancement des panneaux créés en partenariat avec l'artiste mondialement connu Damien Hirst – et Lalique Maison ont enregistré une bonne croissance pendant la période sous revue. Les activités cristallerie et bijoux ont connu une évolution stable dans l'ensemble, malgré la fermeture de deux points de vente à Paris. Les parfums Lalique ont quant à eux enregistré une baisse par rapport au premier semestre 2014, dès lors que les distributeurs réalisent leurs achats de produits de manière échelonnée et non pas linéaire sur l'année entière (effet de phasage); ainsi ce repli a déjà été entièrement compensé au troisième trimestre 2015. En ce qui concerne les marchés, les Etats-Unis et l'Europe de l'Ouest en particulier ont évolué de manière réjouissante, alors que les ventes au Moyen-Orient, en Chine et en Russie se sont ralenties en raison des conditions



ART & FRAGRANCE

économiques locales difficiles. En septembre 2015, Art & Fragrance a ouvert, dans la «Villa René Lalique» construite en 1920 et située non loin de la manufacture Lalique à Wingen-sur-Moder en Alsace, un hôtel de luxe comprenant six suites et un restaurant placé sous la direction de Jean-Georges Klein, chef auréolé par trois étoiles au Guide Michelin.

Le segment Ultrasun a encore progressé par rapport au bon résultat de l'exercice précédent. Le chiffre d'affaires a augmenté de 5% pour atteindre CHF 9,3 millions au premier semestre 2015. Rien qu'en Grande-Bretagne, les ventes ont bondi de près de 25%, compensant largement les marchés chinois et suisse en léger repli. En raison des charges de personnel plus élevées et des dépenses de marketing considérables, notamment pour le marché britannique, l'EBIT a diminué CHF 2,2 millions. L'optimisation constante des formules des produits et l'ouverture de marchés supplémentaires permettront de poursuivre la croissance d'Ultrasun.

Dans les autres segments, Jaguar (-15%) et Grès (-21%) ont vu leurs chiffres d'affaires reculer, d'une part en raison de la situation sur le marché des changes et, d'autre part, en fonction de l'échelonnement des ventes. Malgré cela, les deux marques ont pu augmenter leurs marges brutes. Jaguar a connu une évolution réjouissante notamment en Allemagne et en Amérique latine, en particulier au Brésil. Quant à Grès, le succès des ventes sur les marchés asiatiques et au Moyen-Orient a été assombri par un recul aux Etats-Unis, où les activités avec un grand distributeur ont pris fin. Les autres marques sont parvenues, pour la plupart, à accroître considérablement leurs chiffres d'affaires au premier semestre 2015. La marque Bentley en particulier, qui est la plus récente au sein du portefeuille d'Art & Fragrance, s'est développée de manière très positive avec une progression du chiffre d'affaires de 24% et la réussite du lancement de la nouvelle gamme de produits «Infinite». Samourai, l'une des premières marques lancées par Art & Fragrance, a impressionné en inversant la tendance baissière des dernières années grâce à des recettes en hausse de 45%. Le site de production de parfums Art & Fragrance Services (AFS) a vu son chiffre d'affaires avec les clients tiers augmenter de près de 50% en monnaie locale. AFS est sur le point d'obtenir la certification ISO et d'introduire un nouveau système d'information d'entreprise afin de soutenir ses activités d'acquisition de clients. Art & Fragrance Distribution (AFD), une nouvelle société de distribution en France, présente un net potentiel d'amélioration après un départ modéré.

Perspectives

Art & Fragrance maintient sa stratégie et table sur la poursuite de la croissance dans tous ses segments (en monnaies locales). Cela implique en particulier la poursuite de la diversification de Lalique et le renforcement de sa présence sur les marchés d'Extrême-Orient et d'Amérique latine. L'ouverture de la «Villa René Lalique» contribuera à accroître la notoriété de la marque Lalique.

Roger von der Weid, CEO d'Art & Fragrance: «Les résultats d'Art & Fragrance au premier semestre 2015 ont été pénalisés par des effets de change, un environnement économique difficile sur certains de nos marchés et les répercussions de l'échelonnement des ventes parfums. Néanmoins, les perspectives de croissance globales pour toutes nos marques nous semblent toujours positives.»



ART & FRAGRANCE

Contact médias

Art & Fragrance SA
Anne-Catherine Barret
Communications Manager
Bühlstrasse 1
CH-8125 Zollikerberg

Téléphone: +41 43 499 45 58

Fax: +41 43 499 45 02

E-mail: anne-catherine.barret@art-fragrance.com

Art & Fragrance SA

Art & Fragrance est un acteur de niche dans la création, le développement, la commercialisation et la distribution mondiale de produits de luxe. Ses domaines d'activité s'étendent à la parfumerie, aux cosmétiques, à la cristallerie, à la bijouterie, au mobilier exclusif et accessoires d'intérieur, ainsi qu'aux arts, à la gastronomie et à l'hôtellerie. Fondée en 2000, Art & Fragrance emploie quelque 550 collaborateurs et son siège social se trouve à Zollikerberg, près de Zurich. Les actions nominatives du groupe (ARTN) sont cotées à la BX Berne eXchange.

Pour de plus amples informations, veuillez consulter le site www.art-fragrance.com.



ART & FRAGRANCE

Evolution des chiffres clés d'Art & Fragrance (reviewed)

En millions de CHF

	1 ^{er} semestre 2015	1 ^{er} semestre 2014
Chiffre d'affaires	62.1	68.2
Résultat brut	35.7	39.8
Charges de personnel	-13.7	-13.3
Autres frais d'exploitation	-14.8	-16.4
EBITDA	7.2	10.1
EBIT	4.2	7.2
Marge EBIT	6,8%	10,5%
Résultat financier	-2.7	-0.8
Résultat net consolidé	0.7	5.3

En CHF

Résultat par action	0.14	1.06
----------------------------	-------------	-------------

En millions de CHF

	30.06.2015	30.06.2014
Total des fonds propres (avant parts minoritaires)	74.9	85.9
Part des fonds propres	34,6%	36,7%

Les comptes consolidés de groupe pour le premier semestre 2015 (en allemand et en anglais) sont disponibles à l'adresse www.art-fragrance.com.