

Information financière au 31 mars 2023 (Deuxième semestre 2022-2023)

Le deuxième semestre 2022-2023 s'est achevé sur une hausse de +13,0% par rapport au second semestre 2021-2022. Le chiffre d'affaires produits 2022-2023 s'établit à 45,2 millions d'euros en progression de 21,6% par rapport à l'exercice précédent.

Données auditées

CHIFFRE D'AFFAIRES

Par marché

en millions d'euros	Semestre 2		Variation vs Semestre 2 - 31/03/2022		Cumul 31/03/23	Variation vs 31/03/2022		
	31/03/23	Variation totale	Dont Organique	Dont Effet de change		Variation totale	Dont Organique	Dont Effet de change
France	3,5	17,7%	17,7%	0,0%	6,0	24,5%	24,5%	0,0%
Europe distribution contrôlée (ex France)	4,6	16,9%	16,5%	0,4%	8,7	30,6%	29,8%	0,9%
Asie distribution contrôlée	4,3	20,2%	22,9%	-2,7%	8,0	20,8%	19,5%	1,3%
Total distribution contrôlée	12,4	18,3%	19,0%	-0,8%	22,7	25,4%	24,6%	0,8%
Agents & Distributeurs	12,6	8,3%	6,7%	1,6%	22,5	18,0%	14,0%	4,0%
Total Produits	25,0	13,0%	12,5%	0,5%	45,2	21,6%	19,2%	2,4%

Activité du Deuxième semestre de l'exercice (octobre à mars 2023)

Par rapport au deuxième semestre 2021-2022, le chiffre d'affaires Produits du Groupe est en hausse de +13%, incluant un effet de change favorable de +0,5%.

La **distribution contrôlée** affiche une progression de +18,3%, avec un effet défavorable de change de -0,8% :

Les filiales en Asie ont poursuivi leur bonne performance enregistrée au 1^{er} semestre avec des croissances à Hong-Kong et au Japon respectivement de +33% et +10%.

L'Europe de l'ouest hors France est en hausse de +16,9%, a été porté par les croissances en Espagne (+43%) et Italie (+17%).

La France est en progression de 17,7% avec des performances en retail sur la boutique Rue de la Paix et les department stores.

Les ventes auprès des Agents & Distributeurs sont en croissance de 8,3% sur le 2^{ème} semestre, en particulier aux Etats-Unis, au Moyen Orient, en Europe de l'Est et au Royaume-Uni permettant de compenser la baisse en Chine ainsi que la situation toujours difficile en Russie.

Activité cumulée au cours de l'exercice 2022-2023

Sur l'exercice 2022-2023, le chiffre d'affaires Produits du Groupe est en progression de +8 millions d'euros soit +21,6% par rapport à l'année précédente, avec un effet favorable de change de 2,4% (soit un impact de +0,3 million d'euros).

Cet exercice marque également le retour au niveau d'activité pré COVID (44,6 millions d'euros en 2019-2020).

La distribution contrôlée est en hausse de +25,4% par rapport à 2021-2022 avec l'ensemble des filiales en croissance. Il est à noter que l'Europe de l'Ouest a doublé son niveau de ventes par rapport à 2019-20 avec des croissances particulièrement spectaculaires en Allemagne et Italie. A l'inverse le Japon et Hong Kong sont toujours en retrait par rapport à ce même exercice 2019-2020 respectivement de -12% et -18%.

Les ventes aux Distributeurs et Agents sont en hausse de +18% par rapport à 2021-2022, portées notamment par les croissances en Chine, aux Etats-Unis, et au Moyen Orient.

Par ligne de produits

en millions d'euros	Semestre 2		Variation vs Semestre 2 - 31/03/2022		Cumul 31/03/23	Variation vs 31/03/2022		
	31/03/23	Variation totale	Dont Organique	Dont Effet de change		Variation totale	Dont Organique	Dont Effet de change
Briquets & stylos	20,4	24,5%	23,9%	0,6%	35,8	29,9%	27,1%	2,8%
Maroquinerie, Accessoire & PAP	4,6	-19,6%	-19,8%	0,2%	9,4	-2,3%	-3,6%	1,4%
Total Produits	25,0	13,0%	12,5%	0,5%	45,2	21,6%	19,2%	2,4%

A la fin du second semestre, la famille Briquets & Stylos affiche une hausse de +24,5% par rapport à 2021-2022, avec +29% sur les briquets et +9% sur les stylos.

La famille Maroquinerie, Accessoires et Prêt-à-Porter est en recul au global de -19,6%, principalement lié à un décalage des ventes sur l'année pour les ceintures, accessoires et Prêt-à-Porter, qui ont connu des croissances importantes au 1^{er} semestre respectivement +138%, +87% et +17%.

Sur l'année 2022-2023, les ventes de briquets et stylos, en croissance de +8.2 millions d'euros soit +29,9%, ont bénéficié d'un plan produit dynamique avec le lancement des nouveautés produits Le Grand Cling côté briquets et le nouveau Defi Millenium côté stylos. Le partenariat Montecristo ainsi que les nombreuses animations « Golden Hour », Guilloché sous Laque ou « Hotel Particulier » ont également permis de porter ces deux catégories tout au long de l'année.

La catégorie ceintures est en croissance de 8% sur l'année tandis que le Prêt-à Porter est stable par rapport à 2021-22. Les accessoires et la maroquinerie sont en recul respectivement de -24% et -4%, pénalisés par la relative faiblesse des animations sur l'exercice.

Perspectives

L'exercice 2023-2024 marquera le début du plan de relance de la marque S.T. Dupont au travers le lancement d'une nouvelle gamme de Maroquinerie ainsi que des nouveautés produits en briquets, stylos et accessoires. Un nouveau concept de boutiques sera également introduit durant cet exercice, l'ensemble porté par un ambitieux plan de communication.

La situation géopolitique restera difficile en Russie ce qui impactera notre croissance sur ce marché. De même les risques inflationnistes demeurent dont les impacts sur nos coûts pourraient être non négligeables comme ce fût le cas en 2022-2023.