

Information financière au 31 mars 2024 (Deuxième semestre 2023-24)

Données auditées

CHIFFRE D'AFFAIRES

Par marché

(En millions d'euros)	Semestre 2	Variation vs	Cumul	Variation vs	Dont Organique	Dont Effet de change
	2023/24	Semestre 2 2022/23	2023/24	Cumul 2022/23		
France	4,2	19,90%	7,5	24,70%	24,70%	0,00%
Europe distribution contrôlée (ex France)	5,7	25,70%	10,9	27,20%	26,70%	0,60%
Asie distribution contrôlée	4	-6,30%	8,3	3,10%	10,80%	-7,80%
Total distribution contrôlée	13,9	12,90%	26,7	18,00%	20,50%	-2,50%
Agents & Distributeurs	14,2	11,90%	26,6	18,00%	19,50%	-1,50%
Total Produits	28,1	12,40%	53,3	18,00%	20,00%	-2,00%

Activité du Deuxième semestre de l'exercice (octobre 2023 à mars 2024)

Au deuxième semestre 2023-24, le chiffre d'affaires du Groupe est en progression de +12,4% par rapport au deuxième semestre 2022-23.

Distribution contrôlée :

L'Europe a tiré la croissance de la distribution contrôlée sur ce 2ème semestre avec notamment une progression de +19,9% en France, +33,7% en Allemagne, +45,7% au Benelux, et +25,3% en Espagne.

Les filiales en Asie sont en retrait de -6,3% en raison d'un effet de change défavorable, et sont stables en termes de monnaie locale.

Les ventes sur le e-commerce Europe en retrait de 9% par rapport au 2ème semestre de l'année précédente.

Agents et Distributeurs :

Les ventes via notre réseau de Distributeurs ont augmenté de +11,9% au 2ème semestre.

Tous les marchés à l'exception de la Corée sont en progression sur ce semestre notamment Russie +136,3%, Moyen-Orient +19,8%, et Amérique du Nord +13,2%.

Activité cumulée au cours de l'exercice 2023-24

L'exercice 2023-24 affiche un chiffre d'affaires Produits du Groupe à 53,3 millions d'euros soit +8,1 millions d'euros par rapport à l'année précédente, malgré un effet de change défavorable de -2% (soit un impact de -0,9 million d'euros).

La distribution contrôlée progresse de +18% soit +4,1 millions d'euros, avec toutes les filiales en croissance sur la période. L'Europe (+26,2%) profite du fort dynamisme en France, Allemagne, Benelux, Espagne et Italie. Le Japon et Hong Kong connaissent également une croissance soutenue et sont en augmentation respectivement de +11% et +12% en termes de monnaie locale, mais sont pénalisés par un fort effet de change défavorable.

Les ventes aux Agents et Distributeurs s'établissent à 26,6 millions d'euros soit +18% par rapport à l'an dernier. Tous les marchés progressent notamment la Russie (+121,5%), l'Amérique du Nord (+21,1%) et la Chine (15,1%).

Par ligne de produits

(En millions d'euros)	Semestre 2	Variation vs	Cumul	Variation vs	Dont	Dont
	2023/24	Semestre 2 2022/23	2023/24	Cumul 2022/23	Organique	Effet de change
Briquets & Stylos	23,4	13,70%	44,6	22,10%	24,30%	-2,20%
Maroquinerie, Accessoires & PAP	4,7	6,50%	8,7	0,80%	1,90%	-1,10%
Total Ventes de produits	28,1	12,40%	53,3	18,00%	20,00%	-2,00%

A la fin du second semestre :

Le deuxième semestre se caractérise par une croissance toujours aussi dynamique sur les briquets et accessoires fumeurs avec une hausse de +16,5% soit 2,7 millions d'euros tandis que les stylos sont en croissance de +4,1% par rapport au 2e semestre 2022/23.

Maroquinerie, prêt-à-porter et accessoires de mode ont également progressé de 6,5% au second semestre, notamment sur les ceintures. La maroquinerie progresse également de +30,3%. En revanche, les accessoires de mode et le prêt-à-porter sont en baisse respectivement de -45,6% et -6,2%.

Sur l'année 2023-24 :

Sur l'année fiscale 2023-24, les briquets, catégorie la plus vendue, ont réalisé une progression de +26,4% soit +7,8 millions d'euros, portée par les nouvelles éditions Premium (Slimmy, Biggy, Twiggy) et par des animations et partenariats marquants tels que Montecristo, Le Mans et Dragon, qui ont ensemble contribué significativement à ces résultats.

Sur la famille des instruments à écrire, les ventes ont progressé de +4,1% sur un an.

La maroquinerie connaît une croissance de 34,9% avec les succès des lignes Neo Capsule Grained et Firehead, ainsi que le lancement de projets spéciaux sur certains marchés tels que la Russie et la Corée.

Le Prêt à Porter est en croissance de 4,3%, tandis que les lignes Accessoires de mode et ceintures ont baissé.