

29 juillet 2022

Information financière au 31 mars 2022 (Deuxième semestre 2021-2022)

Le deuxième semestre 2021-2022 s'est achevé sur une hausse de +15,0% par rapport au second semestre 2020-2021.

Le chiffre d'affaires produits 2021-2022 s'établit à 37,2 M€ en progression de 18,1% par rapport à l'exercice précédent.

Données non auditées

CHIFFRE D'AFFAIRES

Par marché

en millions d'euros	Semestre 2		Variation vs Semestre 2 - 31/03/2021			Cumul		Variation vs 31/03/2021	
	31/03/22	Variation totale	Dont Organique	Dont Effet de change	31/03/22	Variation totale	Dont Organique	Dont Effet de change	
France	3,0	-4,7%	-4,7%	0,0%	4,8	3,5%	3,5%	0,0%	
Europe distribution contrôlée (ex France)	3,9	13,9%	13,7%	0,2%	6,6	17,3%	17,2%	0,1%	
Asie distribution contrôlée	3,6	-9,7%	-6,2%	-3,5%	6,6	0,8%	5,5%	-4,7%	
Total distribution contrôlée	10,5	-0,5%	0,8%	-1,2%	18,1	7,0%	8,8%	-1,8%	
Agents & Distributeurs	11,7	33,8%	33,1%	0,7%	19,1	31,0%	30,9%	0,1%	
Total Produits	22,1	15,0%	15,4%	-0,4%	37,2	18,1%	19,1%	-0,9%	

Activité du Deuxième semestre de l'exercice (octobre à mars 2022)

Par rapport au deuxième semestre 2020-2021, le chiffre d'affaires Produits du Groupe est en hausse de +15%, malgré un effet de change défavorable de -0,4%.

Néanmoins, le chiffre d'affaires est en baisse de -10,2% par rapport au deuxième semestre 2019-2020.

La distribution contrôlée affiche un recul de -0.5%, incluant un effet défavorable de change de -1,2% :

Les filiales en Asie sont en retrait de -9.7%. Les restrictions sanitaires et la diminution du trafic retail au second semestre ont accru fortement le recul à Hong Kong sur la deuxième partie de l'année (-23.5%).

La zone Europe hors France en hausse de +13.9%, a poursuivi sa bonne performance du premier semestre.

La France hors internet est en progression de 5.9%. Les ventes France internet sont en baisse de -39% par rapport sur l'exercice précédent.

Les ventes auprès des Agents & Distributeurs ont poursuivi leur croissance de 33.1% sur H2 2021-2022, en particulier aux Etats-Unis, Corée, Chine et Royaume-Uni.

Activité cumulée au cours de l'exercice 2021-2022

Sur l'exercice 2021-2022, le chiffre d'affaires Produits du Groupe est en progression de +5,7 millions d'euros soit +18,1% par rapport à l'année précédente, malgré un effet défavorable de change de -0,9% (soit un impact de -0,3 million d'euros). Cependant, comparé à l'exercice fiscal 2019-2020 le chiffre d'affaires Groupe est en baisse de -16,6%.

La distribution contrôlée est en hausse de +7,0% par rapport à 2020-2021 mais en baisse de -11,3% par rapport à 2019-2020.

La bonne tendance du premier semestre initiée au Japon et à Hong Kong a été ralentie en grande partie par la baisse de Hong-Kong, pénalisé par la situation sanitaire. La croissance du Japon ne permet pas de compenser cette baisse.

Les filiales européennes sont en hausse de +14% sur l'ensemble des marchés, avec de nouveaux points de ventes en Allemagne et Italie.

La France a rebondi de +3.5% par rapport à 2020-2021, malgré la baisse d'activité engendrée par la fermeture du magasin outlet La Vallée Village en février 2021.

Les ventes aux Distributeurs et Agents sont en hausse de +31% par rapport à 2020-2021, portées par la croissance aux Etats-Unis, ainsi que les reprises en Corée, Chine et Royaume-Uni.

Par ligne de produits

en millions d'euros	Semestre 2		Variation vs Semestre 2 - 31/03/2021		Cumul 31/03/22	Variation vs 31/03/2021		
	31/03/22	Variation totale	Dont Organique	Dont Effet de change		Variation totale	Dont Organique	Dont Effet de change
Briquets & stylos	15,3	17,1%	17,5%	-0,4%	25,8	27,1%	28,2%	-1,1%
Maroquinerie, Accessoire & PAP	6,9	10,6%	10,9%	-0,3%	11,4	1,9%	2,5%	-0,6%
Total Produits	22,1	15,0%	15,4%	-0,4%	37,2	18,1%	19,1%	-0,9%

A la fin du second semestre, la famille Briquets & Stylos affiche un hausse de +17.1% par rapport à 2020-2021, principalement liée à l'amélioration des ventes aux Etats-Unis, Europe, Chine et Corée.

La famille Maroquinerie, Accessoires et Prêt-à-Porter a progressé de +10.6%.

Sur l'année 2021-2022, les ventes de briquets et stylos, en croissance de +5.5 millions d'euros soit 27.1%, ont bénéficié de plusieurs campagnes, le lancement de Space Odyssey edition limitée et le succès continu du partenariat Cohiba (55e anniversaire).

La Maroquinerie, les Ceintures et le Prêt-à-Porter ont diminué de 3.9%, tandis que les Accessoires sont en hausse de 25% (caves à cigares, coupes cigares).

Perspectives

Le Groupe célébrera sur l'exercice 2022-23 son 150^e anniversaire en lançant de nouvelles éditions limitées. Néanmoins l'environnement des ventes au détail est très compliqué en Asie avec une performance encore lourdement impactée par la situation COVID, tandis que l'Europe est confrontée à un fort niveau d'inflation et une possible récession qui pénalise la fidélité client. La situation géopolitique impacte également de façon négative la performance du groupe en Russie en exerçant une pression croissante sur les coûts résultant de problèmes d'approvisionnement mondiaux. L'inflation est un autre défi auquel le groupe devra faire face au cours de l'exercice 2022-23. Malgré cela, le groupe continue de travailler sur son projet de renouveau de la marque.