



Résultats semestriels 2017

Des perspectives prometteuses à court et moyen terme.

Clio Blue, marque positionnée haut de gamme dans l'univers de la bijouterie en argent, a réalisé au cours du 1^{er} semestre de l'exercice 2016/2017 un chiffre d'affaires de 2 012 K€ en croissance de 15,1% par rapport au 1^{er} semestre 2015/2016.

Le repositionnement de la marque - plus visible, authentique - l'élargissement des collections et la poursuite du déploiement sur le plan international concrétisé par de nombreux succès commerciaux ont largement contribué à la croissance du chiffre d'affaires.

Comptes SAS Clio Blue* ((en K€) <i>Chiffres non audités</i>	au 31.03.16 6 mois	au 31.03.17 6 mois	au 30.09.16 12 mois
Chiffre d'affaires	1 747	2 012	3 271
Résultat d'exploitation	50	51	111
Résultat courant	33	34	80
Résultat net	-77	169	3

*société d'exploitation de Maison Clio Blue

La SAS Clio Blue est la société d'exploitation de Maison Clio Blue, holding cotée sur Euronext Access (MLCLI) qui en détient 95,5%. Au 31 mars Maison Clio Blue a réalisé un chiffre d'affaires de 233 K€, principalement constitué de management fees, et un résultat net à l'équilibre. Ses fonds propres s'élevaient à 2 736 K€ au 31 mars 2017.

Au cours de la période Clio Blue a poursuivi plusieurs axes de développement :

- **Ouverture de nouveaux points de ventes en France**

Clio Blue présente en France au travers de ses nombreux points de vente et dans les grands magasins, en particulier au Printemps (17 corners en France) a ouvert deux nouvelles boutiques Clio Blue à Aix en Provence et aux Sables d'Olonne.

- **Déploiement à l'international.**

En Europe, Clio Blue a renforcé ses positions : en Belgique chez Inno Galeria avec l'implantation de 4 nouveaux corners portant ainsi le nombre à 7 à fin décembre au sein de l'enseigne.

A l'international, la marque est maintenant distribuée par la chaîne de grands magasins Sogo à Taiwan, qui lui a de plus dédié un site de vente en ligne – Clio Blue Taiwan. Trois corners sont ouverts à ce jour.

Enfin, la marque s'est renforcée sur le marché du Duty Free et propose désormais ses collections auprès de 4 compagnies aériennes – Aigle, Corsair, Air Caraïbes et French Line.

- **Signature de nouvelles licences en Asie**

- signature d'une licence en Corée du Sud pour la création de bijoux en or, permettant ainsi à Clio Blue d'élargir sa gamme sur cette zone.
- Signature d'une licence pour une ligne de montres sur Hong-Kong pour l'Asie et les pays Arabes, avec plusieurs corners montres ouvert à Hong Kong depuis le mois de septembre dernier.

L'accélération des demandes de licence sur la marque Clio Blue prouve l'ancrage de la marque et la réussite de son positionnement : nouvelle licence sandales cuir (à l'été 2017), projet de signature d'une licence lingerie féminine.

- **Renforcement de la visibilité de la marque**

Clio Blue poursuit ses actions de marketing autour de sa marque et celle de Brigitte Bardot pour renforcer sa visibilité auprès du grand public :

- Ouverture de trois boutiques outlet store à Paris : rue Réaumur (3^{ème}) - rue Lévi (17^{ème}) et Marques Avenue à l'île Saint-Denis.
- Participation à plusieurs salons professionnels dont le Salon BIJORHCA – salon professionnel international dédié aux bijoux – où la société a présenté pour la 1^{ère} fois la collection Brigitte Bardot. A l'issue du salon, Clio Blue a ouvert des points de ventes multimarques en Italie et en Espagne.
- Poursuite d'actions de communication marketing via les réseaux en ligne, en répondant notamment aux demandes des plateformes de ventes en ligne de grande notoriété (*ventes privées, showroom privé*) et en présentant ses collections, en particulier celle de Brigitte Bardot sur QVC – chaîne de télévision spécialisée dans le télé-achat en France et au Japon.

Perspectives très favorables

Les perspectives s'avèrent très encourageantes pour Clio Blue, qui bénéficie d'une **forte accélération de la notoriété de sa marque**, fruit de toutes les actions engagées au cours des derniers trimestres. Clio Blue reprend aujourd'hui une **vraie place dans les grandes marques françaises** et va **asseoir sa notoriété à travers le monde**. De nouveaux développements devraient aboutir en Malaisie, à Hong-Kong, en Iran...

Enfin, Clio Blue étudie des opérations de croissance externe dans le bijou, en complément de gamme de produits Clio Blue et/ou de réseaux de distribution.

Code Isin FR0011092089 – Mnémonique MLCI



Contact investisseurs

Patrick Morineau - isabelle@clioblue.com
www.clioblue.com

Listing Sponsor

Champeil AM : Tél : 05 56 79 62 32
champeilam@champeil.com

A propos de Clio Blue

Fondée le 1er avril 1981 à Paris, Clio Blue s'est rapidement imposée comme une marque référente dans l'univers de la bijouterie en argent. Fondée sous le signe du poisson, cet emblème porte-bonheur est devenu le fil conducteur de la marque, qui propose trois collections de bijoux par an, une collection horlogerie, une ligne Homme et une toute nouvelle ligne de maroquinerie. Clio Blue est commercialisée au travers d'une quarantaine de corners de grands magasins, plus de 200 bijoutiers multimarques partout en France et dans les DOM-TOM. Largement implantée à l'international, Clio Blue est présente en Europe (Allemagne, Suisse, Belgique, Irlande, Turquie, Pays-Bas, Suède), en Asie (Japon, Corée du Sud, Taiwan, Indonésie, Singapour, Chine), en Amérique (Canada, Mexique, Saint-Pierre et Miquelon), en Afrique (Bénin, Togo, Sénégal, Ghana, Madagascar, Côte d'Ivoire) en Australie et en Nouvelle Calédonie.