



*Communiqué de Presse*

*29 octobre 2018*

## **Exercice 2017/2018 : Nouvelle stratégie de positionnement de la marque 2018/2019 : Un exercice prometteur porté par le développement en France et à l'International et par les ventes en ligne.**

**Clio Blue, marque positionnée haut de gamme dans l'univers de la bijouterie en argent, a réalisé au cours de l'exercice 2017/2018 (clos le 30 septembre) un chiffre d'affaires stable de 3 350 K€ et annonce pour l'exercice 2018/2019 des perspectives prometteuses, portées par les ventes en ligne et la signature de nombreux contrats de distribution en France et à l'International.**

### **Les Sables d'Olonne, un modèle de boutique mono marque qui vise à se développer.**

Fort d'un constat de nouvelles tendances d'achats – notamment en ligne, dans les centres commerciaux et dans les boutiques mono marque - aux dépens des boutiques multimarques, Maison Clio Blue a fait le choix de fermer sur l'exercice plusieurs corners existants en FRANCE (Metz, Nancy) ou encore en Belgique, qui se sont avérés peu rentables car directement impactés par la baisse de fréquentation des centres villes et grands magasins. A contrario, la marque a enregistré un fort succès de la boutique des Sables d'Olonne – ouverte en 2017 – avec un chiffre d'affaires prévisionnel annuel doublé – de même que les ventes internet enregistrent une forte hausse d'activité.

### **Un fort développement sur la vente en ligne et dans les centres commerciaux.**

Très présente sur la vente à distance et les sites de ventes en ligne de grandes notoriétés et aux trafics abondants, tels que *ventesprivees.com* ou encore *showroomprive.com*, Clio Blue entend encore plus se développer sur ce créneau à succès et vise à renforcer la collection homme de la marque « Lui de Clio » - très prisée – notamment sur des sites dédiés à l'homme tels que *hommeprive.com*.

Générateur de chiffre d'affaires pour la marque, porté par une présence plus régulière et des ventes à meilleurs marges, cette stratégie d'investissement entamée maintenant depuis plusieurs années constitue aujourd'hui une véritable vitrine pour Clio Blue.

Remarquée par son image et ses nombreuses gammes, la marque ne séduit plus uniquement une clientèle B to C mais attire désormais une clientèle B to B et notamment de nombreux distributeurs.

Aussi, la marque annonce son entrée prochaine dans le groupe THOM EUROPE, leader de la bijouterie/horlogerie en centre commercial. Ce nouvel axe de distribution constitue pour la marque un fort potentiel de développement. De nombreuses commandes sont déjà programmées avec l'une des enseignes du groupe pour une livraison de 82 bijouteries.

### **Poursuite d'un développement continu dans l'export**

A l'export, Clio Blue prévoit l'ouverture de nouveaux corners - notamment en Asie (Corée et Chine) où la marque est présente historiquement sur le continent et où le savoir-faire français y est très estimé - sur des gammes à fort succès telles que la ligne montres pour hommes (nouvelles licences montres à Hong Kong) mais qui devrait également se développer dans les Émirats Arabes.

Enfin, Clio Blue qui propose déjà ses collections sur plusieurs compagnies aériennes (Aigle, Corsair, Air Caraïbes) devrait prochainement se positionner sur une compagnie aérienne historique.



### **De nouvelles licences, une montée en gamme et un nouveau concept pour la marque**

Clio Blue, qui a rencontré un important succès avec la licence Brigitte Bardot, signée en 2016 pour une durée de trois ans, devrait annoncer la signature, d'une nouvelle licence avec une enseigne de prêt à porter haut de gamme et reconnue, d'ici fin 2018 - début 2019.

Par ailleurs, dans une volonté de complémentarité de lignes et d'une montée de gamme de ses produits, la marque vise à se développer sur des produits complémentaires – sous la forme de licences – mais également en proposant de nouveaux matériaux, notamment pour la ligne maroquinerie.

Enfin, Maison Clio Blue est en discussion pour la mise en place d'un concept store qui vise à développer son activité au travers de nouvelles boutiques innovantes et branchées.

### **Des perspectives très prometteuses pour Clio Blue.**

L'accélération des demandes de licences, l'intérêt de la marque au plan national ainsi qu'à l'international auprès des B to B et B to C, confirment le bien fondé du repositionnement de Clio Blue et le développement stratégique mis en place par Patrick Morineau depuis maintenant 7 ans.

Ainsi sur 2018/2019, le groupe anticipe un exercice prometteur, notamment par :

- Un positionnement renforcé sur la bijouterie dans les centres commerciaux au travers de réseaux de distribution reconnus ;
- Un développement de nouveaux corners en Asie et dans les Pays Arabes ;
- Un renforcement de sa présence sur le marché du Duty Free ;
- La signature de nouvelles licences dans le domaine du prêt-à-porter. Une licence foulards/ chapeaux et parfums sont également en cours de discussion ;
- Le renforcement de ses actions sur la vente en ligne et sites dédiés.

**Maison Clio Blue est cotée sur Euronext Access™  
Code Isin FR0011092089 – Mnémonique MLCLI**

**Prochaine communication : Résultats annuels - Fin janvier 2019**

#### **Contact investisseurs**

Patrick Morineau - [isabelle@clioblue.com](mailto:isabelle@clioblue.com)  
[www.clioblue.com](http://www.clioblue.com)

#### **Listing Sponsor**

Champeil : Tél : 05 56 79 62 32  
[contact@champeil.com](mailto:contact@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 vingtaine 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), en Asie (Japon, Taiwan, Indonésie, Hong-Kong, Malaisie, Chine, Iran), en Amérique (Canada, Mexique), en Afrique (Bénin, Togo, Sénégal, Ghana, Côte d'Ivoire) l'île de la Réunion et en Nouvelle Calédonie.