



Communiqué de Presse
08 juillet 2019

1^{er} semestre 2018/2019
Rentabilité durable confirmée
Perspectives très favorables

La SAS Clio Blue, filiale d'exploitation de Maison Clio Blue (FR0011092089) a réalisé au cours du 1^{er} semestre 2018/2019 un chiffre d'affaires de 1 916 K€ en hausse de 5% et ce, en dépit d'une baisse de 15% de l'activité Grands Magasins. Le résultat net ressort positif à +146 K€ contre une perte de 58 K€ sur la même période de l'exercice 2017/2018.

Portée par une restructuration visant à supprimer les foyers de perte avec notamment la fermeture de points de vente (boutiques et corners) non rentables et d'une redéfinition des axes de développement porteurs, la marque confirme son complet revirement traduit par des résultats largement positifs.

Au 31 mars 2019, Maison Clio Blue affiche un endettement nul avec une trésorerie récurrente mensuelle de l'ordre de 200 K€, pour 2 743 K€ de fonds propres.

<i>SAS Clio Blue (*) (en K€)</i>	Au 31.03.18 <i>6 mois</i>	au 31.03.19 <i>6 mois</i>	au 30.09.18 <i>12 mois</i>
Chiffre d'affaires	1 823,4	1 916,1	3 102,4
Marge commerciale	69,3%	67,2%	65,6%
Marge Brute	16,2%	26,7%	27,6%
Résultat d'exploitation	-48,0	210,0	-247,4
Résultat courant	-65,5	192,5	-274,9
Résultat net	-58,0	146,3	3,4

() la SAS Clio Blue est la filiale d'exploitation de la marque, filiale à 100% de Maison Clio Blue*

Une distribution en France désormais rentable grâce à de nouveaux choix de positionnement

Alors que Maison Clio Blue a finalisé au cours de l'exercice précédent la fermeture des boutiques, corners et outlets déficitaires, la société s'est recentrée sur la distribution à fort potentiel, notamment au travers des centres commerciaux.

Aussi, la marque a signé un contrat de distribution avec un groupe leader de la bijouterie/ horlogerie en centre commercial et assure désormais la distribution de ses collections auprès de boutiques de grande notoriété avec un achalandage auprès de plus de 80 bijouteries. Preuve d'un nouveau positionnement à succès, des premiers réassorts sont prévus pour ces mêmes bijouteries.

Il faut souligner, depuis le début du nouvel exercice, le retour à des résultats positifs de l'ensemble des points de vente de la marque, mois après mois, à l'instar de sa présence récente dans les nouveaux centres commerciaux outlet « Marques Avenue ».



Les ventes en ligne : 20 % du CA total - Un canal de distribution renforcé par la création de « Clio Blue Digital »

Très présente sur les ventes en ligne depuis maintenant plusieurs années sur des sites marchands à forte notoriété tels que « Ventessprivées » ou encore « Showroomprivé », Clio Blue continue de se renforcer sur ce créneau qui représente désormais 20 % du chiffre d'affaires de la marque.

Fort de cette présence, Clio Blue doit ouvrir d'ici fin juillet son propre site marchand via la création de sa filiale « Clio Blue Digital », lui permettant de vendre en direct ses collections mais aussi de renforcer sa notoriété et sa visibilité au travers des réseaux sociaux et d'actions de communication.

Clio Blue confirme son succès sur le Duty Free

Déjà présente sur plusieurs compagnies aériennes, Clio Blue propose désormais ses collections sur la compagnie historique AIR FRANCE en moyens et longs courriers. Une présence assurée sur les 18 prochains mois, au vu des réassorts déjà demandés.

Poursuite d'un développement continu à l'international par l'ouverture de nouveaux corners en Corée du Sud

Fort d'une présence historique sur le continent asiatique et d'un succès qui ne faiblit pas pour la marque grâce à son image et son savoir-faire Français, Clio Blue continue son développement à l'international par l'ouverture prochaine de nouveaux corners.

La signature de licences et l'intégration de nouveaux marchés : des axes clés pour se développer

- Licence avec la marque « Berenice »

Clio Blue a signé sur l'exercice pour une durée de 3 ans, la licence avec la marque de prêt-à-porter « Berenice ». L'arrivée de cette nouvelle licence confirme l'engouement des marques pour le savoir-faire de Clio Blue et son esprit de créativité. La collection originale créée autour de bijoux réalisés en métal et laiton est commercialisée sur le réseau de boutiques Berenice et de corners grands magasins.

- Une nouvelle collection de lunettes de vue « Clio Blue »

Dans un environnement aujourd'hui très concurrentiel où la clientèle cherche toujours plus de créativité et d'originalité, Clio Blue souhaite intégrer de nouveaux marchés pour se développer et diversifier ses collections. Aussi, la marque annonce le lancement prochain d'une nouvelle collection de Lunettes de vue « Clio Blue » distribuée chez les opticiens. Une ligne solaire pourrait être lancée en suivant.

Perspectives très favorables

Compte tenu des performances enregistrées sur le 1^{er} semestre et des effets positifs de la restructuration encore attendus sur les mois à venir, le groupe anticipe une croissance de ses ventes et une nouvelle amélioration de la rentabilité sur le S2.



Clio Blue entend poursuivre ses actions visant à :

- Renforcer la rentabilité de l'ensemble de ses canaux de distribution actuels
- Forcer sa présence dans les bijouteries traditionnelles en périphérie des villes
- Ouvrir de nouveaux points de vente
- Développer ses ventes via le digital
- Acquérir de nouveaux clients à fort potentiel, grâce à la profondeur de gamme proposée par la marque Clio Blue
- Signer de nouvelles licences, notamment sur le segment des lunettes.

Maison Clio Blue est cotée sur Euronext Access™

Code Isin FR0011092089 – Mnémonique MLCLI



Prochaine communication : Résultats annuels - janvier 2020

Contact investisseurs

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

Listing Sponsor

Champeil: Tél : 05 56 79 62 32
champeil@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 deux collections de bijoux par an, une collection horlogerie et une ligne Homme. Clio Blue est commercialisée au travers d'une trentaine 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 (Suisse, Belgique), en Asie (Japon, Corée du Sud, Taiwan, Indonésie, Chine), en Amérique (Canada, Mexique et en Nouvelle Calédonie).