



Communiqué de Presse
07 Mars 2019

Exercice 2017/2018

Une stratégie de restructuration confirmée

Des perspectives prometteuses en France et à l'international

Maison Clio Blue (FR0011092089) a réalisé, sur l'exercice clos le 30 septembre 2018, un chiffre d'affaires social de 534 K€ (+22%) et un résultat net de 3 K€ (vs 1 K€ au 30.09.17). Ses fonds propres ressortent à 2.740 K€ pour un endettement financier net de 1 762 K€.

La SAS Clio Blue, sa filiale d'exploitation de la marque, a réalisé sur l'exercice 2017/2018, un chiffre d'affaires de 3 102,4 K€ et un résultat net de 3,4 K€.

La restructuration de la marque entamée depuis plusieurs années et la redéfinition des axes de développement ont contribué sur l'exercice à une amélioration de la marge commerciale.

La société a œuvré sur l'exercice à fermer les dernières boutiques ou corners non rentables, ce qui pèse cette année encore sur la performance globale. Ces nouvelles bases étant posées, la société Clio Blue est désormais en mesure de retrouver dès l'exercice 2018/2019 une rentabilité d'exploitation positive.

<i>SAS Clio Blue (*) (en K€)</i>	au 30.09.17	au 30.09.18
Chiffre d'affaires	3 507,1	3 102,4
Marge commerciale	64,6%	65,6%
Marge Brute	30,1%	27,6%
Résultat d'exploitation	-35,2	-247,4
Résultat courant	-66,5	-274,9
Résultat net	2,3	3,4

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

Une distribution repensée en France et sur la vente en ligne

Dans un climat de fréquentation des grands magasins encore fébrile, combiné à un changement de consommation, Clio Blue a fait le choix sur l'exercice de fermer plusieurs boutiques et corners déficitaires (Metz et Nancy pour la France, Charleroi en Belgique) au profit de nouveaux axes de distributions à forts potentiels : La vente en ligne et la distribution au travers des centres commerciaux.

Portée par la signature d'un contrat de distribution avec un groupe, leader de la bijouterie/horlogerie en centre commercial, Clio Blue assure ainsi la distribution de ses collections auprès de boutiques de grandes notoriétés et annonce avoir déjà livré 82 bijouteries sur le premier trimestre de l'exercice. De nouvelles commandes sont par ailleurs en cours pour ces mêmes bijouteries.

Par ailleurs, la marque confirme la rentabilité de sa présence récente dans les nouveaux centres commerciaux outlet « Marques Avenue ».



Les ventes en ligne : 20 % du CA total - Un créneau qui vise à être développé pour la marque

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

Fort de ce succès, Clio Blue envisage en parallèle, la création d'un site marchand propre à la marque permettant ainsi de vendre en direct ses collections et renforcer sa présence, parfois noyée sur des sites de ventes multi-marques.

Clio Blue se renforce sur le Duty Free

Clio Blue, qui propose déjà ses collections sur plusieurs compagnies aériennes, renforce sa présence sur le marché du Duty Free et se positionne désormais sur la compagnie historique AIR FRANCE en moyens et longs courriers.

Poursuite d'un développement continu à l'international par l'ouverture de nouveaux corners et d'un nouveau concept à succès :

- Ouvertures de nouveaux corners en Corée du Sud :

Forte d'une présence historique sur le continent asiatique et d'un succès qui ne faiblit pas pour la marque et son savoir-faire Français, Clio Blue prévoit l'ouverture prochaine d'un premier corner Clio Blue dans la Gallery Hyundai à Séoul. D'autres corners ouvriront dans les prochains mois.

- Création d'une soixantaine de « Clio Blue Café » en Chine :

Par ailleurs et comme annoncé, Clio Blue a signé en novembre dernier, un contrat pour l'ouverture de nouvelles boutiques « branchées » particulièrement en vogue à l'étranger, dites « concept-café ». Signée pour une durée de 20 ans, cette collaboration vise ainsi via ses « Clio Blue Café » à développer fortement la distribution de la marque tout en renforçant sa visibilité et sa notoriété mondiale.

Les licences, un axe de distribution à succès – Signature de licence avec la marque « Bérénice »

Déjà remarquée par la licence à succès – signée en 2016 - avec la marque Brigitte Bardot, Clio Blue annonce la signature d'une licence avec la marque de prêt-à-porter « Bérénice ». Le lancement de la collection créée autour de bijoux réalisés en métal et laiton, se fera sur un réseau de boutiques et corners grands magasins. Signée pour une durée de 3 ans, cette nouvelle licence confirme l'engouement des marques pour le savoir-faire de Clio Blue et l'originalité de ses collections.

Perspectives très favorables

La restructuration de la marque, les choix de développements et canaux de distribution laissent augurer des perspectives prometteuses pour la marque qui bénéficie désormais d'une forte notoriété aussi bien en France qu'à l'International.

Ainsi sur l'exercice 2018/2019, le groupe anticipe une croissance de ses ventes et une rentabilité opérationnelle positive :



- Développement de nouveaux corners en Corée du Sud.
- Signature de nouvelles licences, dans le prêt-à-porter/mode. Des licences parfums et lunettes sont également en cours de discussion.
- Renforcement de sa présence sur le Duty Free.
- Renforcement de ses actions sur la vente en ligne via les sites marchands et en propre.

Maison Clio Blue est cotée sur Euronext Access™

Code Isin FR0011092089 – Mnémonique MLCLI

Assemblée Générale : 12 Mars 2019

Prochaine communication : Résultats semestriels - Fin juillet 2019

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 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.