



Résultats 2015

Déploiement en France et à l'International

Signature contrat de licence de la marque BRIGITTE BARDOT

MAISON CLIO BLUE, coté sur le Marché Libre depuis le 3 décembre dernier confirme les performances qu'elle avait annoncé et prévoit une accélération de son déploiement sur les prochains mois.

Au 30 septembre 2015 (clôture exercice), la société CLIO BLUE (*) a réalisé un chiffre d'affaires de 3,32 M€ pour un résultat net de 40 K€, conformément à ce qui avait été annoncé lors de son inscription sur le Marché Libre. Le chiffre d'affaires s'est réparti de la façon suivante :

- 50 % ventes multimarques France
- 25% corners dans les grands magasins
- 15% à l'export
- 10% sur Internet.

| Au 30.09 En K€ | 2013/2014 | 2014/2015 |
|--------------------------------|-----------|-----------|
| Chiffre d'affaires (*) | 3 702 | 3 319 |
| Marge Brute | 30,6% | 31,2% |
| Résultat d'exploitation | 92 | 115 |
| % CA | 2,52% | 3,55% |
| Résultat net | 33 | 40 |
| % CA | 0,91% | 1,25% |

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

Déploiement à L'international

Au cours des derniers mois, CLIO BLUE a renforcé ses actions de déploiement à l'international, en particulier en Asie.

La société est historiquement présente sur le continent asiatique depuis 20 ans, où la marque bénéficie d'un engouement pour les marques françaises, lui ouvrant ainsi de belles perspectives pour dynamiser sa marque.

Déjà bien établie avec sa ligne de bijoux argent, CLIO BLUE est présente, depuis le 1^{er} juillet, au Japon, à Hong-Kong, en Indonésie, en Malaise et aux Philippines pour sa ligne de montres.

Au Japon, pour lequel CLIO BLUE dispose d'un accord de master franchise avec un partenaire local, la société a créé début janvier une filiale à Tokyo. Très rapidement, avec son partenaire licencié, la société devrait voir l'ouverture de magasins autour de l'univers de la table. Depuis le mois d'octobre, la société s'est offerte une nouvelle visibilité avec le démarrage du QVC (TV achat japonais) et la diffusion auprès d'une vingtaine de catalogue cadeaux.

A Tawain, CLIO BLUE a amorcé le redémarrage de la marque après avoir signé avec un nouveau distributeur. La réorganisation de la distribution dans ce pays, important pour la marque, explique la baisse du chiffre d'affaires sur l'exercice.

Enfin, en Chine, CLIO BLUE a ouvert un corner Bijou dans la ville de Changzou, dans le quartier prisé des marques françaises.

En France

CLIO BLUE a signé une licence de marque BRIGITTE BARDOT qui viendra s'inscrire comme une ligne complémentaire à celles de CLIO BLUE. La notoriété de la marque, notamment à l'export, permet d'espérer un niveau d'activité additionnel significatif à moyen terme.

Par ailleurs CLIO BLUE devrait annoncer le rachat d'un distributeur de bijoux multimarques présent à Paris, qui s'inscrit dans la stratégie de Maison Clio Blue de multiplication de ses points de vente.

Des perspectives très favorables

Sur l'exercice 2015/2016, compte tenu des actions menées depuis le début du nouvel exercice et le lancement en janvier de sa 1^{ère} ligne de maroquinerie – dotée de 180 références – avec l'ouverture déjà d'une dizaine de points de vente, CLIO BLUE confirme son objectif de chiffre d'affaires de 4 M€ avec une part de l'export et de l'activité via internet renforcée.

De nouvelles opérations de croissance externe, sur les prochains mois, devraient venir conforter ces perspectives de développement.

Assemblée Générale des Actionnaires : le 24 mars 2016



Code Isin FR0011092089 – Mnémonique MLCLI

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.