



## Acquisition de Zorbit aux USA : naissance d'un leader mondial de la "beauty on demand"

**Publication des résultats annuels : EBIT pro forma à 5,6 M€, en hausse de 20,6%**

**Levallois-Perret, le 27 novembre 2008**

A l'occasion de la publication de ses résultats annuels 2007-2008, Maesa annonce le rapprochement avec l'américain Zorbit Resources, d'une taille comparable à la sienne, créant ainsi un leader mondial dans le marché de la beauté sur mesure.

1. Résultats annuels
2. Rapprochement avec Zorbit
3. Modalités et financement de l'opération
4. Perspectives

### 1. Résultats annuels

Maesa affiche sur l'exercice 2007-2008 de bonnes performances opérationnelles, avec un EBIT pro forma de 5,6 M€ en hausse de 20,6%, et ce malgré un chiffre d'affaires légèrement inférieur aux attentes.

#### RESULTATS ANNUELS CONSOLIDES ET PRO FORMA

en M€ exercice du 1 <sup>er</sup> octobre au 30 septembre	2007 consolidé	2007 pro forma <sup>1</sup>	2008 consolidé	2008 pro forma <sup>1</sup>	Var 07/08 pro forma <sup>1</sup>
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>24,9</b>	<b>26,0</b>	<b>33,4</b>	<b>38,7</b>	<b>+49%</b>
Résultat d'exploitation	4,5	4,6	4,6	5,6	+20,6%
Résultat net avant amort. du goodwill	3,2	3,2	2,3	2,9	-9,3%
Résultat net après amort. du goodwill	3,0	3,0	1,6	2,0	-33%
Fonds propres	9,1		12,5		
Endettement	2,8		9,5		
Trésorerie	2,6		3,7		

<sup>1</sup> Le pro forma intègre Essens sur 12 mois en 2007, et Maesa Home(Latitudes) sur 12 mois en 2008

Les performances commerciales ont été impactées par :

- le niveau du dollar (à taux de change constant, le chiffre d'affaires s'élève à 41,2 M€)
- un ralentissement ponctuel de l'activité en Europe du fait de l'arrêt prévu d'un contrat de 2 ans avec un client chinois, et de reports de livraisons sur le 1<sup>er</sup> trimestre 2008-2009 sur des grands comptes comme Auchan, Nocibé et Pier1 aux Etats Unis.

Grâce à une bonne maîtrise des charges opérationnelles et des approvisionnements, le groupe Maesa réussit cependant à maintenir une marge d'EBIT relativement élevée, à 14,4% du chiffre d'affaires.

Les principaux éléments impactant le résultat net sont :

- une charge exceptionnelle de 800 k€ liée à des rachats d'actions destinées à être attribuées gratuitement aux managers
- des frais financiers de 500 k€ liés à l'acquisition de Latitudes.
- l'amortissement des écarts d'acquisition pour 900 k€

## 2. Rapprochement avec Zorbit

Créée en 2003, Zorbit est devenu en 5 ans un leader dans la conception et la fabrication de produits sur mesure innovants pour le secteur de la beauté. Basé à New York, Zorbit a des bureaux à Los Angeles et à Shenzhen, et présente une organisation semblable à celle de Maesa, intégrant la conception, l'ingénierie, la gestion de projet, le contrôle qualité, et s'appuyant sur un large réseau de producteurs basés en Asie, en Europe et sur le continent américain. La société a réalisé un chiffre d'affaires de 23 M\$ en 2007, et anticipe pour cette année 45 M\$ de ventes avec une marge d'EBITDA entre 14 et 15%.

Le rapprochement donne naissance à un groupe de 200 collaborateurs, servant plus de 150 clients, à partir de 7 implantations en Europe et aux Etats-Unis.

Similaires dans leur positionnement et leur business model, Zorbit Resources et Maesa présentent de fortes complémentarités en termes de produits - l'offre packaging de Zorbit est très développée - et de capacités de développement et de production.

Le doublement de taille va permettre d'optimiser le fonctionnement du groupe dans les domaines tels que la gestion des approvisionnements, le marketing, la création et le design.

Les deux groupes continueront d'opérer sous leurs noms respectifs, et seront réunis au sein de la holding Maesa, cotée à Paris.

Gregory Mager, CEO de Maesa déclare : *" La fusion de Zorbit et Maesa constitue un attrait irrésistible à la fois pour nos clients, nos employés et nos actionnaires, en créant un leader puissant dans le secteur de la beauté, avec une offre de produits et services élargie, et de nombreuses synergies opérationnelles. Les équipes européennes de Maesa vont avoir accès au studio de branding et design, ainsi qu'aux ressources de production de Zorbit. Maesa va accélérer le développement de Zorbit sur le marché européen."*

Pour Tom Butkiewicz, Président et fondateur de Zorbit, *"Le rapprochement va considérablement renforcer la capacité des deux groupes pour répondre aux besoins de l'industrie de la beauté, en évolution permanente, dans un univers de la distribution qui évolue encore plus rapidement. Nous avons constitué une organisation totalement intégrée capable d'offrir des produits, des packagings et des solutions clés en mains aux marques, aux distributeurs ou à de nouveaux entrants sur le marché de la beauté."*

## 3. Modalités et financement de l'opération

Maesa va acquérir 100% des titres de Zorbit avant le 31 décembre 2008 pour un prix total d'acquisition estimé entre 45 et 50M\$.

Le prix total représente entre 5.6 et 6.2 x EBITDA attendu en 2009

Le paiement se décompose en :

- 12.5M\$ au closing avant fin 2008,
- Un complément de prix pouvant aller jusqu'à 14.2M\$ payé en avril 2009, et
- Des Earn Out basés sur les EBITDA 2009 et 2010 estimés entre 18.3M\$ et 23.3M\$

Le financement de l'opération se structure la manière suivante :

- Environ 25% du prix (en fonction de l'earn-out) sera payé en actions Maesa SA, valorisées de façon fixe à 28 €. Les actionnaires de Zorbit pouvant détenir à terme entre 9 et 12% de Maesa.
- Une augmentation de capital réservée auprès d'investisseurs qualifiés pour 1 M€
- Une émission d'obligations convertibles souscrite par Odyssee Venture pour 3 M€
- Un emprunt à échéance 2015 auprès du pool bancaire historique pour 22,8 M\$

Par ailleurs, dans le cadre du financement de l'opération, la dette existante (9M€) est refinancée aux mêmes conditions.

Pour Julien Saada, Président de Maesa, *"Le montage retenu pour réaliser l'opération est adapté à l'environnement économique incertain que nous traversons en ce moment. L'étalement des paiements, l'indexation sur les résultats, la part réservée au règlement en actions, sont autant de garanties du succès financier de ce rapprochement stratégique. Nous sommes désormais très confiants pour atteindre notre premier objectif d'un chiffre d'affaires de 100 millions d'euros à horizon 2010, et pouvons maintenant commencer à nous positionner pour la suite."*

## 4. Perspectives

Le groupe nouvellement constitué représente en 2008 un volume d'activité d'environ 74 M€, réparti sur les 4 métiers du groupe : Maesa Beauty (26,0 M€), Maesa Home (23,8 M€), Maesa Promotions (4,9 M€) et Maesa Packaging (19,3 M€). Ce dernier pôle fait désormais jeu égal avec les métiers historiques du groupe, et tous les pôles ont une taille suffisante pour se développer avec succès sur leurs marchés.

Maesa dispose d'un positionnement idéal de résistance à la récession, grâce :

- **Au déploiement des marques distributeurs.** La grande distribution et les distributeurs spécialisés ont besoin de produits créatifs et optimisés en termes de prix de revient pour proposer une réponse à la baisse du pouvoir d'achat. Maesa offre une solution intégrée et créative de développement de produits de beauté et senteurs clés en main. La conquête de la grande distribution avec notamment les projets pour Auchan et Carrefour est très récente et beaucoup de développements restent à construire en Europe comme aux Etats-Unis.
- **L'externalisation de ressources.** L'association de Maesa et Zorbit va permettre au groupe d'offrir sa capacité d'optimisation des prix de revient aux marques de luxe et de beauté. Grâce à un savoir faire intégré de design, de développement et de gestion de fabrication, le groupe dispose aujourd'hui de la capacité à externaliser du packaging comme des produits finis pour les marques de luxe et de beauté.

Avec une organisation solide, une équipe de management expérimentée et des références prestigieuses sur tous ses marchés, Maesa aborde avec sérénité cette nouvelle étape de croissance.

## Prochain rendez-vous

Comptes annuels audités

9 décembre 2008

## A propos du groupe Maesa

Maesa est l'un des leaders mondiaux de la beauté sur-mesure. Les équipes de chaque division servent les enseignes de distribution en produits de beauté et produits de senteurs à marque propre ainsi que les marques de beauté et les marques de luxe en objets promotionnels et en packaging innovants.

Maesa est composé de 4 divisions :

 <b>MAESA</b> BEAUTY	 <b>MAESA</b> HOME	 <b>MAESA</b> PROMOTIONS	 <b>MAESA</b> PACKAGING
Création et fabrication sur-mesure de gammes de parfums et produits cosmétiques pour les enseignes de distribution	Création et fabrication sur-mesure de gammes de produits parfumés pour la maison et produits de senteur pour les enseignes de distribution	Objets promotionnels parfumés et cadeaux liés au monde de la beauté pour les annonceurs et les marques de beauté	Création et fabrication sur-mesure de packagings sophistiqués pour les marques de beauté

Avec des bureaux à Paris, Londres, New York, Los Angeles et Shanghai, le groupe Maesa compte une équipe de plus de 200 collaborateurs.

Maesa est coté à Paris sur Alternext (code ALMAE) depuis février 2006.

[www.maesa.com](http://www.maesa.com)

---

### Contacts

Calyptus	Mathieu Calleux	01 53 65 37 91	mathieu.calleux@calyptus.net
Euroland Finance	Julia Temin	01 44 70 20 84	jtemin@euroland-finance.com
MAESA	Manuel Variette	01 41 05 55 55	manuel.varietie@maesa.com