

## CA 2009 pro forma 12 mois de 56,1 M€

**Report de livraisons en fin d'année**  
**Résultat d'exploitation pro forma 12 mois estimé à 2,3 M€**  
**Forte reprise amorcée en 2010**

**Levallois-Perret, le 9 mars 2010**

Le groupe Maesa publie un chiffre d'affaires pro forma 2009 sur 12 mois de 56,1 M€, en forte croissance (+45% par rapport au CA annuel publié au 30.09.08), mais en-deçà des prévisions annoncées, qui se situaient à 62,7 M€.

en M€	30.09.2008 conso 12 M	31.12.2009 <sup>(1)</sup> conso 15M	31.12.2009 <sup>(1)</sup> pro forma 12M
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>38,7</b>	<b>62,8</b>	<b>56,1</b>
- dont Europe et Asie	19,7	23,4	20,2
- dont Amérique du Nord	19,0	39,4	35,9

<sup>(1)</sup> intégrant la société Zorbit à compter de son acquisition au 9.01.09  
Chiffres non audités

Ce décalage s'explique pour moitié par des reports de livraisons prévues en décembre sur janvier, et pour l'autre moitié par des écarts de prévision sur l'activité de Maesa Packaging aux USA (anciennement Zorbit).

Le chiffre d'affaires consolidé, établi sur une période de 15 mois en raison du changement de date d'arrêté des comptes au 31 décembre, s'élève à 62,8 M€. Sur la période, le Groupe prévoit un résultat d'exploitation consolidé de 0,7 M€ et un résultat net consolidé avant écarts d'acquisition négatif de 0,6 M€.

En pro forma 12 mois sur l'année 2009, Maesa prévoit un résultat d'exploitation d'environ 2,3 M€ et un résultat net consolidé avant écarts d'acquisition positif de 0,8 M€.

### Réduction de l'endettement

Par rapport à fin mars, où l'opération Zorbit était intégrée pour la première fois dans les comptes, l'endettement du Groupe s'est réduit significativement : les dettes financières, composées de l'endettement financier net (hors obligations convertibles) et des earn-outs, sont en effet passées de 40,2 M€ au 31.03.09 à 25,6 M€ au 31.12.09, soit une réduction de près de 15 M€.

Cette diminution de l'endettement est notamment liée à une réduction significative des compléments de prix. En effet, compte-tenu des résultats des filiales US, le Groupe ne paiera pas d'earn-outs au titre de l'année 2009.

### Reprise de la croissance en 2010

Les premiers mois de 2010 montrent une nette reprise de l'activité, en Europe et aux Etats-Unis. Les commandes prises auprès des clients existants font état d'un redémarrage de la consommation.

Ainsi, les nouveaux contrats signés depuis un an par le Groupe restent porteurs de croissance pour l'année en cours. On citera par exemple :

- pour la division Maesa Home : prise en charge de la catégorie senteur chez Body Shop, poursuite des activités avec Citroën et lancement de la C3 et de la DS3, lancement avec Renault d'un diffuseur de parfum after market.
- pour la division Maesa Beauty : lancement chez Cache Cache, numéro 2 français du prêt à porter féminin, d'un rayon complet beauté, extensions de gammes sur la marque Rites Originels chez Carrefour, lancement dans les 600 points de vente Forever 21 du rayon beauté.
- pour la division Maesa Packaging : développement des packagings de fin d'année pour Sephora et fort démarrage de l'activité avec L'Oréal Professionnel en Europe. Poursuite de la collaboration avec Victoria's Secret aux Etats-Unis et conquête de nouvelles marques au sein des groupes Estée Lauder et LVMH avec fourniture clés en main de packagings primaires et secondaires conçus et produits par Maesa Packaging.

Par ailleurs, Maesa vient d'annoncer la signature d'un contrat pluri-annuel avec le spécialiste mondial du footwear *Payless Shoesource*. La première commande porte sur la fourniture d'une gamme exclusive de beauté et de soins qui sera lancée dans 1 500 points de vente sur les 4 500 que compte l'enseigne, en Septembre 2010.

Pour Julien Saada, Président de Maesa, « *L'intégration du groupe Zorbit, dont la taille était équivalente à celle de Maesa, et la réalisation des synergies commerciales, ont été un peu plus longues que prévu à mettre en œuvre. Mais au vu des contrats récemment signés, et des perspectives commerciales du groupe aujourd'hui, nous avons la preuve que cette acquisition stratégique est un choix pertinent, fait au bon moment. La réduction significative du prix d'acquisition obtenue via le mécanisme des earn-outs compense largement le retard subi au démarrage.* »

Grâce à la taille critique et la dimension internationale récemment atteintes, à l'extension de ses savoir-faire, le Groupe accède désormais à des contrats majeurs auprès d'acteurs mondiaux de la distribution et est confiant sur son potentiel de développement à moyen terme.

#### A propos du groupe Maesa

Maesa est l'un des leaders mondiaux de la beauté sur-mesure. Avec des bureaux à Paris, Londres, New York, Los Angeles, Shenzhen et Shanghai, le groupe Maesa propose une offre globale au travers de ses 3 divisions :



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 et les constructeurs automobiles.



Design, création et fabrication sur-mesure de packaging et objets promotionnels pour les marques de beauté.

Les 3 divisions fournissent des solutions beauté sur mesure pour les distributeurs et les marques.

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

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