

## Résultats 2009

Une année d'intégration dans un contexte de crise économique  
Forte reprise constatée depuis début 2010

Levallois-Perret, le 6 avril 2010

Comme annoncé lors de la publication du chiffre d'affaires début mars, le Groupe Maesa enregistre sur l'année 2009 un résultat d'exploitation pro forma 12 mois de 2,2 M€ et un résultat net avant écarts d'acquisition de 1,0 M€.

En consolidé sur un exercice de 15 mois clos au 31.12.2009 le résultat d'exploitation s'élève à 0,6 M€ et le résultat net consolidé avant écarts d'acquisition est négatif de 0,4 M€.

en M€	31.12.2009 <sup>(1)</sup> conso 15M	31.12.2009 <sup>(1)</sup> pro forma 12M	30.09.2008 <sup>(2)</sup> pro forma 12 M
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>62,8</b>	<b>56,1</b>	<b>38,7</b>
- dont Europe et Asie	23,4	20,2	19,7
- dont Amérique du Nord	39,4	35,9	19,0
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>0,6</b>	<b>2,2</b>	<b>5,6</b>
<b>Résultat net avant écart d'acquisition</b>	<b>(0,4)</b>	<b>1,0</b>	<b>2,9</b>
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>(2,8)</b>	<b>(1,2)</b>	<b>2,0</b>

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

<sup>(2)</sup> intégrant la société Maesa Home sur 12 mois en 2008

Chiffres non audités

L'exercice, d'une durée exceptionnelle de 15 mois du fait du changement de date de clôture, a été marqué par :

- l'acquisition de la société américaine Zorbit, aujourd'hui Maesa LLC, en janvier 2009,
- le regroupement de l'ensemble des activités françaises au sein du nouveau siège à Levallois,
- une réduction des volumes, conséquence de la crise économique, sur les clients existants, en particulier aux Etats-Unis sur la division Maesa Home,
- l'adaptation de la stratégie commerciale à la nouvelle taille du Groupe et l'exploitation des synergies entre les filiales,
- des reports de livraisons importants en fin d'année, avec pour conséquence un report du chiffre d'affaires prévu sur 2010.

Malgré le contexte difficile, la conquête commerciale s'est poursuivie tout au long de l'année, avec de nouveaux contrats emblématiques des axes stratégiques de développement mis en place pour les années à venir. On citera par exemple :

- la réalisation de rayons complets pour de grandes enseignes de distribution, avec par exemple Oviessie et Gifi en Europe, ou Old Navy et Target aux USA. ,
- la création de parfums de luxe pour des marques ou des célébrités : Zadig et Voltaire en France ou 50 cent et Kim Kardashian aux Etats-Unis,
- l'utilisation du savoir-faire packaging et des nouveaux partenaires industriels en Asie pour développer les ventes Packaging en Europe, par exemple pour L'Oréal ou Marionnaud,
- le développement de marques exclusives, éventuellement « co-brandées » pour la distribution spécialisée : parfums Kat von D pour Sephora aux USA, maquillage ethnique signé par la chanteuse Beverley Knight pour Selfridges (UK) ;
- la poursuite de l'innovation pour le secteur automobile et l'industrie, avec le lancement d'un diffuseur de parfum pour le groupe Renault,
- l'externalisation pour les grands acteurs du secteur du luxe et de la beauté : coffrets pour Inter Parfums ou Puig, programme d'animation magasin pour Estée Lauder, programmes promotionnels pour Coty.

### Réduction de l'endettement

Si la dette bancaire augmente, entre le 31 mars et le 31 décembre, passant de 16,4 M€ à 20,9 M€ du fait du paiement prévu des earn-outs au titre de l'année 2008, effectué au 2<sup>e</sup> trimestre 2009, la dette financière globale, incluant à la fois la dette bancaire nette et les earn-outs futurs, diminue en revanche fortement. Elle passe de 40,2 M€ à 25,5 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.

Avec des fonds propres de 14,1 M€ au 31 décembre, le Groupe envisage de procéder dans les semaines qui viennent à une augmentation de capital de l'ordre de 3 M€ afin de renforcer sa structure bilancielle et gérer confortablement la reprise de la croissance dont les premiers signes sont déjà visibles. Cette opération se ferait sous forme de placement privé auprès des dirigeants actionnaires existants qui ont déjà exprimé un fort intérêt.

### 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 et la conquête commerciale, par ailleurs, se poursuit activement.

Les nouveaux contrats signés confirment la pertinence et l'attractivité de l'offre du Groupe au niveau mondial.

En Europe, on citera par exemple :

- la signature d'une nouvelle gamme de produits de bains pour *Galeries Lafayette*,
- une collection d'Eaux de Cologne pour le leader du textile en Suisse et Allemagne *Charles Voegelé*,
- le rayon beauté complet pour *Cache Cache*, numéro 2 français du prêt à porter féminin,
- la signature de premières commandes avec l'un des leaders européens du prêt-à-porter, dont l'identité ne pourra être révélée qu'au mois de juin, date des premières livraisons.

En Amérique du Nord :

- le contrat pluri-annuel annoncé récemment avec le spécialiste mondial du footwear *Payless Shoesource*,
- la prise en charge du rayon senteur chez *Body Shop* par *Maesa Home*,
- Le lancement d'un programme complet de parfums et produits de maquillage avec *Claire's* le leader mondial des accessoires pour jeunes filles,
- le succès rencontré par le parfum *Kim Kardashian*, qui se classe n°1 des ventes chez *Sephora* aux USA sur les mois de janvier et février,
- la forte demande pour le parfum lancé pour les magasins de mode canadiens *Garage* : parti de 10 000 pièces en octobre 2009, *Maesa* prévoit d'en livrer 200 000 dès juin 2010.

A fin février, le carnet de commandes (chiffre d'affaires enregistré ou signé sur 2010) s'élève à 25 M€, soit environ 20% de plus qu'à fin février 2009. En date d'aujourd'hui, avec les nouveaux contrats signés depuis, et notamment le contrat *Payless*, le carnet de commande dépasse les 40 M€.

L'intégration des acquisitions réalisées depuis 2 ans est aujourd'hui finalisée, et le Groupe *Maesa* est en ordre de marche pour renouer avec une croissance organique solide dès 2010. Avec une taille critique de dimension internationale et un savoir-faire complet sur tous les segments du marché de la Beauté, 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)

**Contacts**  
Calyptus

Mathieu Calleux

01 53 65 37 91

[mathieu.calleux@calyptus.net](mailto:mathieu.calleux@calyptus.net)