

Anneyron, le 31 janvier 2013

Communiqué de presse – Chiffre d'affaires T1 2012/2013

Activité par pôle (en M€)	T1 12/13	T1 11/12	T1 11/12 PC**	Variation N/N-1 PCC***	Variation N/N-1 (en %) PCC***
Grand Outdoor - LAFUMA	12,0	14,2	14,6	-2,6	-18,0%
Surf - OXBOW	4,4	8,0	8,0	-3,5	-44,2%
Montagne - MILLET / EIDER	24,9	26,5	26,5	-1,6	-5,9%
Autres*	-	6,0	-	0,0	0,0%
Groupe LAFUMA	41,3	54,7	49,1	-7,7	-15,7%

Activité par zone géographique (en M€)	T1 12/13	T1 11/12	T1 11/12 PC**	Variation N/N-1 PCC***	Variation N/N-1 (en %) PCC***
France	23,8	31,4	27,5	-3,7	-13,4%
International	17,5	23,3	21,6	-4,0	-18,8%
Groupe LAFUMA	41,3	54,7	49,1	-7,7	-15,7%

* : Activités Country et Ober, cédées ou en cours de cession

** : PC - Périmètre Constant (Hors activité Country et Ober)

*** : PCC - Périmètre et Change Constant

Retrait de l'activité dans un contexte de consommation défavorable

Tous les pôles du groupe Lafuma affichent un recul de leur activité au cours de ce 1^{er} trimestre, notamment avec une baisse de 44,2% du chiffre d'affaires dans le pôle Surf, mais également le pôle Grand Outdoor avec la marque LAFUMA, en baisse de 18,0 % et le pôle Montagne, avec les marques Millet, Eider et Killy, en décroissance de 5,9%.

Toutes les marques du Groupe évoluent dans un marché particulièrement atone en Europe et un marché asiatique moins dynamique que lors des saisons précédentes.

Dans ce contexte, les marques Millet et Eider se montrent plus particulièrement résistantes grâce à la mise en œuvre d'une stratégie produits et commerciale cohérentes. En revanche, la marque Lafuma est pénalisée par son positionnement d'Outdoor généraliste, concurrencée par les distributeurs intégrés verticalement disposant de marques propres ("private labels"). La marque Oxbow n'échappe pas à la tendance de marché extrêmement difficile observée pour toutes les marques de surf dans le monde.

Perspectives

Le Groupe se concentrera au cours des prochains trimestres sur la stabilisation de son chiffre d'affaires et l'amélioration de la rentabilité, tout en travaillant en parallèle sur la qualité de l'offre produits, des services et de la stratégie commerciale de chacune de ses marques. Le Groupe s'attend à une baisse de son chiffre d'affaires sur l'ensemble de l'exercice fiscal 2012/2013, même si la tendance négative observée sur le 1^{er} trimestre devrait être plus faiblement prononcée sur les prochains trimestres.

Bien que la rentabilité du Groupe soit affectée par cette forte baisse d'activité, les différentes initiatives lancées en 2011/2012, notamment la cession du pôle Country avec la marque Le Chameau au prix de 16,5 M€, permettent au Groupe d'assurer son besoin en fond de roulement et de s'adapter à la réalité d'un marché devenu plus difficile.

Pour toute information complémentaire, veuillez contacter : infos-finance@lafuma.fr

NewCap. Sophie Boulila / Emmanuel Huynh – Tél : 01 44 71 94 91 – lafuma@newcap.fr

LAFUMA est coté sur NYSE Euronext Paris. Euroclear : 3526. Reuters : LAFU.PA. Bloomberg : LAF FP