

Annecy-le-Vieux, le 1<sup>er</sup> mars 2019

## **RESULTATS ANNUELS 2018**

### **LE GROUPE LAFUMA CONFIRME EN 2018 SA CROISSANCE DE CHIFFRE D'AFFAIRES ET DE RESULTAT OPERATIONNEL COURANT**

L'année 2018 a été marquée par l'accroissement de l'instabilité politique et économique, avec notamment les affrontements entre les Etats-Unis et la Chine, les difficiles discussions quant à la sortie du Royaume-Uni hors de l'Union européenne, les discussions budgétaires italiennes ou encore le mouvement des « gilets jaunes » en France, mais également par des changements structurels perturbateurs dans le commerce de détail, et par l'évolution rapide du comportement de nos consommateurs.

Le groupe Lafuma répond aux défis de ses marchés particulièrement compétitifs et aux changements structurels par des investissements ciblés programmés, notamment dans le positionnement clair et la désirabilité de ses marques, la promotion de l'innovation, l'adaptation de ses canaux de distribution à l'évolution du comportement de ses clients. Cette stratégie d'investissements ciblés a démontré son efficacité et a permis au Groupe d'accroître son chiffre d'affaires de 9,3 millions d'euros et son résultat opérationnel courant de 0,8 million d'euros en 2018.

#### ***Chiffre d'affaires et résultat opérationnel courant en progression***

Le résultat opérationnel courant du Groupe à 7,1 millions d'euros, en progression de 0,8 million d'euros (+12,5%), tire profit de la croissance du chiffre d'affaires de 9,3 millions d'euros (+5,8%), chaque pôle contribuant à l'amélioration.

Le **Pôle Montagne**, spécialiste des activités de montagne et de ski, avec ses marques Millet, Eider et Lafuma, premier pôle en termes d'activité du groupe Lafuma, représente 60% de l'activité au cours de l'exercice 2018, stable par rapport à l'exercice précédent.

La météo a un effet indéniable sur les ventes du pôle Montagne. Ainsi, l'hiver long et fortement enneigé de la saison 2017/2018 a aidé les distributeurs du pôle montagne à assainir leurs stocks. A l'inverse l'arrivée tardive du printemps n'a pas favorisé les ventes printanières. L'été 2018 particulièrement long et chaud a négativement influencé le début de saison automne-hiver 2018/2019.

Les ventes du pôle Montagne se sont néanmoins développées de 5,7 millions d'euros (6%) pour passer la barre symbolique des 100 millions d'euros et s'établissent à 101,4 millions d'euros. Les ventes sur le marché français ont progressé de 8,9% et celles du Japon et de la Chine se sont développées respectivement de 19,1% et 26,4%.

Les mesures et investissements stratégiques se sont traduits par un développement favorable de la contribution opérationnelle de 1,7 million d'euros soit 7,7% pour atteindre 23,2 millions d'euros (22,9% du chiffre d'affaires), résultat combiné du développement du chiffre d'affaires et de la marge.

Le **pôle Mobilier** qui fabrique et distribue du mobilier d'extérieur sous la marque commerciale Lafuma Mobilier est également dépendante des conditions météorologiques. En France, son principal marché, le long hiver a retardé l'arrivée du printemps et des ventes de début de saison, accroissant la compétition sur les prix. Lafuma Mobilier a su tirer son épingle du jeu en s'appuyant sur ses fondamentaux : catalogue clair et attrayant, qualité et confort.

Après une année 2017 en demi-teinte, les ventes de l'exercice renouent avec la croissance à + 5,5% soit 2,1 millions d'euros, portées par une croissance notable de 28,7% des ventes internet.

Malgré des investissements ciblés sur ses nouveaux marchés, en marketing et en développement de ses produits, le pôle Mobilier présente une contribution opérationnelle en légère hausse de 0,1 million (+0,5%) pour s'établir à 10,8 millions d'euros (soit 26,9% du chiffre d'affaires).

Le pôle Mobilier concentre son développement sur des marchés internationaux ciblés et sur des nouveaux segments de marché, visant à diminuer sa dépendance à la saison estivale. La ligne « privilège » quant à elle, avec ses produits au design innovant et au confort et à la qualité exceptionnels, alliés au « fabriqué en France », s'adresse aux magasins de mobilier design.

Le pôle Surf, confirme les résultats de la mise en œuvre de sa stratégie de marque Oxbow par une croissance de ses ventes de 1,6 million d'euros (+6%) pour s'établir à 28,4 millions d'euros. La contribution opérationnelle du pôle Surf s'établit à 6,0 millions d'euros, soit 21,2% du chiffre d'affaires, en progression de 0,3 million.

Le pôle Surf poursuit ainsi sa trajectoire de croissance rentable. Avec l'ouverture en mars 2018 de son propre magasin parisien, Oxbow officialise sa présence dans la capitale de son marché prédominant.

Un positionnement clair et un développement à l'international de la marque sont des objectifs à moyen terme. Le commerce en ligne est également un axe important de croissance pour le pôle Surf.

## **Résultat net du Groupe**

Les autres charges opérationnelles s'élèvent à 0,2 million d'euro contre un produit de 1,0 million d'euros en 2017. Le résultat net total en amélioration de 0,5 million d'euros, s'établit à un profit de 6 millions d'euros.

## **Un résultat confirmé**

Les ventes du Groupe, à 169,8 millions d'euros sont en progression de 9,3 millions d'euros (soit 5,8%) et traduisent le développement de chacun de ses trois pôles d'activité.

Le résultat opérationnel courant s'est, sur cette même année, amélioré de 12,5%, passant de 6,3 millions d'euros en 2017 à 7,1 millions en 2018. Le résultat net de 2018 s'établit à 6 millions d'euros.

## **Solidité financière**

Au 31 décembre 2018, les capitaux propres du Groupe s'établissent à 76,0 millions d'euros en amélioration de 9,8 millions d'euros par rapport à fin 2017, après prise en compte du profit de l'exercice (part du groupe) de 6 millions d'euros et des produits comptabilisés directement en capitaux propres de 5,6 millions d'euros.

La trésorerie nette disponible à fin décembre 2018 s'élève à 17 millions d'euros, en amélioration de 1,7 million d'euros par rapport au 31 décembre 2017, grâce à un flux net de trésorerie généré par l'activité de 6,2 millions d'euros, et à des investissements nets décaissés de 4,7 millions d'euros.

## **Perspectives**

Le Groupe ne voit pas d'amélioration significative des conditions économiques et politiques ; l'environnement incertain et la stagnation de ses marchés feront encore de l'année 2019, une année de défis.

Pour relever les défis qui s'annoncent et promouvoir la croissance rentable de ses marques, le Groupe va investir en concentrant ses actions sur les besoins de ses consommateurs, en particulier par la digitalisation, et également par le nécessaire développement de la distribution omnicanale, le commerce en ligne ou encore le développement à l'international.

Le Groupe s'attend à des revenus et une rentabilité opérationnelle 2019 stables par rapport à 2018.

## Annexe

Pour les exercices clos aux 31 décembre 2017 et 2018

| <i>En milliers d'euros</i>  | <b>31 décembre 2018</b> | <b>31 décembre 2017</b> | <b>Variation</b> |
|---|-------------------------|-------------------------|------------------|
| Produits des activités ordinaires   | 169 844                 | 160 543                 | 9 301            |
| Résultat opérationnel courant - ROC   | 7 088                   | 6 304                   | 784              |
| Autres produits et charges opérationnels et dépréciation des écarts d'acquisition | -222                    | 986                     | -1 208           |
| Résultat financier  | 245                     | -349                    | 594              |
| Impôts  | -1 124                  | -1 496                  | 372              |
| Résultat net total  | 5 988                   | 5 445                   | 543              |

Pour l'exercice clos au 31 décembre 2018

| <i>En milliers d'euros</i>        | <b>Pôle Montagne</b> | <b>Pôle Mobilier</b> | <b>Pôle Surf</b> | <b>Corporate et autres</b> | <b>Total</b> |
|-----------------------------------|----------------------|----------------------|------------------|----------------------------|--------------|
| Produits des activités ordinaires | 101 362              | 40 071               | 28 411           | 0                          | 169 844      |
| Contribution opérationnelle       | 23 190               | 10 762               | 6 019            | 0                          | 39 970       |

*La contribution opérationnelle est la différence entre le chiffre d'affaires et le coût d'achat des marchandises vendues, les coûts des ventes (incluant les coûts de location des magasins) et les coûts de marketing.*

Le conseil d'administration, réuni le 26 février 2019, a arrêté les comptes consolidés de l'exercice 2018. Les commissaires aux comptes ont effectué leurs procédures d'audit sur ces comptes et le rapport relatif à la certification des comptes consolidés est en cours d'émission.

### Contacts Analystes, Investisseurs et Presse

NewCap : Valentine BROUCHOT / Emmanuel HUYNH

Tél : +33 (0)1 44 71 94 91 - [lafuma@newcap.eu](mailto:lafuma@newcap.eu)

La société Lafuma SA est cotée sur Euronext Paris. Euroclear : 3526. Reuters : LAFU.PA Bloomberg : LAF