

Anneyron, le 23 avril 2013

Communiqué de presse – Chiffre d'affaires du 1^{er} semestre 2012/2013

Activité par pôle (en M€)	S1 12/13	S1 11/12	S1 11/12 PC**	Variation N/N-1 PCC***	Variation N/N-1 (en %) PCC***
Grand Outdoor - LAFUMA	38,9	45,1	46,7	-7,7	-16,5%
Surf - OXBOW	17,6	27,2	27,2	-9,6	-35,2%
Montagne - MILLET / EIDER	46,2	48,2	48,2	-1,4	-3,0%
Autres*	-	11,7	-	-	0,0%
Groupe LAFUMA	102,7	132,3	122,0	-18,7	-15,4%

Activité par zone géographique (en M€)	S1 12/13	S1 11/12	S1 11/12 PC**	Variation N/N-1 PCC***	Variation N/N-1 (en %) PCC***
France	59,2	76,9	69,4	-10,2	-14,7%
International	43,5	55,5	52,6	-8,4	-16,2%
Groupe LAFUMA	102,7	132,3	122,0	-18,7	-15,4%

* : 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

Comme anticipé, la tendance négative observée au 1^{er} trimestre s'est maintenue au cours du 2^{ème} trimestre 2012/2013. L'activité du Groupe LAFUMA recule sur l'ensemble du semestre de -15,4% (contre -15,8% au 1^{er} trimestre) à 102,7 M€.

Sur ce premier semestre, l'ensemble des pôles d'activité du Groupe enregistre un repli de leur activité :

- Le **pôle surf** confirme le recul très significatif de son chiffre d'affaires avec une baisse de -35,2% à 17,6 M€ ;
- Le **pôle Grand Outdoor** est également en retrait avec une baisse de son activité de -16,5% (-14,5% pour l'activité textile/équipement et -18,8% pour l'activité mobilier) à 38,9 M€ ;
- Le **pôle Montagne**, avec les marques Millet, Eider et Killy enregistre une baisse plus modérée de -3,0% à 46,2 M€.

Toutes les marques du Groupe évoluent dans un marché particulièrement atone en France (-14,7%) et en Europe (-16,6%). Le marché asiatique (-7,1%), moins dynamique que lors des saisons précédentes, est pénalisé par les variations de change (la baisse du yen entraîne une baisse du chiffre d'affaires de -0,6 M€).

Dans ce contexte, les marques Millet (-3,4%) et Eider (-2,1%) résistent grâce à la mise en œuvre d'une stratégie produits et commerciale cohérente. La marque Oxbow, dans un marché du surf extrêmement difficile pour toutes les marques dans le monde, continue son retrait, en particulier dans son activité Wholesale. Enfin, la marque Lafuma est pénalisée par son positionnement d'Outdoor généraliste dans son activité textile/équipement et par une politique commerciale de stock minimum de ses distributeurs pour l'activité mobilier.

Perspectives

Dans cet environnement particulièrement difficile, le Groupe se concentre sur l'amélioration de la rentabilité et de la qualité de son chiffre d'affaires. Le Groupe LAFUMA travaille également sur la stratégie commerciale de chacune de ses marques et poursuit ses efforts sur la qualité des offres de produits et de services.

Au regard du carnet de commandes actuellement disponible, le Groupe s'attend à une baisse de son chiffre d'affaires sur l'ensemble de l'exercice fiscal 2012/2013 et anticipe une stabilisation de la baisse d'activité par pôle sur les prochains trimestres. Le Groupe LAFUMA confirme un recul important de son activité qui affectera significativement son résultat ainsi que la valeur de ses actifs pour l'exercice 2012/2013.

La nouvelle équipe de direction du Groupe, en place depuis le 15 janvier 2013, présentera son plan de développement en juin 2013, à l'occasion de la présentation des comptes semestriels 2012/2013.