

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Lalique Group publie ses résultats annuels 2020

Zurich, 21 avril 2021 – Lalique Group SA (SIX : LLQ), groupe spécialisé dans la création, le développement, la commercialisation et la distribution mondiale de produits de luxe, a réalisé un chiffre d'affaires de EUR 110,7 millions en 2020. La baisse par rapport à la période précédente a pu être ramenée à 23% (S1 2020 : -30%) et reflète l'impact négatif de la pandémie liée au coronavirus sur l'activité et en particulier sur le commerce de détail. L'EBIT s'est élevé à EUR -12,6 millions sur l'exercice 2020 et, outre la dépréciation de la valeur de la marque Lalique de EUR 4,3 millions sans impact sur la trésorerie enregistrée au premier semestre 2020, inclut également une provision de EUR 2,4 millions liée à une procédure judiciaire en cours en France depuis plusieurs années. Pour 2021, hormis des événements imprévisibles ou de nouvelles aggravations de la pandémie, le groupe s'attend à une croissance à deux chiffres du chiffre d'affaires.

Une conférence téléphonique destinée aux investisseurs, aux analystes et aux médias aura lieu aujourd'hui à 10h00 HEEC.

En 2020, les activités de Lalique Group ont été fortement impactées par la pandémie de Covid-19 dans tous les segments et marchés principaux. Après les premiers confinements imposés à l'échelle mondiale au printemps 2020, les ventes se sont améliorées temporairement, mais ont de nouveau été affectées par de nouveaux confinements vers la fin de l'année. Ainsi, après une baisse de 30% de son chiffre d'affaires au premier semestre, Lalique Group a clôturé l'ensemble de l'année 2020 avec un chiffre d'affaires de EUR 110,7 millions, en baisse de 23%. En monnaies locales, cette baisse du chiffre d'affaires était de 24%.

Les mesures de protection visant à endiguer la pandémie et la fermeture temporaire des points de vente dans la plupart des marchés internationaux qui en a découlé ont eu, au fil de l'année, un impact prononcé sur la vente au détail, le commerce de gros ayant été moins touché. Les hôtels-restaurants du groupe ont dû rester fermés pendant plus de quatre mois au total. Lalique Group a enregistré une augmentation de ses activités en ligne; dans l'activité parfums, le pourcentage des ventes en ligne a doublé, représentant ainsi environ 8% du chiffre d'affaires total, tandis que dans le secteur du cristal, il a augmenté pour atteindre 8% des ventes au détail.

Du côté des coûts, Lalique Group a immédiatement pris un certain nombre de mesures dès le début de la pandémie afin de maintenir le capital et les liquidités de l'entreprise et de réaliser des économies. En outre, le groupe a eu recours au chômage partiel et à des mesures d'accompagnement similaires pour la majorité de ses collaborateurs du siège à Zurich, de tous ses sites en France et de son réseau de distribution international. Cela a permis de compenser en partie la baisse des ventes.

Les dépenses de personnel ont diminué de 19% pour s'établir à EUR 28,7 millions en 2020. Les autres charges d'exploitation ont diminué de 24% par rapport à

LALIQUE

GROUP

l'exercice précédent et se sont élevées à EUR 22,9 millions. Ce chiffre inclut une provision de EUR 2,4 millions liée à une procédure judiciaire en cours en France depuis plusieurs années, la Cour de cassation de Paris ayant cassé une décision de la Cour d'appel de 2018 et renvoyé l'affaire pour la faire rejurer. En revanche, les autres charges d'exploitation pour la période 2019 comprenaient des coûts exceptionnels d'un montant de EUR 1,2 million liés à l'acquisition de la participation de 50% dans la distillerie de whisky écossaise The Glenturret. Les amortissements et réajustements de valeur ont augmenté de 36% par rapport à 2019 pour s'établir à EUR 20,2 millions, lesquels incluent la dépréciation sans incidence sur la trésorerie de EUR 4,3 millions avant impôts enregistrée au premier semestre 2020 sur la valeur de la marque Lalique.

Le résultat d'exploitation (EBIT) s'est élevé à EUR -12,6 millions en 2020, contre EUR 1,4 millions pour l'exercice précédent. Hors provision relative à la procédure judiciaire et la dépréciation sur la valeur de la marque Lalique, l'EBIT se serait élevé à EUR -5,9 millions en 2020. Le résultat de l'exercice précédent hors coûts exceptionnels liés à l'acquisition de 50% de The Glenturret se serait quant à lui élevé à EUR 2,6 millions. Le résultat net consolidé s'est élevé à EUR -15,0 millions, contre EUR 1,1 million l'année précédente, le résultat net consolidé de l'exercice précédent ayant bénéficié d'un effet positif de EUR 2,9 millions en raison de la réforme de l'imposition des entreprises en Suisse.

La situation de Lalique Group en termes de liquidités et de capital demeure solide avec un ratio de fonds propres de 46,2% à fin 2020, contre 50,1% à fin 2019.

Résultats des segments et modification de l'organisation des segments

Lalique Group a modifié comme suit l'organisation des segments pour son rapport de gestion : la marque Glenturret, qui apparaissait jusqu'à présent sous «Autres marques», est désormais gérée dans un segment à part. La marque Parfums Grès est désormais gérée dans le segment «Autres marques».

Le segment Lalique a enregistré un chiffre d'affaires de EUR 65,9 millions en 2020, en baisse de 19% par rapport à l'exercice précédent. L'activité parfums a diminué de 25% et l'activité cristal de 15%; les deux activités principales du segment ont donc réussi à bien pallier la baisse des ventes au premier semestre, qui était de respectivement 51% et 21%. Les pertes dans les boutiques ont pu être en partie compensées par une augmentation des ventes via les sites de ventes en ligne Lalique ainsi qu'à travers les cybermarchands. Les coûts du segment avant dépréciation de la marque et provision pour la procédure judiciaire ont reculé de 19%. L'EBIT s'est élevé à EUR -6,6 millions avant les deux facteurs exceptionnels respectivement à EUR -13,3 millions en les incluant (exercice précédent : EUR -6,9 millions).

En 2020, le chiffre d'affaires d'Ultrasun s'est élevé à EUR 14,8 millions, soit une baisse de 32% par rapport à l'exercice précédent. L'activité a été fortement impactée tout au long de l'année par la situation liée à la Covid-19. Outre les mesures générales de confinement qui ont concerné le commerce, cette chute des ventes s'explique également par le fait que les achats de produits de protection solaire sur les principaux marchés d'Ultrasun ont nettement reculé sur l'ensemble de l'année en raison des restrictions liées aux voyages de tourisme. Les coûts ont pu être

LALIQUE GROUP

réduits de 15%. La rentabilité au niveau de l'EBIT s'est élevée à EUR 0,9 million (exercice précédent : EUR 4,1 millions).

Dans le segment Jaguar Fragrances, le chiffre d'affaires a baissé de 32% au cours de l'exercice pour s'établir à EUR 15,9 millions; cependant, avec un EBIT de EUR 2,0 millions (marge EBIT de 13%), la marque de parfum réalisant le chiffre d'affaires le plus élevé dans le portefeuille de Lalique Group est restée très rentable (exercice précédent : EUR 3,6 millions).

Le segment The Glenturret a enregistré un chiffre d'affaires de EUR 1,3 million, en baisse de 30% en raison de la pandémie, et un EBIT de EUR -2,5 millions (exercice précédent : EUR -1,8 millions), le lancement de la nouvelle gamme de whiskies n'ayant pu avoir lieu qu'à l'automne 2020 et le centre d'accueil touristique ayant dû fermer en mars 2020 pour tout le reste de l'année en raison du confinement.

Parmi les autres marques, Bentley Fragrances a enregistré une baisse de chiffre d'affaires de 5% et Parfums Samourai un recul de 21%. Le chiffre d'affaires de Parfums Grès a quant à lui baissé de 23%. Lalique Beauty Services, le site de production et logistique de parfums du groupe, a enregistré une baisse de 14% de son chiffre d'affaires au cours de l'exercice écoulé, la baisse d'activité dans le secteur des parfums ayant pu être partiellement compensée par la production et la vente de solutions hydroalcooliques à des clients tiers.

Dividendes et assemblée générale

Compte tenu de la situation Covid-19, le conseil d'administration a décidé de proposer à l'assemblée générale du 28 mai 2021 de renoncer au versement d'un dividende pour l'exercice 2020. Comme l'année précédente, les membres du conseil d'administration et de la direction ont déclaré qu'ils contribueraient pour l'année en cours aux mesures de protection des liquidités dans un environnement économique encore difficile, en renonçant totalement aux rémunérations variables et en acceptant des réductions partielles de rémunération de base. Tous les membres actuels du conseil d'administration et Silvio Denz, en sa qualité de président, se présentent pour un nouveau mandat d'un an. En raison de la pandémie, la prochaine assemblée générale se tiendra de nouveau à huis clos.

Perspectives

L'évolution de la pandémie due au coronavirus et son impact sur l'environnement économique et les activités de Lalique Group restent incertains, même si la progression des campagnes de vaccination devrait améliorer la situation au cours de l'année 2021. En outre, il est probable que la reprise économique évoluera différemment en termes de rythme et d'ampleur selon les régions, et Lalique Group en tiendra compte dans la priorisation des activités et des projets.

Au premier trimestre 2021, malgré la pandémie qui perdure, Lalique Group a enregistré une évolution solide du chiffre d'affaires, en hausse par rapport à la même période de l'année précédente. Sauf événements imprévisibles ou nouvelles aggravations de la pandémie, Lalique Group table pour l'année 2021 sur un taux de croissance à deux chiffres de son chiffre d'affaires par rapport à 2020, avec des produits d'exploitation 2021 qui devraient se stabiliser légèrement en dessous du niveau pré-pandémie de 2019.

LALIQUE GROUP

Lalique Group appliquera aussi durant l'année en cours une gestion des coûts rigoureuse, adaptée à l'évolution du chiffre d'affaires. Parallèlement, le groupe poursuit ses plans deancements de produits et de réalisation de projets stratégiques. Ainsi, le premier parfum sous licence exclusive Brioni a été lancé avec succès en mars 2021. La réouverture de la distillerie The Glenturret au public, ainsi que son centre d'accueil touristique, son café et sa boutique dans le style et l'esprit Lalique, est prévue pour fin avril 2021, tandis que le nouveau restaurant gastronomique Lalique dirigé par le chef étoilé Mark Donald ouvrira fin juin 2021. En outre, les activités en ligne et la distribution via des détaillants en ligne continueront d'être développés dans tous les segments.

Lalique Group poursuivra la mise en œuvre systématique de sa stratégie de diversification, avec laquelle il s'adresse à une large clientèle dans le secteur des produits de luxe. Du point de vue d'aujourd'hui, le groupe prévoit que la situation liée à la Covid-19 entraînera un retard d'environ deux à trois ans dans la réalisation de ses objectifs de rentabilité à moyen terme.

Roger von der Weid, CEO de Lalique Group : « En 2020, les mesures de confinement imposées à l'échelle mondiale pour lutter contre la pandémie due au coronavirus ont fortement affecté nos activités mondiales et en particulier nos boutiques. Grâce à nos efforts à tous les niveaux, l'impact a été moins grave que selon nos craintes initiales. L'année en cours a également débuté avec des restrictions sanitaires et devrait rester imprévisible, bien que nous constatons actuellement une amélioration des tendances des ventes. Nous continuerons d'être très disciplinés sur le plan des coûts tout en poursuivant le développement ciblé de nos marques afin de tirer le meilleur parti de la diversité de nos activités. »

LALIQUE GROUP

Documents relatifs aux résultats annuels 2020

Les documents suivants sont disponibles sur le site Internet de Lalique Group :

Communiqué de presse www.lalique-group.com/media

Présentation des résultats www.lalique-group.com/financial?section=presentations

Rapport d'activité www.lalique-group.com/financial?section=reporting

Conférence téléphonique pour les investisseurs, les analystes et les médias

Date : mercredi 21 avril 2021

Heure : 10 h 00 HEEC

Référents : Roger von der Weid, CEO; Alexis Rubinstein, CFO

Numéro d'accès par téléphone :

Suisse +41 (0) 58 310 50 00

France +33 (0) 1 7091 87 06

UK +44 (0) 207 107 06 13

USA +1 (1) 631 570 56 13

Contact médias

Lalique Group SA

Esther Fuchs

Senior Communication et PR Manager

Grubenstrasse 18

CH-8045 Zurich

Téléphone : +41 43 499 45 58

E-mail : esther.fuchs@lalique-group.com

Lalique Group

Lalique Group est un acteur de niche dans la création, le développement, la commercialisation et la distribution mondiale de produits de luxe. Ses domaines d'activité s'étendent aux parfums, aux cosmétiques, à la cristallerie, aux bijoux, au mobilier exclusif et aux accessoires d'intérieur, ainsi qu'à l'art, à la gastronomie, à l'hôtellerie et au whisky. Fondée en 2000, l'entreprise, dont le siège est situé à Zurich, emploie environ 680 collaborateurs. La Maison Lalique, qui a donné son nom au Groupe, fut créée en 1888 à Paris par René Lalique, artiste, maître verrier et créateur de bijoux. Les actions nominatives du Groupe (LLQ) sont cotées sur SIX.

Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter le site www.lalique-group.com.

LALIQUE GROUP

Évolution des chiffres-clés de Lalique Group

en millions EUR

	2020	2019
Chiffre d'affaires	110,7	143,5
Résultat brut	59,1	81,8
Charges de personnel	-28,7	-35,5
Autres charges d'exploitation ¹	-22,9	-30,0
EBITDA	7,6	16,2
Amortissements et dépréciations ²	-20,2	-14,8
EBIT	-12,6	1,4
Marge EBIT	-11,3%	1,0%
Résultat financier	-2,5	-1,9
Résultat net consolidé	-15,0	1,1

- 1) Inclut une provision pour une procédure judiciaire d'un montant de EUR 2,4 millions
- 2) Inclut une dépréciation sans incidence sur les liquidités de la valeur de la marque Lalique d'un montant de EUR 4,3 millions.

en EUR

Résultat par action	-1,76	0,52
----------------------------	-------	------

en millions EUR

	31.12.2020	31.12.2019
Total des fonds propres (avant parts minoritaires)	156,6	171,9
Ratio de fonds propres	46,2	50,1

Les comptes du groupe peuvent être consultés dans leur intégralité sur le site www.lalique-group.com/financial