

Résultats annuels 2006-2007

Croissance de 27% du résultat net

Objectif 2007-2008 : CA compris entre 45 et 50 M€

en M€ exercice du 1 ^{er} octobre au 30 septembre	2006	2007 consolidé	2007 pro forma ¹	Var 06/07 pro forma
Chiffre d'affaires	20,4	24,9	26,0	+27,5%
Résultat d'exploitation	4,0	4,5	4,6	+15,7%
Résultat net avant amort. du goodwill	2,6	3,2	3,2	+26,7%
Résultat net après amort. du goodwill	2,4	3,0	3,0	+26,8%
Fonds propres	6,5	9,1	9,1	
Endettement	2,8	2,8	2,8	
Trésorerie	4,5	2,6	2,6	

¹ intégration d'Essens sur une année pleine (oct 2006 – sep 2007)

Une activité dynamique sur tous les plans

Pour l'exercice clos au 30 septembre 2007, Parfum d'image a enregistré un chiffre d'affaires pro forma (intégrant Essens sur un exercice plein) de 26,0 M€, en croissance de 27,5%.

Cette progression s'appuie à la fois sur l'intégration de nouvelles entités, avec la création de la filiale américaine en décembre 2006 et le rachat d'Essens en février, et sur la croissance organique. Le groupe a renforcé ses positions commerciales, en conquérant de nouveaux clients en Europe et aux Etats-Unis (*Carrefour, Galeries Lafayette, Superdrug, River Island, TJ Maxx, Jean Coutu, Babyliss...*) et en développant de nouvelles gammes pour ses clients existants (*Laura Ashley, Nocibé, DM, Manor, Hema, Editions Atlas, Claire's, PSA...*).

L'acquisition d'Essens a permis d'accroître la part de marché en Europe, et d'acquérir, entre autres, un grand compte récurrent et en pleine expansion : *Pimkie*. L'intégration de la filiale génère d'importantes économies d'échelle, qui joueront à plein sur l'exercice en cours.

Maintien d'une marge d'exploitation élevée

La stratégie commerciale axée sur les grands comptes continue de porter ses fruits, et les niveaux de rentabilité atteints en 2006 se maintiennent. Avec un résultat d'exploitation pro forma de 4,6 M€, la marge d'exploitation s'élève à 18%. Cette marge est impactée par des éléments non récurrents : le poids de la filiale américaine, qui pour son premier exercice atteint juste l'équilibre d'exploitation, et les charges de structure d'Essens sur la première moitié de l'exercice, avant intégration. Ces charges représentent environ 0,6 M€ : **hors éléments non récurrents, la marge d'exploitation s'établit à 20%**.

Le résultat net bénéficie de l'impact favorable des crédits et réductions d'impôts. Le statut de PME de croissance (« Gazelle ») et le crédit d'impôt recherche lié au développement de solutions innovantes pour le marché de l'automobile, ont un impact positif d'environ 0,3 M€ sur le résultat net.

Une acquisition stratégique et très relative aux Etats-Unis

Parfum d'image a annoncé le mois dernier l'acquisition de Latitudes International Fragrance à Los Angeles. Spécialisée dans les produits parfumés pour les grandes enseignes de distribution américaines, Latitudes a généré au 30 septembre un chiffre d'affaires annuel de 22,8 M\$, pour 4,0 M\$ d'EBITDA.

Les modalités de l'acquisition sont basées sur un paiement cash et un Earn-Out étalé sur 3 ans. Le prix total estimé est de 19 M\$ (soit 4,75 fois l'EBITDA 2007), avec 12 M\$ en cash et 7 M\$ d'Earn-Out.

L'acquisition est financée par un emprunt bancaire, libellé en euros. L'Earn-Out sera financé par les cash flows dégagés par la filiale.

Après acquisition, le périmètre du groupe au 30 septembre 2007 représente un chiffre d'affaires de 41,5 M€, pour un résultat d'exploitation de 7,3 M€. L'endettement net est de 6,3 M€, pour des fonds propres de 11 M€ soit un gearing de 57%.

Chiffres clés au 30/09/07 après intégration	
CA	41,5 M€
REX	7,3 M€
Fonds propres	11 M€
Dette nette	6,3 M€
Collaborateurs	95

45 à 50 M€ de CA prévus en 2008

L'acquisition de Latitudes est porteuse de nombreuses synergies. Parfum d'image accède à des comptes clés aux Etats-Unis, et va pouvoir leur offrir ses gammes parfums et cosmétiques, en complément des produits fabriqués par Latitudes. Par ailleurs, la spécialisation et la créativité de Latitudes en matière de produits de senteurs devraient trouver un écho favorable auprès des clients européens de Parfum d'image. Enfin, la mise en commun des achats permettra à la fois d'enrichir les gammes, notamment en matière de packaging, et de réaliser d'importantes économies d'échelle.

En Europe, la croissance organique s'accélère, avec une confirmation de la percée auprès de la grande distribution et le développement envisagé de nouveaux comptes sur le marché des constructeurs automobiles. Le marché de la distribution spécialisée reste extrêmement dynamique, avec de nombreuses nouvelles références en développement, notamment chez Pimkie, Nocibé, Claire's et Superdrug.

Fort de ces développements, Parfum d'image prévoit pour l'exercice en cours une poursuite de la croissance à un rythme soutenu, et anticipe un chiffre d'affaires entre 45 et 50 M€, pour une marge d'exploitation située entre 8,0 et 9,5 M€.

Prochains rendez-vous

Assemblée Générale 29 janvier 2008
Chiffre d'affaires 1^{er} trimestre 12 février 2008

A propos de Parfum d'Image

Créé en 1997, Parfum d'Image est le leader européen des parfums et cosmétiques sur mesure. Le groupe fournit les grands comptes de la distribution en parfums et cosmétiques à marque distributeur, des constructeurs automobiles en parfums d'ambiance sur-mesure, et des annonceurs pour des parfums et produits de senteur promotionnels.

Parfum d'Image est coté sur Alternext depuis février 2006 (FR0010288894 – ALPDI)

www.parfumdimage.com

Contacts

Calyptus :	Mathieu Calleux	01 53 65 37 91	mathieu.calleux@calyptus.net
Euroland Finance :	Julia Temin	01 44 70 20 84	jtemin@euroland-finance.com