

Décembre 2001

S.T. Dupont
PARIS



GÉOMÉTRIE N°5



LA LETTRE DE L'ACTIONNAIRE

Madame, Monsieur, Cher Actionnaire,

Le premier semestre de l'exercice en cours (avril 2001/mars 2002) a été excellent pour notre société. À fin septembre, la hausse de l'activité est de 9,2 %, grâce à un deuxième trimestre vigoureux (+ 16 %). Le résultat de la période est en ligne avec la qualité du chiffre d'affaires des six premiers mois. C'est donc sur ces bases solides que votre entreprise a réalisé cette performance.

Notre site institutionnel est en ligne depuis la mi-septembre à l'adresse url suivante : www.st-dupont.com. Il a été conçu pour devenir la vitrine virtuelle de la marque. Si vous avez la curiosité de vous connecter, vous y trouverez nos plus récentes collections, l'historique de la Société, ainsi que toutes nos séries limitées. La partie financière comprend les chiffres clés, la distribution, le cours de Bourse en direct, et vous avez également la possibilité de télécharger les derniers communiqués de presse ainsi que notre rapport annuel. Un site a été spécifiquement créé pour notre nouveau briquet "X.tend", à flamme "turbo" : www.x-tend.tm.fr.

La fin de l'exercice se présentait bien : le briquet "X.tend" est relancé, une extension de gamme est commercialisée pour le stylo Ellipsis. Les événements du mois de septembre ont bouleversé la visibilité que nous pouvions avoir et les certitudes qui nous animaient. Il est aujourd'hui trop tôt pour mesurer l'impact de ces événements sur l'activité de votre entreprise.

Nous sommes cependant confiants. S.T.Dupont a démontré au cours des six premiers mois de l'exercice sa capacité à progresser en poursuivant les axes stratégiques annoncés. Fort des nouveaux atouts dont nous avons doté le groupe au cours de ces dernières années, je ne peux que vous inciter à nous renouveler votre confiance.

William Christie
Président du Directoire

- QUATRIÈME ÉPISODE -

Le briquet, 60 ans d'histoire

1941 – Jusqu'à la Seconde Guerre mondiale, S.T.Dupont fournit le gotha international. En 1939, la disparition de la clientèle et la pénurie en matières précieuses contraignent la maison à réorienter son activité vers d'autres produits. Ce sera un briquet à essence en aluminium.

Un brevet est déposé le 6 janvier 1941. Après-guerre, ce qui n'était qu'un produit de substitution devient l'activité principale de la société.

1952 – À la pointe de la recherche, S.T.Dupont dépose le 18 juillet, le brevet d'un briquet à gaz qui garde la forme parallélépipédique intemporelle et épurée du briquet à essence. Cette merveille de mécanique de précision, aux finitions parfaites, comporte plus de 40 pièces.

Les années 60, florissantes et frénétiques, sont triomphantes pour la société. Le briquet S.T.Dupont s'inscrit parfaitement dans l'époque, il devient un objet culte, symbole de puissance et de réussite sociale. Le rectangle parfait du briquet devient mythique.

1977 – Les années 70 et 80 marquent l'apogée de la société de consommation et le règne de l'apparence. En réponse à cette réalité sociologique et économique, S.T.Dupont crée en 1977 un nouveau briquet : le "Ligne 2". Plus élancé, plus arrogant, ce nouvel objet possède la particularité d'émettre, à l'ouverture de son chapeau, un son caractéristique : le "cling". Ce son cristallin, identifiable entre tous, devient alors un signe de reconnaissance, particulièrement en Asie.

1985 – Au cours des années 80, les femmes font jeu égal avec les hommes et revendent les mêmes symboles. En 1985, S.T.Dupont leur propose une version miniaturisée du briquet. Compact et léger, le "Ligne D" sera l'objet complice de toutes les femmes.

1989 – Dans le même esprit de miniaturisation, S.T.Dupont lance le "Gatsby". Pour la première fois, un briquet est orné du double godron, ce petit rectangle galbé qui est l'essence même de la marque : rigueur et équilibre. Par la suite, ce symbole signera l'ensemble des objets créés par S.T.Dupont.

1999 – Dans les années 90, le design devient un fait culturel majeur, il est le reflet des valeurs et des attitudes. En 1999, S.T.Dupont donne une interprétation contemporaine de l'antique briquet à marteau que l'on trouvait dans les premiers nécessaires de voyage. En créant le briquet "Urban", S.T.Dupont associe luxe et design industriel.

2001 – 60 ans après, monolithique, graphique, le briquet S.T.Dupont reste un objet mythique et par des décors renouvelés continue d'affirmer son actualité et sa pérennité.

Pour célébrer cet anniversaire, S.T.Dupont a conçu un briquet exceptionnel serti de 60 diamants, qui ne sera diffusé qu'à 60 exemplaires.

Le briquet "Solitaire", aux lignes précises et au diamant serti au cœur de l'un des grands carrés de métal poli, est proposé à 3 000 exemplaires pour chacune des "Ligne 1" et "Ligne 2".

Ces éditions limitées ont remporté un vif succès et ont été présentées à la presse internationale à Paris, le 18 septembre 2001 et à Rome le 8 novembre 2001.

PROCHAIN ÉPISODE :

"Le nouveau Dupont n'est pas un briquet"

ÉDITIONS

AFRICA

L'art africain tire sa force et son universalité de la stylisation des formes et des concepts. Par des volumes simples et des décors géométriques et instinctifs, il tend à l'intemporalité.

Au travers d'un magistral travail de gravure, S.T.Dupont exprime son savoir-faire unique d'orfèvre et propose la collection "Africa", une vision contemporaine de l'art ancestral africain. Des traits irréguliers de guilloché dessinent des lignes géométriques tandis que la force de l'or jaune crée un contraste graphique avec l'éclat sombre des triangles d'onyx.



Cette édition limitée comprend : deux briquets de poche édités chacun à 2 000 exemplaires, un briquet de table édité à 100 exemplaires, un stylo-plume et un stylo-bille édités chacun à 1 000 exemplaires.



LIMITÉES



SKY AND FIRE

Couleurs profondes, nuances intenses, rouge vibrant et bleu azuréen, beautés minérales. S.T. Dupont a choisi des rubis et des saphirs pour composer la collection "Sky and Fire".

Les bijoux en pavés forment des figures géométriques et rigoureuses et jettent leurs feux éclatants sur un miroir de platine, pour proposer une interprétation contemporaine de la joaillerie.

Cette édition limitée comprend : deux briquets de poche édités chacun à 1 000 exemplaires, deux stylos-plume et deux stylos-bille, chacun édité à 500 exemplaires.

CIRCLE BY S.T.DUPONT

La montre "Circle by S.T. Dupont" incarne l'esprit de la marque, empreinte d'équilibre, de rigueur et de pureté.

Des cercles parfaits et des lignes tendues, le galbe d'un verre saphir et la courbe du bracelet construisent une architecture racée et fluide. Le contraste graphique du noir profond d'un cadran et de l'éclat de l'acier poli souligne la géométrie épurée de cette collection de montres contemporaines et masculines.



Les matériaux qui la constituent, acier massif poli, cuir glacé aux reflets graphiques, verre saphir inaltérable, forment une adéquation parfaite entre le design et la matière.

Toutes les caractéristiques techniques de la montre, garantie par le label Swiss Made, ont été choisies pour qu'elle traverse le temps sans altération.

Trois déclinaisons de la montre sont proposées :

- bracelet cuir noir et cadran noir ;
- bracelet acier et cadran noir ;
- bracelet acier et cadran blanc.

ELLIPSIS ORFÈVRE

Le stylo "Ellipsis" s'habille aujourd'hui d'or ou de platine, pour illustrer l'un des savoir-faire spécifiques de S.T. Dupont, le travail d'orfèvre.

Des traits de guilloché précis et interrompus soulignent l'élégance des formes pleines et elliptiques d'"Ellipsis". Ils accentuent la modernité et la fluidité du design et soulignent l'agrafe en forme de double godron, signe de reconnaissance de la marque.

Plaqué or pâle, pour un stylo intemporel, ou platine, pour un décor actuel et moderne, "Ellipsis" se décline en trois types d'écriture : stylo-plume, bille/mine ou roller tri-fonctions.



CHIFFRE D'AFFAIRES NET

La croissance du chiffre d'affaires du premier semestre 2001/2002 (+ 9,4 % à 37,8 millions d'euros, hors royalties) enregistre les fruits d'une offre produits renouvelée et contemporaine. Sur le semestre, les royalties s'élèvent à 3,0 millions d'euros en hausse de 71 %.

La progression du chiffre d'affaires total ressort à 9,2 %, hors effet de change.

L'évolution de l'activité au cours du premier semestre s'analyse ainsi :

Par zone géographique

En Europe (+ 5,7 % à 15,7 millions d'euros) : la croissance globale en Europe est affectée par la faiblesse des marchés allemand, grec et turc. Sur l'ensemble des autres marchés, le groupe a enregistré une croissance à deux chiffres.

En Asie, y compris Japon (+ 11,8 % à 15,8 millions d'euros) : S.T.Dupont enregistre une hausse de + 11,8 % de ses facturations qui, hors effet de change, seraient en progression de 12,5 %. Taiwan subit toujours l'impact des actions menées sur la distribution, auxquelles se sont ajoutées des conditions climatiques très défavorables (plusieurs typhons). Les autres pays de la zone sont en forte progression, y compris le Japon (+ 14,1 % hors effet de change).

En Amériques (+ 29,6 % à 1,3 million d'euros) : l'Amérique du Sud renoue avec la croissance grâce au nouveau réseau d'agents mis en place l'année dernière. Aux États-Unis, la croissance est de 14,5 %.

Autres (+ 5,8 % à 1,7 million d'euros) : au Moyen-Orient, le groupe renoue avec une croissance à deux chiffres de ses ventes.

Par ligne de produits

Briquets & Stylos (+ 4,9 % à 22,9 millions d'euros) : de nouvelles séries et de nouveaux décors, ainsi que la reprise des ventes du briquet "X.tend" ont contribué à la réussite de ce semestre. Par ailleurs, la célébration du 60^e anniversaire du briquet S.T.Dupont a permis d'attirer à nouveau l'attention sur la marque et son univers.

Maroquinerie, Montres, Prêt-à-Porter & Accessoires

(+ 16,3 % à 14,9 millions d'euros) : les lignes de diversification sont en forte progression sur le deuxième trimestre, notamment avec de très belles performances des articles de maroquinerie et de prêt-à-porter. Le lancement de la nouvelle ligne de montres "Circle" amplifie ce résultat.

RÉSULTATS

A l'heure de la "mise sous presse", les résultats semestriels ne sont pas arrêtés. Toutefois, la qualité du chiffre d'affaires des six premiers mois est conforme aux attentes et permettra une très nette amélioration des soldes de gestion. Le résultat semestriel à fin septembre affichera une croissance significative qui devra permettre de se situer dans une fourchette de 1,3 million à 1,6 million d'euros.

PERSPECTIVES

La deuxième moitié de l'exercice se présentait très favorablement avant les attentats du 11 septembre, mais ceux-ci ont réduit la visibilité à moyen terme. Le groupe ne dispose pas à l'heure actuelle d'assez de recul pour apprécier l'impact de ces événements sur ses activités. Dans ce contexte, S.T.Dupont attendra de connaître l'évolution de ses ventes au troisième trimestre pour indiquer une nouvelle tendance de l'exercice 2001/2002. Le groupe regarde avec confiance les années à venir, compte tenu des acquis des derniers exercices.

VISITE D'USINE

La visite d'usine organisée par S.T.Dupont le 14 juin dernier a connu un franc succès. 65 actionnaires, les premiers inscrits, étaient venus de toute la France. Ils ont pu, par petits groupes et durant un parcours de deux heures, vivre toutes les étapes de la fabrication des briquets et des stylos avant de se rendre au magasin d'usine.



A l'issue d'un déjeuner au Château de Faverges, le Président William Christie a refait pour tous les actionnaires la présentation qui avait été montrée et commentée aux analystes la veille. La journée s'est achevée vers 17 heures, après un échange à bâtons rompus avec toutes les personnes présentes.

- Prochains rendez-vous 2002
- Chiffre d'affaires des 9 premiers mois
- de l'exercice 2001/2002 : 13 février 2002
- Chiffre d'affaires annuel : mai 2002
- Résultats de l'exercice 2001/2002 : mai 2002
- Réunion SFAF : juin 2002