



juil 20, 2021 08:12 CEST

## Rapport intermédiaire au premier semestre 2021 : L'excellente évolution des activités se maintient au deuxième trimestre

- **Augmentation du chiffre d'affaires consolidé au premier semestre de 32 %, à 449,6 millions d'euros**
- **Résultat opérationnel (EBIT) de 39,0 millions d'euros, en nette augmentation par rapport à celui de l'exercice précédent (-10,0 millions d'euros)**

- **Nette revue à la hausse des prévisions de chiffre d'affaires et de résultats pour l'ensemble de l'année 2021 au regard de l'évolution des activités qui reste très positive**

## **Évolution du chiffre d'affaires : 32 % par rapport à l'exercice précédent**

Faisant suite à une hausse du chiffre d'affaires de +22,4 % au premier trimestre 2021, le groupe Villeroy & Boch atteint au deuxième trimestre une hausse de +43,0 % de son chiffre d'affaires, sachant que le même trimestre de l'année précédente a été fortement marqué par la pandémie de coronavirus. Dans son ensemble, le chiffre d'affaires consolidé augmente de 449,6 millions d'euros au premier semestre 2021 (ventes de licences comprises), et dépasse ainsi de 108,9 millions d'euros, soit 32,0 %, celui de l'exercice précédent.

Le volume des commandes enregistre une hausse de 65,8 millions d'euros, par rapport au 31 décembre 2020, pour s'établir à 166,6 millions d'euros grâce aux entrées de commandes du premier semestre 2021. La part de la Division Salle de Bains et Wellness ressort ici à 134,4 millions d'euros (31/12/2020 : 85,1 millions d'euros) et celle de la Division Dining & Lifestyle à 32,2 millions d'euros (31/12/2020 : 15,7 millions d'euros).

## **Hausse de l'EBIT opérationnel à 39,0 millions d'euros**

En raison essentiellement de l'augmentation du chiffre d'affaires et des mesures de restructuration mises en œuvre, le résultat avant intérêts et impôts (EBIT) progresse au premier semestre 2021 dans les deux divisions pour s'établir à 39,0 millions d'euros (année précédente : -10,0 millions d'euros). Il convient toutefois de noter que le résultat de l'année précédente était grevé par l'effondrement de la demande lié à la crise du covid et aux fermetures d'usine ou réductions de production qui ont suivies.

## **Évolution au sein des Divisions**

La Division Salle de Bains et Wellness réalise un chiffre d'affaires de 323,1 millions d'euros au premier semestre 2021 (exercice précédent : 245,4 millions d'euros), dépassant de 31,7 % celui de l'année précédente, qui fut cependant marqué par les répercussions de la crise de la Covid, notamment au deuxième trimestre. Au cours de l'exercice en cours, tous les départements

parviennent à enregistrer une augmentation de leur chiffre d'affaires. Les deux secteurs ayant le plus contribué à cette hausse de 77,7 millions d'euros du chiffre d'affaires sont Céramique sanitaire (+47,8 millions d'euros) et Wellness (+11,8 millions d'euros). La Division Salle de Bains et Wellness achève le premier semestre 2021 avec un bénéfice opérationnel (EBIT) de 36,3 millions d'euros (année précédente : 8,6 millions d'euros), marqué par une évolution réjouissante des ventes.

La Division Dining & Lifestyle réalise au premier semestre 2021 un chiffre d'affaires de 125,1 millions d'euros, dépassant ainsi de 33,2 % celui de l'exercice précédent (+93,9 Mio. €). Le chiffre d'affaires de l'exercice précédent était nettement inférieur du fait de la fermeture des points de vente ordonnée sur toute la planète par les autorités et à la chute de la demande provoquée par la crise liée au coronavirus. Au premier semestre 2021, presque tous les circuits de distribution enregistrent une croissance de leur chiffre d'affaires. Cette croissance s'observe en particulier dans les ventes avec les partenaires commerciaux stationnaires (+16,7 millions d'euros) et dans le commerce électronique (+15,6 millions d'euros). En revanche, une baisse de chiffre d'affaires de -1,4 millions d'euros a été enregistrée par les magasins de vente au détail détenus en propre, qui ont été à nouveau touchés par des confinements au premier et deuxième trimestres 2021 et ont dû fermer. La Division Dining & Lifestyle termine le semestre avec un résultat opérationnel (EBIT) de 2,7 millions d'euros, soit une progression de 21,3 millions d'euros par rapport à l'exercice précédent, exercice qui fut notamment marqué aussi par les coûts d'arrêt de production dans les usines de Merzig et de Torgau.

## **Investissements**

Au premier semestre 2021, des investissements à hauteur de 8,6 millions d'euros ont dû être réalisés dans des immobilisations corporelles et incorporelles (exercice précédent : 7,1 millions d'euros). La part de la Division Salle de Bains et Wellness ressort ici à 6,1 millions d'euros, et celle de la Division Dining & Lifestyle à 2,5 millions d'euros. Dans la Division Salle de Bains et Wellness, les investissements ont notamment servi à acquérir de nouvelles installations destinées aux usines de céramique en Hongrie et en France ainsi qu'à l'achat d'outils pour la production des ViClean. Dans la Division Dining & Lifestyle, les investissements ont essentiellement été consacrés à l'entretien et à la modernisation du centre de logistique de Merzig, à des achats d'outillages d'emboutissage, à l'optimisation énergétique d'un four ainsi qu'à la modernisation des magasins de vente au détail détenus

en propre.

## **Perspectives pour l'ensemble de l'exercice 2021**

Au regard de l'évolution des activités qui reste très positive, le Directoire de Villeroy & Boch AG a nettement revu à la hausse les prévisions de chiffre d'affaires et de résultats pour l'exercice 2021. Ainsi que cela a déjà été publié dans le communiqué ad-hoc du 30 juin 2021, le Directoire prévoit une croissance du chiffre d'affaires consolidé à environ 885 millions d'euros (+10,5 %) ainsi qu'une hausse du résultat d'exploitation consolidé, qui passerait de 50 millions d'euros lors de l'exercice précédent à plus de 75 millions d'euros. La revue à la hausse des prévisions de résultats repose principalement sur l'évolution positive exceptionnelle du chiffre d'affaires au cours du premier semestre ainsi qu'aux économies de coûts durables au sein des structures.

« L'excellente évolution des activités s'est maintenue au deuxième trimestre. Nous enregistrons de manière stable un volume de commandes important. Le chez-soi a gagné en importance, avec par conséquent une forte hausse de la demande en direction de nos produits », indique Frank Göring, président du Directoire du Groupe Villeroy & Boch.

Pour le reste de l'année, le groupe n'attend pas de changement notable de la dynamique actuelle, en raison notamment des carnets de commande bien remplis. Il convient néanmoins de noter que le second semestre 2020 a été grandement marqué par des effets de rattrapage en matière de chiffre d'affaires, de mesures de maintenance anticipées dans les usines et la poursuite d'une gestion rigoureuse des coûts. Il est donc logique que l'amélioration des résultats enregistrée au premier semestre ne puisse se poursuivre de manière linéaire. Sur la base des objectifs réajustés, la rentabilité opérationnelle des actifs devrait se situer dans une fourchette comprise entre 22 % et 25 %.

---

Marque de prestige, Villeroy & Boch se distingue par l'élégance et l'intemporalité de ses créations, notamment en matière de céramique où elle excelle depuis sa création en 1748. L'entreprise familiale, dont le siège se trouve à Mettlach en Allemagne, est symbole d'innovation, de tradition et de style. Présente dans 125 pays, Villeroy & Boch conçoit des collections design dans les domaines de la salle de bains et wellness, ainsi que dans celui du Dining & Lifestyle.

## Contacts



### **Anabell Westrich**

Contact presse

PR Manager Corporate Communications

[Westrich.Anabell@villeroy-boch.com](mailto:Westrich.Anabell@villeroy-boch.com)

+49 (0) 6864 / 81 13 38



### **Anne Dorweiler**

Contact presse

Corporate Communications

[Dorweiler.Anne@villeroy-boch.com](mailto:Dorweiler.Anne@villeroy-boch.com)

+49 (0) 160 / 24 89 833