



Communiqué de presse

RÉSULTATS CONSOLIDÉS ANNUELS 2018-2019

Paris, le 24 octobre 2019 : MASTRAD (FR0004155687 – ALMAS), marque innovante dans les ustensiles de cuisine, éligible au PEA-PME, présente aujourd'hui ses résultats annuels consolidés pour l'exercice 2018/2019, clos le 30 juin 2019.

AMELIORATION EN COURS DES RESULTATS :

Comptes consolidés Mastrad*

<i>Normes françaises</i>	30.06.19	30.06.18	<i>Var.</i>
<i>En K€</i>	12 mois	12 mois	<i>(en %)</i>
Chiffre d'affaires	5 268	5 686	-7%
EBITDA	-1 312	-1 535	15%
Résultat d'exploitation	-1 581	-1 998	21%
<i>Marge d'exploitation (% CA)</i>	-30,01%	-35,14%	
Résultat courant avant impôt et exceptionnels	-1 596	-2 150	26%
Exceptionnels	-149	216	-169%
Impôts	67	94	-29%
Résultat net	-1 678	-1 840	9%
Part des minoritaires	0	0	
Résultat net part du Groupe	-1 678	-1 840	9%

*Comptes consolidés audités

Compte de résultat groupe

Le chiffre d'affaires consolidé de l'exercice clos le 30 juin 2019 du Groupe MASTRAD s'établit à 5 268 K€ contre 5 687K€ l'exercice précédent.

La perte d'exploitation consolidée ressort à (1 581) K€ contre (1 988) K€ l'exercice précédent.

L'**EBITDA** consolidé s'établit à (1 312) K€ contre (1 535) K€.

Le **résultat net** du groupe de l'exercice clos le 30 juin 2019 laisse apparaître une perte de (1 678) K€ contre (1 840) K€ au titre de l'exercice précédent.

Les **capitaux propres consolidés** au 30 juin 2019 s'élèvent à 1 229 K€ contre 2 292 K€ à fin juin 2018.



L'endettement financier brut s'établit à 1.044 K€ contre 111 K€ l'année précédente. L'augmentation de la dette est due aux émissions d'emprunts obligataires réalisées au cours de l'exercice afin de soutenir le développement de la société.

Mastrad SA

L'activité de Mastrad SA a légèrement reculé de 8 % au 30 juin 2019 à 4,6 m€ contre 5 m€ l'exercice précédent. Le résultat d'exploitation de Mastrad SA s'établit à (1 061) K€ contre (1 424) K€ l'exercice précédent. Le résultat net est une perte de (979) K€ contre (1 134) K€ l'exercice précédent.

Le début de l'exercice 2018-2019 a été marqué par le lancement de la première sonde de cuisson connectée brevetée, totalement sans fil, « meat°it », innovation majeure dans le domaine de la mesure et du contrôle de la température.

Le salon Maison & Objet de septembre a servi de tremplin officiel au lancement en France de « meat°it », ainsi que de « m°control », sonde de cuisson et de surface, toutes deux fers de lance d'une toute nouvelle génération de produits technologiques. Les premières livraisons de « meat°it » ont été faites pendant l'été, et les premiers grands référencements mis en place au cours du premier semestre, confirmant la pertinence du lancement du produit avec une très bonne réceptivité auprès des consommateurs.

En avant-première du salon de Francfort en février 2019, l'attribution par le CES de Las Vegas d'un prix de l'innovation pour « meat°it », ainsi que l'obtention de 4 autres prix de design dont le fameux Red Dot Award, a contribué en France comme aux Etats-Unis à de bons résultats sur le deuxième semestre. En effet, alors que l'activité était sensiblement en retrait au premier semestre, les chiffres d'affaires réalisés au cours du second semestre ont permis de compenser une grande partie du retard qui avait été pris.

La signature en avril 2019 d'un contrat pluriannuel sur notre sonde « meat°it », de plusieurs millions d'€ de fabrication et de prestation de services avec Yummly Inc, filiale connectée de Whirlpool Corp, vient confirmer la pertinence des développements et des investissements effectués sur ces produits connectés ainsi que sur toute la gamme « m° », nous permettant d'anticiper de très belles perspectives d'amélioration des résultats dès le semestre en cours.

Mastrad Inc.

Au 30 juin 2019, le chiffre d'affaires de la société Mastrad Inc s'établit à 581 K€ contre 662 K€ l'exercice précédent. La perte d'exploitation s'établit à (530) K€ contre (565) K€ l'exercice précédent. Le résultat net de Mastrad Inc est une perte de (687) K€ contre (673) K€ l'exercice précédent.

Un directeur commercial à plein temps a été recruté au mois de février 2019, avec comme objectif prioritaire le développement de la gamme m°technologie. Des résultats sont déjà visibles, notamment grâce au succès des produits dans le réseau de détail, sur le web (Best Buy, William Sonoma) et chez les pure players (Amazon), mais aussi chez les spécialistes en électro-ménager (Sharper Image) et via un récent référencement chez Bloomingdale.



TKB (mise en équivalence)

La société est en liquidation judiciaire, les comptes annuels ne sont pas établis.

ORKA SAS

La filiale est mise en sommeil, au 30 juin 2019, le résultat d'exploitation de ORKA est négatif de (3,4) K€ contre (7,7) K€ l'exercice précédent. Enfin, les charges financières correspondant aux intérêts du compte courant conduisent à un résultat net déficitaire de (17) K€.

Au 30 juin 2019, le compte courant de ORKA a été incorporé dans le compte titres de participation de la société mère et une provision pour dépréciation des titres a été passée.

Perspectives

Innovation et valeur ajoutée

La Société accentue ses investissements et a procédé à deux recrutements stratégiques en matière de Création-Recherche & Développement. Travaillent actuellement directement ou en collaboration avec nos partenaires, plus de 50 ingénieurs et designers multi disciplinaires, positionnés à Paris, dans la Silicone Valley, à Hong Kong, Taiwan et Shenzhen, mais aussi des équipes marketing et commerciales, tous engagés sur le développement des gammes de produits connectés et intelligents, de mesure et de contrôle de la température, mais aussi prochainement dédiés à la conservation et à l'organisation domestique responsable.

Marketing et Repositionnement des gammes et canaux de distribution

Maintien des investissements marketing et soutien des gammes traditionnelles

Soucieux de l'environnement, Mastrad a fait le choix de diminuer le plastique dans ses packagings pour ne plus l'utiliser à partir de 2020. Au-delà de cette démarche, de nombreuses alternatives aux objets jetables sont développées. Durables et réutilisables à l'envie, que ce soit pour la vie quotidienne ou pour des occasions festives, ces accessoires seront rapidement indispensables dans la cuisine du cuisinier amateur, de plus en plus sensible aux problématiques environnementales. Mastrad continue de développer le commerce online avec son propre site, mais aussi avec les pures players ou les market place, sans pour autant négliger le offline avec le réseau traditionnel des détaillants qui reste fortement ancré dans certaines régions. Les ventes sur le canal internet progressent ainsi de (+116%) et s'accroissent depuis.

Les thermomètres intelligents de la gamme m° sont exemptés de la surtaxe douanière américaine de 25% notamment parce qu'ils contribuent à une bonne hygiène alimentaire. Ils sont indispensables à la chaîne de transformation des aliments mais permettent aussi une plus grande accessibilité de l'activité culinaire, une plus grande sécurité tout en libérant l'utilisateur pour lui offrir un meilleur partage des moments du repas : « cooking is sharing ».

Les segments professionnels et CHR, créneau porteur au vu des résultats sur l'exercice clos, devraient fortement progresser suite à l'implantation des sondes intelligentes et des gants de sécurité conformes aux nouvelles normes en vigueur. Un retour en force dans les jardinerie est en cours avec meat°it, ainsi que de nouvelles implantations dans le secteur du tourisme et des activités de plein air et chez les spécialistes de la restauration et du BBQ. Des négociations sont en cours avec d'autres clients industriels majeurs.

A l'export, les principaux axes de développement se situent en Amérique du Nord, en Allemagne, en Europe de l'Est et en Asie.



Mathieu Lion, Président du Groupe MASTRAD, conclut : « Notre virage stratégique se poursuit. Tout en soutenant nos gammes traditionnelles, Mastrad devient un leader du contrôle de cuisson des aliments grâce à ses thermomètres intelligents et connectés mais aussi dans le segment de la conservation et de l'organisation domestique. Nous sommes devenus un acteur reconnu du segment culinaire de l'IoT mais aussi, grâce à l'implantation prochaine de nos systèmes de sondes dans les milieux professionnels, comme un acteur en devenir du WSN (Wireless sensors Network). Les premières facturations substantielles sur ces segments ont eu lieu à l'été dernier, et les perspectives, à court et long termes, tant auprès de nos grands clients industriels, que des canaux CHR, électroménager et internet sont très positives.

Le repositionnement de notre entreprise est exponentiellement créateur de valeur à court terme mais exige des levées de fonds supplémentaires »

Conseil de la Société – Listing Sponsor



A propos de MASTRAD (www.mastrad-paris.fr) Créé en 1994, MASTRAD dispose d'un savoir-faire reconnu dans la création, conception, fabrication en sous-traitance et distribution de produits innovants pour la cuisine avec un positionnement moyen haut de gamme. Avec plus de 400 références, MASTRAD propose une large gamme de produits alliant fonctionnalité, ergonomie, qualité, nouveaux matériaux, technique et design. En 25 ans, MASTRAD a su acquérir une solide notoriété auprès du grand public et des distributeurs tant en France qu'à l'international avec une présence dans une cinquantaine de pays.



MASTRAD est coté sur Euronext Growth à Paris
Code ISIN : FR0004155687 – Mnémon : ALMAS



CONTACTS

Mastrad Thibault Houelleu – Directeur général délégué Tél. : 01 49 26 96 00 investisseurs@mastrad.fr