

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並表明概不就因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

L'OCCITANE

EN PROVENCE

L'OCCITANE INTERNATIONAL S.A.

49, Boulevard Prince Henri L-1724 Luxembourg

R.C.S. Luxembourg: B80359

(根據盧森堡法律註冊成立的有限公司)

(股份代號：973)

截至二零一三年九月三十日止六個月期間 中期業績公告

摘要

- 本集團的銷售淨額為446,400,000歐元。按固定匯率計算，與截至二零一二年九月三十日止六個月相比，銷售增長7.2%
- 銷售增長主要受美國、中國、法國及俄羅斯所推動。中國及俄羅斯為增長最快的國家(分別為18.7%及17.0%)
- 撤除收購自分銷商的店舖，截至二零一三年九月三十日止六個月新開設自營店數為76間(去年同期為57間)
- 受到匯率狀況、銷售增長疲軟以及對未來發展投資的特別推動，期內溢利為14,500,000歐元，較去年同期降低57.9%

中期業績

L'Occitane International S.A. (「本公司」)董事會(「董事會」)欣然宣佈，本公司及其附屬公司(「本集團」)截至二零一三年九月三十日止六個月的合併中期業績連同截至二零一二年九月三十日止六個月的比較數字。以下財務資料(包括比較數字)乃根據國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)編製。

合併收益表

截至九月三十日止六個月	附註	二零一三年 千歐元	二零一二年 千歐元	變動 百分比
銷售淨額	2	446,361	449,227	-0.6
銷售成本		(83,835)	(80,437)	4.2
毛利		362,526	368,790	-1.7
佔銷售淨額百分比		81.2%	82.1%	不適用
分銷開支		(230,515)	(225,490)	2.2
營銷開支		(57,078)	(50,203)	13.7
研發開支		(4,653)	(3,545)	31.3
一般及行政開支		(48,775)	(47,669)	2.3
其他(虧損)/收益－淨額	3	(59)	(27)	118.5
經營溢利	4	21,446	41,856	-48.8
財務成本－淨額	5	(800)	(1,272)	-37.1
滙兌收益/(虧損)		(7,388)	(2,915)	153.4
除所得稅前溢利		13,258	37,669	-64.8
所得稅開支	6	1,287	(3,157)	-140.8
期內溢利		14,545	34,512	-57.9
下列人士應佔：				
本公司權益擁有人		13,952	33,668	-58.6
非控股權益		593	844	-29.7
總計		14,545	34,512	-57.9
實際稅率		-9.7%	8.4%	不適用
期間本公司權益擁有人應佔溢利的每股盈利(以每股歐元列示)				
基本	7	0.009	0.023	-58.6
攤薄	7	0.009	0.023	-58.6
計算每股盈利所用股份數目				
基本		1,470,309,391	1,470,309,391	0.0
攤薄		1,470,960,118	1,470,309,391	0.0

簡明合併財務狀況表

	附註	於二零一三年 九月三十日 千歐元	於二零一三年 三月三十一日 千歐元
資產			
物業、廠房及設備淨額		175,021	164,608
商譽		115,919	120,701
無形資產淨值		69,490	62,531
遞延所得稅資產		65,762	52,550
可供出售財務資產		47	47
於聯營公司的投資		20	—
其他非流動應收款項		26,166	27,282
非流動資產		452,425	427,719
存貨淨額	9	160,491	137,177
應收貿易賬款淨額	10	74,616	86,696
其他流動資產		58,678	61,160
衍生金融工具		767	406
現金及現金等價物		289,698	319,874
流動資產		584,250	605,313
總資產		1,036,675	1,033,032
權益及負債			
股本		44,309	44,309
額外實繳股本		342,851	342,851
其他儲備		(23,221)	(12,705)
保留盈利		325,899	354,880
權益擁有人應佔股本及儲備		689,838	729,335
非控股權益		2,786	4,974
總權益		692,624	734,309
借貸		85,633	76,771
遞延所得稅負債		2,908	3,207
衍生金融工具		—	—
其他財務負債		24,757	23,795
其他非流動負債		17,645	17,259
非流動負債		130,943	121,032
應付貿易賬款	11	89,905	94,990
薪金、工資、相關社交項目及其他稅項負債		50,675	50,195
流動所得稅負債		6,424	10,294
借貸		5,829	5,944
其他流動負債		54,778	9,504
衍生金融工具		177	558
其他負債及費用撥備		5,320	6,206
流動負債		213,108	177,691
權益及負債總額		1,036,675	1,033,032
流動資產淨值		371,142	427,622
總資產減流動負債		823,567	855,341

簡明合併財務報表附註

1. 編製基準

本集團截至二零一三年九月三十日止六個月的簡明合併中期財務資料乃按國際會計準則理事會頒佈的國際會計準則第34號「中期財務報告」編製。簡明合併中期財務資料應與按國際會計準則理事會頒佈的國際財務報告準則編製的本集團截至二零一三年三月三十一日止年度合併年度財務報表一併閱讀。

編製中期財務資料所用會計政策及計算方法與編製截至二零一三年三月三十一日止年度的年度合併財務報表採用者一致，惟下文所述者除外：

- 本集團已採用下列經修訂準則以及於二零一三年四月一日開始的財政期間對本集團首次生效的準則：

準則	主題	主要規定
國際會計準則第1號 (修訂本)	就其他全面收入的財務報表呈列	將呈列於「其他全面收益」的項目進行分組，分組基準為該等項目其後是否可重新分類至損益。
國際會計準則第19號 (修訂本)	僱員福利	即時確認所有過往服務成本，及以應用貼現率於界定福利負債(資產)淨額計算所得淨利息金額取代利息成本和計劃資產預計回報。
國際財務報告準則 第9號	金融工具	該準則保持但簡化了混合計量模型，並確立財務資產的兩個主要計量類別：攤銷成本及公平值。分類的基準為實體的業務模式以及財務資產的合約現金流量特徵。
國際財務報告準則 第10號	合併財務報表	該準則透過識別控股權概念建立在現有原則上，決定性因素為一實體是否應計入其母公司的合併財務報表。當評估出現困難時，該準則提供額外指引協助釐定控制權。
國際財務報告準則 第11號	共同安排	將共同安排分為共同經營或合營企業，取決於各投資者所擁有的合約權利及義務而非共同安排的法定結構。
國際財務報告準則 第12號	於其他實體的權益披露	披露於其他實體的所有權益方式(包括共同安排、聯營公司、特殊目的實體及其他資產負債表外公司)的資料。
國際財務報告準則 第13號	公平值計量	透過提供公平值的精確定義及公平值計量的單一來源以提高一致性及降低複雜性。

上述經修訂準則及準則對合併財務報表並無任何重大影響。

- 中期期間的所得稅乃採用適用於預期全年盈利總額的稅率累計。

簡明合併財務報表附註(續)

2. 銷售淨額及分部資料

管理層評估兩個經營分部的表現，即直銷及轉售：

- 直銷包括直接向終端客戶銷售產品。該等銷售主要於本集團的店舖及／或透過本集團的網站進行；
- 轉售包括向中介機構銷售產品。該等中介機構主要包括分銷商、批發商、電視節目頻道及旅遊零售商。此分部亦包括向企業客戶、航空公司及酒店銷售產品；

從地理角度而言，管理層評估不同國家的表現。

2.1. 經營分部

九月三十日	二零一三年			總計 千歐元
	直銷 千歐元	轉售 千歐元	其他 對賬項目 千歐元	
銷售淨額	327,444	118,917	—	446,361
所佔百分比	73.4%	26.6%	—	100.0%
毛利	280,944	81,582	—	362,526
佔銷售百分比	85.8%	68.6%	—	82.1%
分銷開支	(187,135)	(21,036)	(22,344)	(230,515)
營銷開支	(22,122)	(3,481)	(31,475)	(57,078)
研發開支	—	—	(4,653)	(4,653)
一般及行政開支	—	—	(48,775)	(48,775)
其他(虧損)／收益淨額	(229)	(36)	206	(59)
經營溢利	71,457	57,030	(107,041)	21,446
佔銷售百分比	21.8%	48.0%	—	4.8%
九月三十日	二零一二年			
	直銷 千歐元	轉售 千歐元	其他 對賬項目 千歐元	總計 千歐元
銷售淨額	331,389	117,838	—	449,227
所佔百分比	73.8%	26.2%	—	100.0%
毛利	289,943	78,847	—	368,790
佔銷售百分比	87.5%	66.9%	—	82.1%
分銷開支	(178,096)	(20,107)	(27,287)	(225,490)
營銷開支	(20,759)	(3,293)	(26,151)	(50,203)
研發開支	—	—	(3,545)	(3,545)
一般及行政開支	—	—	(47,669)	(47,669)
其他(虧損)／收益淨額	172	(40)	(159)	(27)
經營溢利	91,260	55,407	(104,811)	41,856
佔銷售百分比	27.5%	47.0%	—	9.3%

簡明合併財務報表附註(續)

2.2. 地理區域

銷售淨額乃根據發單附屬公司所在的國家而分配。

九月三十日	二零一三年		二零一二年	
	總計	所佔百分比	總計	所佔百分比
	千歐元		千歐元	
日本	76,579	17.2%	104,193	23.2%
美國	54,316	12.2%	50,887	11.3%
香港 ⁽¹⁾	46,562	10.4%	47,205	10.5%
法國	40,166	9.0%	36,271	8.1%
中國	31,485	7.1%	26,703	5.9%
盧森堡 ⁽²⁾	27,193	6.1%	25,932	5.8%
英國	24,106	5.4%	23,514	5.2%
巴西	19,678	4.4%	20,118	4.5%
俄羅斯	21,936	4.9%	19,938	4.4%
台灣	14,857	3.3%	14,582	3.3%
其他國家	89,483	20.1%	79,884	17.8%
銷售淨額	<u>446,361</u>	<u>100%</u>	<u>449,227</u>	<u>100%</u>

(1) 包括澳門的銷售。

(2) 本公司向歐洲、中東及美洲分銷商及旅遊零售客戶出具發票的銷售額。

3. 出售資產虧損淨額

九月三十日	二零一三年	二零一二年
	千歐元	千歐元
出售資產的虧損淨額	<u>(433)</u>	<u>163</u>

4. 折舊、攤銷及減值

經營溢利已扣除下列項目：

九月三十日	二零一三年	二零一二年
	千歐元	千歐元
折舊、攤銷及減值	<u>22,856</u>	<u>19,724</u>

簡明合併財務報表附註(續)

5. 財務成本淨額

九月三十日	二零一三年 千歐元	二零一二年 千歐元
現金及現金等價物利息	1,517	1,255
衍生工具公平值收益	—	—
財務收入	1,517	1,255
利息開支	(1,355)	(1,857)
財務負債的折現回撥	(962)	(623)
衍生工具公平值虧損	—	(47)
財務成本	(2,317)	(2,527)
財務成本淨額	(800)	(1,272)

6. 稅項

已呈報所得稅開支與利用標準稅率計算所得理論金額的對賬如下：

九月三十日	二零一三年 千歐元	二零一二年 千歐元
除所得稅前溢利	13,258	37,669
按盧森堡企業稅率(於二零一三年九月三十日 及二零一二年九月三十日分別為29.22%及28.59%)計算所 得稅	(3,874)	(10,770)
外國不同稅率的影響	7,919	10,428
未確認稅項資產的影響	(2,466)	(2,067)
不可扣稅開支	(214)	(507)
未分派稅項盈利的影響	(78)	(241)
所得稅開支	1,287	(3,157)

7. 每股盈利

每股基本及攤薄盈利乃以截至二零一三年九月三十日止六個月本公司權益擁有人應佔溢利13,952,000歐元(截至二零一二年九月三十日止六個月則為33,668,000歐元)以及截至二零一三年九月三十日止期間及截至二零一二年九月三十日止期間已發行股份加權平均數分別1,470,309,391股(基本)及1,470,960,118股(攤薄)及1,470,309,391股(基本及攤薄)為基準計算。

8. 股息

為配合僅宣派及派付每年的末期股息的政策，董事會不建議以溢利派付截至二零一三年九月三十日止六個月的股息。

簡明合併財務報表附註(續)

9. 存貨淨額

存貨淨額包括以下各項：

	二零一三年 九月三十日 千歐元	二零一三年 三月三十一日 千歐元	二零一二年 九月三十日 千歐元
原材料及供應物料	24,860	23,619	23,700
製成品及在製品	149,212	125,819	138,639
存貨總額	174,072	149,438	162,339
減撥備	(13,581)	(12,261)	(14,009)
存貨淨額	<u>160,491</u>	<u>137,177</u>	<u>148,330</u>

10. 應收貿易賬款淨額

於各結算日應收貿易賬款自到期日的賬齡分析如下：

	二零一三年 九月三十日 千歐元	二零一三年 三月三十一日 千歐元	二零一二年 九月三十日 千歐元
即期及逾期3個月內	72,917	85,397	85,275
逾期3至6個月	862	909	1,243
逾期6至12個月	490	262	324
逾期超過12個月	347	128	474
應收貿易賬款淨額	<u>74,616</u>	<u>86,696</u>	<u>87,316</u>

本集團向終端客戶進行的銷售為零售銷售，且不授予終端客戶任何信貸期。就轉售分部的客戶，銷售的信貸期一般介乎60日至90日。

11. 應付貿易賬款

於各結算日應付貿易賬款自到期日的賬齡分析如下：

	二零一三年 九月三十日 千歐元	二零一三年 三月三十一日 千歐元	二零一二年 九月三十日 千歐元
即期及逾期3個月內	88,558	94,507	97,809
逾期3至6個月	348	480	1,086
逾期6至12個月	861	3	77
逾期超過12個月	138	—	—
應付貿易賬款	<u>89,905</u>	<u>94,990</u>	<u>98,972</u>

管理層討論與分析

概要：

截至九月三十日止六個月	二零一三年 百萬歐元 或百分比	二零一二年 百萬歐元 或百分比
銷售淨額	446.4	449.2
經營溢利	21.4	41.9
期間溢利	14.6	34.5
毛利率	81.2%	82.1%
經營溢利率	4.8%	9.3%
淨溢利率	3.3%	7.7%

釋義：

可比較店舖指所討論的財政年度結束前最少24個月已開設的現有零售店(包括電子商務，但不包括翻新的店舖)。

不可比較店舖指所討論的財政年度結束前24個月內開設的新零售店(包括翻新的店舖)及在本期間內關閉的店舖。

可比較店舖銷售指所討論財政期間可比較店舖銷售淨額。除另有指明者外，有關可比較店舖銷售的討論均撇除外匯換算的影響。

不可比較店舖銷售指所討論財政期間不可比較店舖的銷售淨額。不可比較店舖銷售亦包括來自一般在購物商場暫設的公用地方舉行的有限數目推廣活動的銷售。除另有指明者外，有關不可比較店舖銷售的討論均撇除外匯換算的影響。

相同店舖銷售增長指兩個財政期間內可比較店舖銷售的比較。除另有指明者外，有關相同店舖銷售增長的討論均撇除外匯換算的影響。

整體增長指所示財政期間內全球總銷售淨額增長(撇除外匯換算影響)。

營運的季節因素

本公司須面對銷售額的季節因素差異，本公司仍在第三財政季度(十月一日至十二月三十一日期間)聖誕假期之前並在該假期的期間，銷售額顯著增加。截至二零一二年九月三十日止六個月，銷售額佔截至二零一三年三月三十一日止年度銷售額的43.1%，而經營溢利佔截至二零一三年三月三十一日止年度經營溢利的26.4%。該比率不能代表二零一四年的年度業績。

季節因素亦對本公司的生產時間表及營運資金的使用構成影響。本公司一般於四月至十一月運用大部分的營運資金增加生產，以應付將會在聖誕假期增加的銷售及推出新產品。

收益分析

截至二零一三年九月三十日止六個月，銷售淨額為446,400,000歐元，較截至二零一二年九月三十日止六個月下降0.6%或2,900,000歐元。該減少乃主要由於外幣換算影響所致。按固定匯率計算，銷售淨額增長7.2%。按固定匯率計算，直銷及轉售業務分部(分別佔總銷售淨額的73.4%及26.6%)的銷售淨額分別增加8.0%及4.8%。

本集團增加出售產品的零售點總數，由二零一三年三月三十一日的2,364間增加6.0%至二零一三年九月三十日的2,506間。本公司保持奉行其全球零售擴張策略並增加其自營零售店舖數目，由二零一三年三月三十一日的1,198間增加6.8%至二零一三年九月三十日的1,280間，淨增加82間，包括於亞洲增設40間、於歐洲增設20間、於美洲增設16間及於非洲增設6間。按固定匯率計算，截至二零一三年九月三十日止期間的可比較店舖銷售佔整體增長7.0%，而期內不可比較店舖銷售佔整體增長74.0%，及轉售分部對整體增長貢獻17.6%。

本集團於美國、中國、法國及俄羅斯的銷售乃推動截至二零一三年九月三十日止六個月銷售淨額增長的因素。

業務分部

下表載列截至二零一三年九月三十日止六個月按業務分部劃分的銷售淨額按年增長的明細分析(計入及撇除所示的外匯換算影響)：

	千歐元	增長 百分比	增長 百分比 ⁽²⁾	對整體 增長的貢獻 百分比 ⁽²⁾
直銷	(3,944)	(1.2)	8.0	82.4
可比較店舖	(19,967)	(7.8)	0.9	7.0
不可比較店舖	16,688	24.3	34.7	74.0
其他 ⁽¹⁾	(665)	(10.1)	6.7	1.4
轉售	1,078	0.9	4.8	17.6
整體增長	(2,866)	(0.6)	7.2	100.0

(1) 包括郵購及其他銷售。

(2) 撇除外匯換算影響。

直銷

截至二零一三年九月三十日止六個月，直銷業務分部佔本集團銷售總額的73.4%，達327,400,000歐元，較去年同期下降1.2%及按固定匯率計算增長8.0%。不可比較店舖及現有可比較店舖對該當地貨幣增長作出貢獻，但以不可比較店舖為主，相同店舖銷售增長按固定匯率計算為0.9%。

與去年同期比較，截至二零一三年九月三十日止六個月的直銷分部為整體增長貢獻82.4%，不可比較店舖貢獻74.0%，可比較店舖、網絡及其他直銷貢獻整體增長的8.3%。與去年同期相比，截至二零一三年九月三十日止六個月本集團的網絡零售渠道保持23.9%的增長勢頭(按固定匯率計算)。

撇除收購自分銷商的店舖，截至二零一三年九月三十日止六個月新增設自營店數為76間，包括在中國新增設22間、在美國新增設10間、在俄羅斯新增設6間、在巴西新增設5間、在英國新增設4間、在香港及法國各新增設3間、在日本新增設2間及在其他國家新增設21間。此外，本公司在二零一三年六月向南非的分銷商收購店舖後增設了6間店舖。本集團繼續其零售網絡升級，於截至二零一三年九月三十日止六個月翻新或搬遷68間店舖，而去年同期則為42間。

轉售

截至二零一三年九月三十日止六個月，轉售業務分部佔本集團銷售總額的26.6%，達118,900,000歐元，較去年同期增長0.9%及按固定匯率計算增長4.8%。該增加主要由於批發業務量激增所致。與去年同期相比，截至二零一三年九月三十日止六個月的轉售分部佔整體增長的17.6%。

地區

下表呈列按地區劃分截至二零一三年九月三十日止期間銷售淨額增長及對銷售淨額增長的貢獻(計入及撇除所示的外匯換算影響)：

	銷售淨額增長			
	截至二零一三年九月三十日止六個月與 截至二零一二年九月三十日止六個月的比較			
	千歐元	增長 百分比	增長 百分比 ⁽¹⁾	對整體 增長的貢獻 百分比 ⁽¹⁾
日本	(27,614)	(26.5)	(4.9)	(16.0)
香港 ⁽²⁾	(643)	(1.4)	2.3	3.4
中國	4,782	17.9	18.7	15.6
台灣	275	1.9	5.3	2.4
法國	3,895	10.7	10.7	12.1
英國	593	2.5	9.2	6.7
美國	3,429	6.7	10.8	17.1
巴西	(440)	(2.2)	10.2	6.4
俄羅斯	1,998	10.0	17.0	10.5
其他國家 ⁽³⁾	10,860	10.3	12.7	41.9
所有國家	(2,866)	(0.6)	7.2	100.0

(1) 撇除外匯換算影響，並反映所有業務分部的增長(包括自營零售店銷售額的增長)。

(2) 包括澳門的銷售額。

(3) 包括盧森堡的銷售額。

下表載列於所示期間按地區劃分有關本公司自營零售店數目、其對整體增長的貢獻百分比以及相同店舖銷售增長的明細分析：

	自營零售店數目				整體增長百分比 ⁽¹⁾⁽²⁾			
	二零一三年		二零一二年		不可		相同店舖	
	年初至九月		年初至九月		比較店舖		銷售增長 ⁽²⁾	
	二零一三年 九月三十日	期間 新開設	二零一二年 九月三十日	期間 新開設	比較店舖	可比較店舖	所有店舖	銷售增長 ⁽²⁾
日本 ⁽³⁾	102	2	95	5	0.8	(15.8)	(15.0)	(7.2)
香港 ⁽⁴⁾	34	3	30	1	2.5	2.8	5.4	11.6
中國	141	22	102	9	15.2	2.9	18.1	5.2
台灣 ⁽⁵⁾	61	—	63	1	1.4	0.3	1.7	1.2
法國 ⁽⁶⁾	73	3	66	—	3.9	1.4	5.4	3.1
英國 ⁽⁷⁾	66	4	60	3	4.4	2.6	7.0	5.5
美國 ⁽⁸⁾	196	10	173	3	10.3	5.9	16.2	5.0
巴西	75	5	67	4	3.3	1.5	4.8	3.4
俄羅斯 ⁽⁹⁾	105	6	85	9	5.6	0.2	5.8	0.7
其他國家 ⁽¹⁰⁾	427	27	379	32	26.6	5.1	31.7	2.9
所有國家	1,280	82	1,120	67	74.0	7.0	81.0	0.9

(1) 指所示地區及期間不可比較店舖、可比較店舖及所有店舖佔整體銷售淨額增長的百分比。

(2) 撇除外匯換算影響。

(3) 包括於二零一二年九月三十日及二零一三年九月三十日的分別10間及12間Melvita店。

(4) 包括於二零一二年九月三十日在澳門的1間L' Occitane店及在香港的9間Melvita店，及包括於二零一三年九月三十日在澳門的2間L' Occitane店及在香港的10間Melvita店。

(5) 包括於二零一二年九月三十日及二零一三年九月三十日的分別9間及7間Melvita店。

(6) 包括於二零一二年九月三十日及二零一三年九月三十日的4間Melvita店。

(7) 包括於二零一二年九月三十日的2間Melvita店。

(8) 包括於二零一二年九月三十日及二零一三年九月三十日的分別2間及1間Melvita店。

(9) 包括於二零一二年九月三十日及二零一三年九月三十日的分別8間及7間Melvita店。

(10) 包括於二零一二年九月三十日及二零一三年九月三十日的分別10間及7間Melvita店。新開設店舖包括分別於二零一二年九月三十日及二零一三年九月三十日收購愛爾蘭分銷商的10間店舖及收購南非分銷商的6間店舖。

日本

截至二零一三年九月三十日止六個月，日本的銷售淨額為76,600,000歐元，較去年同期減少26.5%。該減少主要是由於日圓弱歐元強所產生的外匯影響所致。按固定匯率計算，日本的銷售額下降4.9%，佔整體增長的負16.0%，而來自直銷分部的銷售額下降5.0%。不可比較店舖銷售為整體增長貢獻0.8%。於該期間，日本淨增2間店舖，相同店舖銷售增長為負7.2%。按固定匯率計算，轉售銷售較去年同期下降3.8%，主要是由於透過電視家庭購物渠道的零售疲軟所致。

香港

截至二零一三年九月三十日止六個月，香港的銷售淨額為46,600,000歐元，較去年同期減少1.4%。按當地貨幣固定匯率計算增長2.3%，為整體增長貢獻3.4%。直銷分部為整體增長貢獻5.2%，2.8%來自可比較店舖，2.5%來自不可比較店舖。於該期間，香港淨增3間店舖，相同店舖銷售增長11.6%，而可比較店舖為整體增長貢

獻2.8%。按固定匯率計算，轉售銷售較去年同期下降2.1%，原因是旅遊零售渠道的零售較疲軟。

中國

截至二零一三年九月三十日止六個月，中國的銷售淨額為31,500,000歐元，較去年同期增加17.9%。按當地貨幣固定匯率計算增長18.7%，為整體增長貢獻15.6%。中國仍是本公司增長最快的國家之一。可比較店舖銷售及不可比較店舖銷售分別為整體增長貢獻2.9%及15.2%。於該期間，中國淨增22間店舖，相同店舖銷售增長5.2%。按固定匯率計算，轉售銷售較去年同期下降15.4%，原因是B2B渠道的銷售放緩。

台灣

截至二零一三年九月三十日止六個月，台灣的銷售淨額為14,900,000歐元，較去年同期增加1.9%。按當地貨幣固定匯率計算增長5.3%，為整體增長貢獻2.4%。台灣的直銷及轉售增長率分別為2.7%及負0.3%。於該期間，相同店舖銷售增長1.2%。直銷銷售的增長主要由不可比較店舖(其按當地貨幣計算增長12.1%，為整體增長貢獻1.4%)所帶動。按固定匯率計算，轉售銷售較去年同期下降5.5%。

法國

截至二零一三年九月三十日止六個月，法國的銷售淨額為40,200,000歐元，較去年同期增加10.7%。按當地貨幣固定匯率計算增長10.7%，為整體增長貢獻12.1%。由於在該市場分部的策略性滲透，電子商務銷售錄得令人鼓舞的增長。直銷銷售增長5.2%，相同店舖增長3.1%。於該期間，法國淨增3間店舖。轉售分部錄得12.8%的增長，為整體增長貢獻6.9%，主要是由於批發及分銷渠道的增長所致。

英國

截至二零一三年九月三十日止六個月，英國的銷售淨額為24,100,000歐元，較去年同期增加2.5%。按當地貨幣固定匯率計算增長9.2%，為整體增長貢獻6.7%。直銷分部為整體增長貢獻7.0%，由可比較店舖和不可比較店舖所帶動。可比較店舖銷售按當地貨幣計算的增長為5.5%，為整體增長貢獻2.6%，不可比較店舖亦為整體增長貢獻4.4%，於該期間新增4間店舖。轉售分部受益於期內商務的強勁增長、再次成功推出Immortelle Divine皮膚護理系列及推出首個電視廣告。轉售分部受電視家庭購物渠道的零售疲軟所影響。

美國

截至二零一三年九月三十日止六個月，美國的銷售淨額為54,300,000歐元，較去年同期增加6.7%。按當地貨幣固定匯率計算增長10.8%，為整體增長貢獻17.1%。該積極結果主要來自直銷分部的改進。可比較店舖銷售的增長為5.0%，為整體增長貢

獻5.9%。本公司於過往幾年就店舖翻新計劃作出的投資已開始產生效益。此外，由於本公司改進數碼營銷及加強客戶關係管理的舉措，電子商務渠道保持強勁增長。不可比較店舖銷售為整體增長貢獻10.3%，這主要受益於於二零一三財政年度開設的16間店舖及於截至二零一三年九月三十日止六個月開設的10間店舖。轉售分部按固定匯率計算增長5.3%，為整體增長貢獻1.0%。

巴西

截至二零一三年九月三十日止六個月，巴西的銷售淨額為19,700,000歐元，較去年同期減少2.2%。該減少是由於巴西雷阿爾疲弱及歐元強勁所致。按當地貨幣固定匯率計算增長10.2%，為整體增長貢獻6.4%。該增長主要受直銷分部所推動。相同店舖銷售增長為3.4%（去年同期為-1.2%），為整體增長貢獻1.5%。不可比較店舖銷售增長受二零一三年財政年度（增設7間）及截至二零一三年九月三十日止六個月（增設5間）新開設店舖帶動，為整體增長貢獻3.3%。成功推出新品牌L' Occitane au Brésil有助於提高相同店舖銷售及不可比較店舖增長。按固定匯率計算，轉售銷售增長16.5%，為整體增長貢獻1.4%。

俄羅斯

截至二零一三年九月三十日止六個月，俄羅斯的銷售淨額為21,900,000歐元，較去年同期增長10.0%。按當地貨幣固定匯率計算增長17.0%，為整體增長貢獻10.5%。俄羅斯仍為本公司發展最快的國家之一。該增長主要受直銷及轉售分部推動，分別為整體增長貢獻6.4%及4.1%。截至二零一三年九月三十日止六個月，相同店舖銷售增長為0.7%，而去年同期的基數較高，為14.6%。不可比較店舖銷售為整體增長貢獻5.6%。俄羅斯繼續其店舖開設計劃，並於期內新開設6間店舖。按固定匯率計算，轉售分部增長42.2%，主要受分銷業務推動，並為整體增長貢獻4.1%。

其他國家

截至二零一三年九月三十日止六個月，其他國家的銷售淨額為116,700,000歐元，較去年同期增長10.3%。按當地貨幣固定匯率計算增長12.7%，為整體增長貢獻41.9%。直銷分部為整體增長貢獻31.7%。可比較店舖銷售佔整體增長5.1%，而相同店舖銷售增長為2.9%。由於店舖網絡擴張，不可比較店舖銷售為整體增長貢獻26.6%。於截至二零一三年九月三十日止六個月，其他國家的店舖數目由400間增至427間，淨增27間。就地區而言，新店舖13間設在亞洲，7間設在歐洲、1間設在美洲及6間設在非洲。在非洲的6間新開設店舖均於二零一三年六月收購自南非的分銷商。按固定匯率計算，加拿大、馬來西亞、德國、韓國及澳大利亞的銷售淨額分別增長25.1%、18.7%、15.2%、13.3%及11.8%。按固定匯率計算，轉售銷售增長8.4%並為整體增長貢獻10.1%，主要受對旅遊零售及批發客戶的銷售增長所推動。

盈利能力分析

銷售成本及毛利

截至二零一三年九月三十日止期間，銷售成本較截至二零一二年九月三十日止期間增加3,300,000歐元至83,800,000歐元，增幅為4.2%。截至二零一三年九月三十日止期間，我們的毛利率減少至81.2%，下降0.9個百分點。毛利率下降的主要原因是匯率佔銷售淨額1.0個百分點；因季節性而分階段交付，對運費及關稅產生負面影響佔0.4個百分點；及重新分類以及其他影響佔0.7個百分點。重新分類與之前作為分銷成本入賬的貼標、包裝、品質檢查成本及禮品盒有關。此外，銷售額下降對我們的國家及渠道組合造成0.1個百分點的不利影響。此被以下各項所減輕：

- 對直銷及轉售分部的有利價格及組合影響佔0.7個百分點；及
- 生產成本增加佔0.6個百分點。

分銷開支

截至二零一三年九月三十日止期間，分銷開支增加5,000,000歐元至230,500,000歐元，增幅為2.2%。截至二零一三年九月三十日止期間，分銷開支佔銷售淨額的百分比增至51.6%，增加1.4個百分點。此增加乃由於下列各項：

- 銷售額增長放緩對與銷售有關的員工開支、租金及入駐成本的影響，佔1.7個百分點；
- 不利渠道組合影響佔0.3個百分點；及
- 對轉售及直銷分部的投資，乃有關店舖開設、店舖裝修及搬遷，以及加強我們的銷售組織，影響佔1.5個百分點。

此被以下各項所部分抵銷：中央物流成本下降，佔0.4個百分點；如上文所述重新分類至銷售成本，佔0.8個百分點；禮品盒因被確認為可出售物品而產生的較低成本影響，佔0.6個百分點；及其他影響，佔0.3個百分點。

營銷開支

截至二零一三年九月三十日止期間，營銷開支增加6,900,000歐元至57,100,000歐元，增幅為13.7%。截至二零一三年九月三十日止期間，營銷開支佔銷售淨額的百分比增加1.6個百分點至12.8%。此增加乃由於下列各項：

- 品牌組合影響以及發展我們的新品牌，佔0.3個百分點；
- 對數碼及傳統媒體的投資佔0.9個百分點，尤其是在日本、美國及英國；
- 對郵遞及客戶關係管理(「CRM」)的投資，佔0.3個百分點，尤其是在法國、美國及英國；及
- 對樣品、櫥窗及其他通訊工具的投資，以及其他影響，佔0.1個百分點。

研發開支

截至二零一三年九月三十日止期間，研究及開發(「研發」)開支增加1,100,000歐元至4,700,000歐元，增幅為31.3%。研發開支佔銷售淨額的百分比增加0.3個百分點，增加的兩大原因是為我們的新品牌開發產品以及不利的匯率。

一般及行政開支

截至二零一三年九月三十日止期間，一般及行政開支增加1,200,000歐元至48,800,000歐元，增幅為2.3%。一般及行政開支佔銷售淨額的百分比增加0.3個百分點，主要原因是由不利的匯率影響。

經營溢利

截至二零一三年九月三十日止期間，經營溢利減少20,400,000歐元至21,400,000歐元，減幅為48.8%。經營溢利率減少至4.8%，減幅為佔銷售淨額4.5個百分點。經營溢利率減少的原因是：

- 不利的匯率影響，佔1.3個百分點；
- 對我們未來銷售增長的投資，佔2.1個百分點；
- 增加對數碼及傳統媒體以及其他營銷工具的投入，合共佔1.0個百分點；及
- 銷售額增長放緩的影響(主要影響我們的分銷開支)，佔2.1個百分點。

此被下列各項所部分抵銷：

- 生產及中央物流的效率提高，佔1.0個百分點；
- 價格及產品組合的正面影響佔0.7個百分點，而其他影響佔0.3個百分點。

財務成本淨額

截至二零一三年九月三十日止期間，財務成本淨額減少500,000歐元至800,000歐元。該減少乃主要與因利率下降與我們穩健的現金淨額狀況的綜合影響令利息開支減少有關。

外幣收益／虧損

我們於截至二零一三年九月三十日止期間的外幣虧損淨額為7,400,000歐元，主要由於歐元表現強勢而為我們的附屬公司融資以及對未結清貿易業務進行重新估值產生的8,300,000歐元未實現虧損所致。該等未實現虧損被主要以日圓計值的貿易業務的已實現收益所部分補償。

所得稅開支

截至二零一三年九月三十日止期間，實際所得稅增加1,300,000歐元，而截至二零一二年九月三十日止期間則為開支3,200,000歐元，相當於實際所得稅率為8.4%。截至二零一三年九月三十日止期間的所得稅收益主要源自在本財政年度上半年，部份實際稅率比較高的國家所產生的虧損抵消法國及瑞士實體所產生的應課稅溢利。

期內溢利

基於以上原因，截至二零一三年九月三十日止期間的溢利較截至二零一二年九月三十日止期間減少19,900,000歐元至14,600,000歐元，減幅為57.9%。截至二零一三年九月三十日止期間，每股基本及攤薄盈利下降58.5%。

資產負債表回顧

流動資金及資本資源

於二零一三年九月三十日，本集團的現金及現金等價物為289,700,000歐元，於二零一三年三月三十一日則為319,900,000歐元，而於二零一二年九月三十日為292,000,000歐元。

於二零一三年九月三十日，未提取借貸融資的總額為290,000,000歐元。於二零一三年九月三十日，我們的借貸總額(包括融資租賃負債、與少數股東的往來賬及銀行透支)達91,000,000歐元，而於二零一三年三月三十一日的借貸總額為83,000,000歐元。該增加是因外幣借貸增加以抵銷資產負債表的外幣風險增加所致。

投資活動

截至二零一三年九月三十日止六個月投資活動所用的現金淨額為47,100,000歐元，較去年同期的48,700,000歐元減少1,600,000歐元。這反映主要有關以下各項的資本開支：

- 添置租賃物業裝修、其他有形資產、頂手費及與店舖相關按金變動所用的24,300,000歐元；
- 添置資訊科技軟件及設備所用的9,100,000歐元，包括實施SAP作為本集團企業資源規劃系統所用的4,700,000歐元以及實施POS及CRM系統所用的2,000,000歐元；及
- 添置機器、設備、施工、配件及其他至工廠及研發所用的11,400,000歐元。其中5,900,000歐元正用於馬諾斯克設施。

融資活動

截至二零一三年九月三十日止六個月融資活動所得的現金淨額為7,900,000歐元，而去年同期融資活動所得的現金淨額為19,700,000歐元。回顧期間所產生的現金淨額主要反映了為滿足附屬公司的季節性現金需求而增加銀行借款淨額。

存貨

下表概述我們於所示期間的平均存貨周轉日數：

截至九月三十日止期間	二零一三年	二零一二年
平均存貨周轉日數 ⁽¹⁾	324	312

⁽¹⁾ 平均存貨周轉日數等於平均存貨除以銷售成本，再乘以 182.5。平均存貨等於某一期間期初及期終平均存貨淨額。

於二零一三年九月三十日的存貨的淨值為 160,500,000 歐元，較二零一二年九月三十日的 137,200,000 歐元增加 23,300,000 歐元。存貨周轉日數增加 12 天，乃由於：

- 為確保在工廠內實施 SAP 期間的持續供應，增加工廠內製成品及原材料緩沖 12 天；及
- 確認禮品盒為可出售物品佔 6 天，無現金影響。

此被有利的匯率及其他影響合共佔 6 天所部分抵銷。

應收貿易賬款

下表概述我們於所示期間的應收貿易賬款周轉日數：

截至九月三十日止期間	二零一三年	二零一二年
應收貿易賬款周轉日數 ⁽¹⁾	33	33

⁽¹⁾ 應收貿易賬款周轉日數等於平均應收貿易賬款除以銷售淨額，再乘以 182.5。平均應收貿易賬款等於某一期間期初及期終應收貿易賬款淨額的平均值。

截至二零一三年九月三十日止期間應收貿易賬款的周轉日數維持為 33 天。

應付貿易賬款

下表概述我們於所示期間的應付貿易賬款周轉日數：

截至九月三十日止期間	二零一三年	二零一二年
應付貿易賬款周轉日數 ⁽¹⁾	201	208

⁽¹⁾ 應付貿易賬款周轉天數等於平均應付貿易賬款除以銷售成本，再乘以 182.5。平均應付貿易賬款等於某一期間期初及期終應付貿易賬款的平均值。

截至二零一三年九月三十日止期間應付貿易賬款的周轉日數有所減少乃主要由於工廠層面的應付貿易賬款減少以及外幣對應付貿易賬款轉換的影響（尤其是日本）。

資產負債比率

截至二零一三年九月三十日止六個月本集團的盈利能力比率較去年同期有所下降。截至二零一三年九月三十日止六個月的資本回報率降至3.1%，而去年同期為7.9%。該下降乃主要由於除稅後經營溢利淨額減少56.8%以及所用資本增加9.2%。截至二零一三年九月三十日止六個月的股權回報率為2.0%，而去年同期為5.2%。該下降乃主要由於股權擁有人應佔純利減少58.6%以及股東權益增加6.2%。由於高現金淨額狀況，本集團的流動資金及資本充足比率仍然可觀。

截至有關日期止期間	二零一三年 九月三十日 千歐元	二零一三年 三月三十一日 千歐元	二零一二年 九月三十日 千歐元
盈利能力			
除稅後經營溢利淨額(NOPAT) ⁽¹⁾	15,423	126,663	35,677
所用資本 ⁽²⁾	494,388	497,150	452,877
所用資本回報(ROCE) ⁽³⁾	3.1%	25.5%	7.9%
股權回報(ROE) ⁽⁴⁾	2.0%	16.8%	5.2%
流動資金			
流動比率(倍) ⁽⁵⁾	2.74	3.41	2.68
速動比率(倍) ⁽⁶⁾	1.99	2.63	2.01
資本充足			
資產負債比率 ⁽⁷⁾	8.8%	8.0%	9.4%
債權比率 ⁽⁸⁾	現金淨額狀況	現金淨額狀況	現金淨額狀況

(1) (經營溢利+外匯收益或虧損淨額)×(1-有效稅率)

(2) 非流動資產-(遞延所得稅負債+其他財務負債+其他非流動負債)+營運資金

(3) NOPAT/所用資本

(4) 期末本公司股權擁有人應佔純利/股東股權(不包括少數股東權益)

(5) 流動資產/流動負債

(6) (流動資產-存貨)/流動負債

(7) 總負債/總資產

(8) 債項淨額/(總資產-總負債)

外匯風險管理

本集團訂立遠期外匯合約，目的是就與已識別風險一致的各期間為預期交易以及並非以呈列貨幣(即歐元)列值的應收款項及應付款項進行對沖。於二零一三年九月三十日，根據國際財務報告準則的公平市場估值規定，本集團有遠期外匯合約的外匯衍生負債淨額為600,000歐元。於二零一三年九月三十日，未結算的遠期外匯衍生工具的名義本金額主要為13,800,000歐元等值日圓、12,900,000歐元等值英磅及8,200,000歐元等值新加坡元。

利率風險管理

本集團於二零一三年九月三十日並無任何利率衍生工具。

股息

於二零一三年六月十七日舉行的董事會會議上，董事會建議分派總股息每股0.0292歐元，總金額達42,900,000歐元，佔本公司股權擁有人應佔純利的35.0%。擬派付的股息金額以於二零一三年六月十七日已發行的1,470,309,391股股份(不包括6,655,500股庫存股份)為基準。股東於二零一三年九月二十五日舉行的大會上批准該股息。股息已於二零一三年十月二十三日派付。

結算日後事項

並無須予呈報的結算日後事項。

策略回顧及前景

期內活動概要：

截至二零一三年九月三十日止六個月，本集團透過加快新店的零售投資以及透過店舖翻新及搬遷不斷提升零售網絡在充滿挑戰的宏觀環境中推行其整體企業策略。大多數市場按當地貨幣計取得增長。中國及俄羅斯仍然是表現最佳的市場，按固定匯率計算分別增長18.7%及17.0%。法國、英國及美國等成熟市場持續作出貢獻並維持穩定增長，按固定匯率計算銷售額分別增長10.7%、9.2%及10.8%。

在我們敬業管理層團隊的一致支持下，本集團增加在直接市場推廣、數碼、廣告、研發及國際管理的推廣力度。這些投資屬不可或缺，幫助本集團在不斷加劇的全球競爭中鞏固其在化妝品及個人護理業務中的領導地位。

本集團透過在全球多個市場新設店舖及開展大量翻新工程而持續擴張。截至二零一三年九月三十日止六個月，本集團已將自營零售店總數增加至1,280間。於截至二零一三年九月三十日止六個月，本集團淨新設自營店舖76間，其中不包括因收購本集團於南非的分銷商而增加的6間店舖。同期，本集團翻新及搬遷68間店舖，而去年同期則翻新及搬遷42間店舖。

於本財政年度上半年，本集團在日本成功推出經翻新的Aoyama旗艦店，反映本集團持續注重改善日本業務。日本重組計劃的部分包括一個積極翻新計劃，該計劃將於未來兩年實施，大部分零售網絡將升級。

在為日後發展而投資業務平台的同時，本集團亦牢記革新及創製新質感及感觀的需要。我們的研發工作已取得進展，主要由目標為發現新成分及工藝的團隊領導，最終目標是創製更多以天然成分為基礎的具有吸引力的產品，有關產品仍然是整體化妝品及個人護理領域一個快速增長的分部。這些努力將使本集團的品牌組合對不斷增長的全球客戶群保持吸引力及推動本集團更上一層樓。

數碼在線渠道仍為本集團的重中之重及增長動力。透過增加在數碼媒體方面的投資增加而壯大本集團的網上業務投入已現持續成效。於回顧期間，本集團的電子商務業務呈現強勁銷售額增長，按固定匯率計較去年同期增長23.9%。在若干主要市場，本集團繼續推出最新的客戶關係管理(CRM)設施，以使有關市場從該數碼渠道中獲取價值，數碼渠道將與其本身的零售業務相輔相成。

本集團繼續改善其經營基礎設施業務平台，分配資源改善供應鏈及資訊科技(IT)系統。

隨著馬諾斯克主廠房經已重建及擴張，本集團已加強其物流網絡，第三期及最後階段為擴大馬諾斯克國際倉庫。憑藉新改造馬諾斯克廠房帶來的好處，本集團於二零一三年四月起開始交付生產批次及填料作業。SAP實施按計劃進行，在日本、加拿大及美國均已推出及順利整合。本集團亦有意在有關國家及所有西歐附屬公司推出新集團銷售點系統CBR，該系統對本集團的業務經營十分重要。務請注意，這些正在進行的一次性投資為本集團未來數年獲得產能增長、生產率及效率提升所帶來的好處所必需。

本集團報告，回顧期間的溢利因數項因素影響而大幅低於去年同期，有關因素包括來自本集團主要市場之一日本的銷售增長放緩、日圓弱勢及歐元強勁帶來的外幣匯兌影響及受增加分銷、市場推廣及新品牌的支出及投資帶來的贏利壓力的共同影響，導致業務表現欠佳。

整體而言，本公司於截至二零一三年九月三十日止六個月所取得的表現不如預期，表明本集團因其國際業務經營而面臨風險。這些風險包括當前充滿挑戰的經濟環境影響了客戶需求及匯率波動影響了本集團的收益、成本、利潤率及溢利。

管理層繼續平衡來自各品牌的收益增長，增加投資及基礎設施效率，以推動本集團可持續長期溢利增長，特別是在不明朗的宏觀環境下專注於執行其零售、數碼及市場推廣策略，以促進及進一步鞏固本集團品牌組合的品牌動力。

同時，本集團繼續其全球評估項目，優化所有間接架構、後台投資及生產率，目標是釋放市場推廣、研發及策略性IT工具(CRM)資源，特別是具有可制定明確節省目標的重大長期潛力的資源。管理層已取得良好進展，並將繼續為已確定的各節省／改進項目設定明確的目標及表現指標。

在執行策略提高基礎設施效率的同時，本集團亦以相似方法推出一份「行動路線圖」，主要目標為在生產及物流中取得超出近期投資於基礎設施平台(包括廠房、倉庫及相關IT系統)的成本的生產收益及節省。

下半年的前景：

本集團維持其整體企業策略，以通過在全球範圍內增設門店擴大自有零售網絡，通過投資加強本集團組合中的品牌，努力提高我們在數碼渠道上的曝光率，以及通過投資強化我們的供應鏈及進一步改進我們的經營流程。作為全球零售擴張戰略的一部分，我們將繼續在發展中國家和發達國家投資新店鋪及升級我們在主要市場的零售網絡。

關於品牌發展，本集團團隊仍致力建立由富含可追蹤來源的天然有機環保成分製成的優質品牌組成的品牌組合。

- 擴大 L' Occitane 品牌

本集團繼續關注其零售、數碼及營銷策略的實施情況，以推動由增加的數碼投資所支持的品牌造勢。

- L' Occitane au Brésil

本集團將繼續為 L' Occitane au Brésil 推出新產品系列，並通過售貨亭、自營零售店以及形式為專營店的批發擴大其在巴西的分銷渠道。

- Melvita

該品牌的新管理團隊將繼續進行其重組計劃，並通過實施包括成功的新產品、零售店及傳播理念等在內的重要行動，積極實現 Melvita 增長。

- Le Couvent des Minimes

本集團在發展 Le Couvent des Minimes 批發業務方面已取得進展，並將繼續推行擴大該品牌的商業業務基礎的策略。

- Erborian

本集團將通過加大研發力度創造與韓國／法國品牌精神相近的創新產品，來努力實現進一步擴大 Erborian 產品系列的目標。

在IT系統升級方面，本集團將繼續在其他國家實施和推出我們的SAP核心模式。目前，本集團已推出SAP及Flexnet（一個車間管理IT解決方案），而該等系統於二零一三年十一月一日上線。本集團目前正努力在巴西及中國引進SAP。CBR（POS系統）已成功在中國實施，下一步將在巴西實施。此外，本集團將繼續進一步擴張CRM工具以及電子商務設施及能力。

本集團擁有一個全球零售網絡，面臨匯率風險，該風險可能同時影響收入及利潤。

為對沖匯率風險，本集團將維持其全球對沖政策及訂立衍生對沖合約，以對沖已識別預期現金流量的歐元（或其他經營貨幣）價值。然而，本集團謹此強調，匯率轉換帶來的換算影響無法避免。

整體而言，我們將繼續努力開發我們於本財政年度上半年所啟動的系統、工序、組織及能力。在全球市場存在不確定性的背景下，本集團及管理層將致力於讓本集團重新實現增長，同時改善同店銷售增長並提升不可比較店舖的銷售。展望未來，我們將繼續致力於實現我們的目標並將繼續投資及利用潛在業務機遇，這將為股東創造持久價值。

審核委員會

根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)的規定，本公司已成立由本公司三名非執行董事組成的審核委員會，其中兩名為獨立非執行董事。審核委員會已審閱本集團採用的會計原則及慣例，並已討論審核、內部監控及財務申報事宜，包括審閱本集團截至二零一三年九月三十日止期間的綜合業績。

企業管治

董事會定期檢討企業管治常規，藉以滿足股東不斷提升的期望、遵守日益嚴格的監管規定，並履行其良好企業管治的承諾。董事會致力於維持高標準的企業管治常規及本公司業務道德，堅信其對維持股東回報極其重要。

於截至二零一三年九月三十日止六個月整個期間內，除下文所披露者外，本公司已遵守上市規則附錄十四所載企業管治守則及企業管治報告的所有守則條文：

本集團行政總裁一職一直由董事會主席 Reinold Geiger 先生(「Geiger 先生」)兼任。我們認為這一偏離屬適當，因為我們認為，同一人士同時擔任本公司主席並履行行政總裁的行政職責效率更高，能使本集團獲得更強大且一致的領導。董事會認為，權力及授權的平衡已由經驗豐富人士組成的董事會運作得到充分保證。董事會設有四名極具獨立性的獨立非執行董事，因此，董事會認為，本公司已具備充分利益平衡及保障。另外，Geiger 先生並非任何委員會(即審核委員會、提名委員會及薪酬委員會)的成員，而各委員會的大部分成員均為獨立非執行董事。然而，董事會將定期檢討管理架構，確保其符合本集團的業務發展需要。

此外，Geiger 先生獲得常務董事 Emmanuel Osti 先生及亞太區常務董事 André Hoffmann 先生的支持。Geiger 先生向董事會負責，專注於本集團的策略及董事會事務，確保董事會與管理層成員之間保持緊密團結的工作關係。兩名常務董事在其各自職責下的業務單位的業務方向及經營效率方面承擔全部執行責任，並向 Geiger 先生負責。

守則條文第 F.1.3 條規定公司秘書須向主席及行政總裁匯報。

Sylvie Duvieusart-Marquant 女士於二零一三年八月三十一日辭任本公司聯席公司秘書，並於二零一三年九月一日由 Karl Guénard 先生接任。Guénard 先生駐於盧森堡，向本集團副總經理 Thomas Levilion (主要負責監督本集團全球財務職能)匯報。本公司相信此安排屬合適，原因是 Guénard 先生與 Levilion 先生日常緊密合作，包括處理有關企業管治事宜及其他與董事會相關的事宜。蔡義慶先生於二零一三年四

月二十五日辭任聯席公司秘書，並於同日由駐於香港的翁美儀女士接任。翁女士協助並與 Guénard 先生履行所有公司秘書職責。

董事證券交易

本公司已採納上市規則附錄十所載的上市發行人董事進行證券交易的標準守則。經向全體董事作出具體查詢後，全體董事確認已於截至二零一三年九月三十日止期間遵守標準守則所規定的標準。

購買、出售及贖回本公司的上市證券

於回顧期間，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

一般資料

本集團截至二零一三年九月三十日止期間的綜合財務報表已由本公司審核委員會審閱。

刊登中期報告

本公司中期業績公告於香港聯合交易所有限公司網站 (www.hkexnews.hk) 及本公司網站 (www.loccitane.com) 公佈。中期報告將寄發予本公司股東，並可於適當時候在香港聯合交易所有限公司網站 (www.hkexnews.hk) 及本公司網站 (www.loccitane.com) 查閱。

承董事會命

L'Occitane International S.A.

主席

Reinold Geiger

香港，二零一三年十一月二十五日

於本公告日期，本公司的執行董事為 Reinold Geiger 先生、Emmanuel Laurent Jacques Osti 先生、André Joseph Hoffmann 先生、Thomas Levilion 先生、Domenico Luigi Trizio 先生及 Karl Guénard 先生；本公司的非執行董事為 Martial Thierry Lopez 先生；本公司的獨立非執行董事為 Valérie Irène Amélie Monique Bernis 女士、Charles Mark Broadley 先生、Pierre Maurice Georges Milet 先生及吳植森先生。

免責聲明

在多個表格內呈列的財務資料及若干其他資料已四捨五入至最接近的整數或最接近的小數。因此，欄內數字的總和未必與該欄所示的總數完全一致。此外，表格內呈列的若干百分比反映在四捨五入前根據相關資料計算所得結果，故未必與假使相關結果乃以經四捨五入的數字計算而得出的百分比完全一致。