

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佈的內容概不負責，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佈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)

截至二零一六年九月三十日止六個月 中期業績公佈

摘要

- 在經濟環境不明朗及全球市場零售疲弱的情況下，本集團仍於新興國家、新興品牌及電子商務渠道錄得令人鼓舞的增長
- 本集團的銷售淨額為551,700,000歐元，按固定匯率計算較二零一六年財政年度首六個月增加1.3%
- 巴西、俄羅斯及中國位居增長最快國家之列，按固定匯率計算的銷售增長分別為20.5%、10.6%及5.4%
- 毛利率達82.2%，較去年同期高出0.6個百分點
- 期內溢利為26,400,000歐元，較去年同期增加31.7%

中期業績

L'Occitane International S.A. (「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然公佈，本公司及其附屬公司(「本集團」)截至二零一六年九月三十日止六個月的合併中期業績連同截至二零一五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	二零一六年 千歐元	二零一五年 千歐元
銷售淨額	2	551,663	546,699
銷售成本		(98,230)	(100,758)
毛利		453,433	445,941
佔銷售淨額百分比		82.2%	81.6%
分銷開支		(289,448)	(280,681)
營銷開支		(77,296)	(71,752)
研發開支		(7,476)	(6,226)
一般及行政開支		(60,647)	(56,044)
採用權益法入賬的分佔合營公司虧損		(27)	(27)
其他收益淨額	3	832	449
經營溢利	4	19,371	31,660
財務成本－淨額	5	(118)	(124)
匯兌收益／(虧損)		649	(9,591)
除所得稅前溢利		19,902	21,945
所得稅抵免／(開支)	6	6,545	(1,871)
持續經營業務的期內溢利		26,447	20,074
下列人士應佔：			
本公司權益擁有人		25,989	19,409
非控股權益		458	665
總計		26,447	20,074
實際稅率		-32.9%	8.5%
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		0.018	0.013
攤薄		0.018	0.013
計算每股盈利所用股份數目			
基本	7	1,464,559,221	1,470,574,041
攤薄	7	1,466,793,552	1,473,883,159

簡明合併財務狀況表

	附註	於二零一六年 九月三十日 千歐元	於二零一六年 三月三十一日 千歐元
資產			
物業、廠房及設備淨額		177,234	181,661
商譽		134,586	129,508
無形資產淨值		59,206	60,540
遞延所得稅資產		93,998	71,189
於合營公司的投資		(70)	(43)
其他非流動應收款項		35,358	33,082
非流動資產		500,312	475,937
存貨淨額	9	155,909	136,994
應收貿易賬款淨額	10	102,836	97,498
其他流動資產		55,019	52,628
衍生金融工具		259	468
現金及現金等價物		390,269	424,818
流動資產		704,292	712,406
總資產		1,204,604	1,188,343
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		(37,845)	(45,975)
保留盈利		492,787	509,399
權益擁有人應佔股本及儲備		842,102	850,584
非控股權益		2,207	4,973
總權益		844,309	855,557
借貸		87,965	86,382
其他財務負債		9,224	8,846
遞延所得稅負債		4,072	4,420
其他非流動負債		30,559	29,468
非流動負債		131,820	129,116
應付貿易賬款	11	85,574	92,022
社交及稅項負債		54,576	63,675
流動所得稅負債		5,020	8,420
借貸		2,445	2,496
衍生金融工具		427	67
其他負債及費用撥備		12,598	19,226
其他流動負債		67,835	17,764
流動負債		228,475	203,670
權益及負債總額		1,204,604	1,188,343
流動資產淨值		475,817	508,735
總資產減流動負債		976,129	984,672

簡明合併財務報表附註

1. 編製基準

截至二零一六年九月三十日止六個月期間的簡明合併中期財務資料(「合併中期財務資料」)已按國際會計準則委員會頒佈的國際會計準則第34號「中期財務報告」編製。本合併中期財務資料應與按國際會計準則委員會頒佈的國際財務報告準則編製的截至二零一六年三月三十一日止年度合併年度財務報表一併閱讀。

編製本合併中期財務資料所用會計政策及計算方法與編製截至二零一六年三月三十一日止年度的年度合併財務報表採用者一致。

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。

於二零一六年四月一日開始的財政期間生效的國際財務報告準則的詮釋及修訂對合併財務報表並無任何重大影響。

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

截至二零一六年九月三十日止六個月

	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	400,549	151,114	—	551,663
所佔百分比	72.6%	27.4%	—	100.0%
毛利	349,712	103,721	—	453,433
佔銷售百分比	87.3%	68.6%	—	82.2%
分銷開支	(236,283)	(27,913)	(25,252)	(289,448)
營銷開支	(24,233)	(4,897)	(48,166)	(77,296)
研發開支	—	—	(7,476)	(7,476)
一般及行政開支	—	—	(60,647)	(60,647)
分佔合營公司經營虧損	—	—	(27)	(27)
其他收益淨額	308	1	523	832
經營溢利	89,504	70,912	(141,045)	19,371
佔銷售百分比	22.3%	46.9%	—	3.5%

截至二零一五年九月三十日止六個月

	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	398,180	148,519	—	546,699
所佔百分比	72.8%	27.2%	—	100%
毛利	344,597	101,344	—	445,941
佔銷售百分比	86.5%	68.2%	—	81.6%
分銷開支	(229,233)	(27,561)	(23,887)	(280,681)
營銷開支	(25,012)	(3,321)	(43,419)	(71,752)
研發開支	—	—	(6,226)	(6,226)
一般及行政開支	—	—	(56,044)	(56,044)
分佔合營公司經營溢利／(虧損)	—	—	(27)	(27)
其他收益／(虧損)淨額	(84)	(51)	584	449
經營溢利	90,268	70,411	(129,019)	31,660
佔銷售百分比	22.7%	47.4%	—	5.8%

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

千歐元	二零一六年		二零一五年	
	總計	所佔百分比	總計	所佔百分比
日本	104,460	18.9%	90,113	16.5%
美國	70,838	12.8%	72,277	13.2%
香港 ⁽¹⁾	50,927	9.2%	58,103	10.6%
中國	50,797	9.2%	51,438	9.4%
法國	43,826	7.9%	45,005	8.2%
盧森堡－瑞士分公司 ⁽²⁾	36,027	6.5%	32,854	6.0%
英國	26,475	4.8%	31,648	5.8%
巴西	22,478	4.1%	19,539	3.6%
俄羅斯	17,248	3.1%	17,969	3.3%
台灣	15,871	2.9%	16,658	3.0%
其他國家	112,716	20.4%	111,095	20.3%
銷售淨額	551,663	100%	546,699	100%

(1) 包括澳門的銷售及向亞洲分銷商及旅遊零售客戶的銷售。

(2) 本公司向位於歐洲、中東及美洲的分銷商及旅遊零售客戶出具發票的銷售額。

3. 出售資產收益／(虧損)淨額

九月三十日

出售資產的收益／(虧損)淨額

二零一六年
千歐元

二零一五年
千歐元

268

(176)

4. 折舊、攤銷及減值

經營溢利已扣除下列項目：

九月三十日

折舊、攤銷及減值

二零一六年
千歐元

二零一五年
千歐元

31,616

29,791

5. 財務成本淨額

九月三十日

現金及現金等價物利息

二零一六年
千歐元

二零一五年
千歐元

1,213

1,368

財務收入

1,213

1,368

利息開支

(953)

(1,114)

財務負債的折現回撥

(378)

(378)

財務成本

(1,331)

(1,492)

財務成本淨額

(118)

(124)

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

除所得稅前溢利

二零一六年
千歐元

二零一五年
千歐元

19,902

21,945

按盧森堡企業稅率計算(於二零一六年九月三十日及
二零一五年九月三十日為29.22%)

(5,815)

(6,412)

外國不同稅率的影響

13,890

6,605

未確認稅項資產的影響

(1,599)

(1,632)

不可扣稅開支

210

(327)

未分派稅項盈利的影響

(141)

(105)

所得稅開支

6,545

(1,871)

7. 每股盈利

每股基本及攤薄盈利乃以截至二零一六年九月三十日止六個月本公司權益擁有人應佔溢利26,000,000歐元(截至二零一五年九月三十日止六個月則為19,400,000歐元)以及截至二零一六年九月三十日止期間及截至二零一五年九月三十日止期間已發行股份加權平均數分別為1,464,559,221(基本)及1,466,793,552(攤薄)以及1,470,574,041(基本)及1,473,883,159(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，董事會不建議就截至二零一六年九月三十日止六個月的溢利作出任何分派。

9. 存貨淨額

存貨淨額包括以下各項：

	二零一六年 九月三十日 千歐元	二零一六年 三月三十一日 千歐元	二零一五年 九月三十日 千歐元
原材料及供應物料	20,350	20,956	20,441
製成品及在製品	147,494	128,011	156,464
存貨總額	167,844	148,967	176,905
減：撥備	(11,935)	(11,973)	(13,770)
存貨淨額	<u>155,909</u>	<u>136,994</u>	<u>163,135</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：

	二零一六年 九月三十日 千歐元	二零一六年 三月三十一日 千歐元	二零一五年 九月三十日 千歐元
即期及逾期3個月內	102,116	95,275	93,804
逾期3至6個月	666	1,663	612
逾期6至12個月	17	560	270
逾期超過12個月	37	—	—
應收貿易賬款淨額	<u>102,836</u>	<u>97,498</u>	<u>94,686</u>

本集團認為，該等已逾期應收款項並不涉及無法收回的風險。

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：

	二零一六年 九月三十日 千歐元	二零一六年 三月三十一日 千歐元	二零一五年 九月三十日 千歐元
即期及逾期3個月內	85,150	91,294	88,795
逾期3至6個月	47	40	1,479
逾期6至12個月	25	681	75
逾期超過12個月	352	7	424
應付貿易賬款	<u>85,574</u>	<u>92,022</u>	<u>90,773</u>

管理層討論與分析

概要：

截至九月三十日止六個月	二零一六年	二零一五年
銷售淨額(百萬歐元)	551.7	546.7
經營溢利(百萬歐元)	19.4	31.7
期內溢利(百萬歐元)	26.4	20.1
毛利率(銷售百分比)	82.2%	81.6%
經營溢利率(銷售百分比)	3.5%	5.8%
淨利潤率(銷售百分比)	4.8%	3.7%

釋義：

可比較店舖指於上一財政年度開始前已開設的現有零售店(包括本公司所擁有的電子商務網站，但不包括翻新的店舖)。

不可比較店舖及其他指除可比較店舖外的所有店舖，即於過往或所討論的當前財政期間開設、關閉及翻新的店舖，連同網上商城、郵購及服務。

可比較店舖銷售指所討論財政期間可比較店舖的銷售淨額。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

本集團須面對銷售額的季節因素差異，本公司在第三財政季度(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。截至二零一五年九月三十日止六個月，銷售額佔截至二零一六年三月三十一日止年度(「二零一六年財政年度」)的年度銷售額的42.6%，而經營溢利佔截至二零一六年三月三十一日止年度的年度經營溢利的18.8%。該比率不能代表截至二零一七年三月三十一日止年度(「二零一七年財政年度」)的年度業績。

季節因素亦對生產時間表及營運資金的使用構成影響。我們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

截至二零一六年九月三十日止六個月，銷售淨額為551,700,000歐元，較截至二零一五年九月三十日止六個月上升5,000,000歐元或0.9%。整體成長為1.3%。按固定匯率計算，直銷及轉售業務分部的銷售淨額分別佔總銷售淨額的72.6%及27.4%，分佔整體增長的0.6%及3.2%。

本集團將銷售產品的零售點總數由二零一六年三月三十一日的2,924間增至二零一六年九月三十日的2,993間，增加69個地點或2.4%。本集團維持其選擇性的全球零售擴張戰略，並將其自營零售店的數目由二零一六年三月三十一日的1,463間增至二零一六年九月三十日的1,495間，淨增加32間店舖或2.2%。

來自可比較店舖、不可比較店舖及其他及轉售分部的銷售分別增長-2.5%、13.7%及3.2%。按地區劃分，巴西、中國、俄羅斯、日本及其他國家為整體增長的主要貢獻國家。

業務分部

下表載列截至二零一六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)：

	按年增長			對整體 增長的貢獻 百分比 ⁽²⁾
	增長 千歐元	增長 百分比	增長 百分比 ⁽²⁾	
直銷	2,369	0.6	0.6	34.3
可比較店舖	(8,406)	(2.6)	(2.5)	(112.8)
不可比較店舖及其他 ⁽¹⁾	10,775	13.9	13.7	147.1
轉售	2,594	1.7	3.2	65.7
整體增長	4,963	0.9	1.3	100.0

(1) 包括網上商城、郵購及其他服務銷售。

(2) 撇除外匯換算影響。

直銷

截至二零一六年九月三十日止六個月，直銷業務分部佔本集團銷售淨額的72.6%，達400,500,000歐元，較去年同期上升0.6%，按固定匯率計算亦增長0.6%。不可比較店舖及其他，包括於去年及本年新增設店舖及翻新店舖、網上商城、咖啡廳及水療服務，共按固定匯率增長13.7%。與去年同期比較，本集團的電子商務渠道按固定匯率增長6.8%，相等於零售銷售總額的10.1%。截至二零一七年財政年度首六個月，在全球經濟疲弱帶來的不明朗環境、法國及其他歐洲國家受恐怖襲擊的威脅、英國經濟不明朗、香港零售市場低迷以及若干市場惡劣天氣的對全球經濟艱難零售環境造成的綜合影響下，本集團的同店銷售下跌2.5%。

截至二零一六年九月三十日止六個月淨增設自營店舖為32間。在亞洲，淨增設店舖包括在中國新增設的8間、在日本新增設的7間以及在韓國、印度及台灣新增設的其他店舖。我們亦在香港及澳門關閉2間店舖。在美洲，淨增設店舖主要位於巴西，淨增設店舖為9間，包括6間au Brésil店舖。在歐洲，4間淨增設店舖主要與俄羅斯的L'Occitane en Provence店舖有關。本集團繼續升級其零售網絡，於截至二零一六年九月三十日止六個月已翻新或搬遷55間店舖。

轉售

截至二零一六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27.4%，達151,100,000歐元，較去年同期增長1.7%及按固定匯率計算增長3.2%。該增加主要受到新興品牌(尤其是au Brésil、Melvita及Erborian)的批發及分銷渠道的蓬勃增長所推動。旅遊零售業務仍然疲弱，但可見第二季較二零一七年財政年度第一季有所改善。該改善來自若干亞洲國家(如韓國及日本)。然而，若干主要歐洲城市(如法蘭克福、巴黎及伊斯坦堡)的情況受恐怖主義威脅影響而維持嚴峻。

地區

下表呈列按地區劃分截至二零一六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)：

	銷售及佔銷售總額百分比						對整體增長的貢獻 ⁽¹⁾	
	於二零一六年九月三十日		於二零一五年九月三十日		增長	增長	增長 ⁽¹⁾	的貢獻 ⁽¹⁾
	千歐元	%	千歐元	%	千歐元	%	%	%
日本	104,460	18.9	90,113	16.5	14,348	15.9	1.3	16.3
香港 ⁽²⁾	50,927	9.2	58,103	10.6	(7,176)	(12.4)	(11.2)	(90.0)
中國	50,797	9.2	51,438	9.4	(641)	(1.2)	5.4	38.6
台灣	15,871	2.9	16,658	3.0	(787)	(4.7)	(2.9)	(6.8)
法國	43,826	7.9	45,005	8.2	(1,179)	(2.6)	(2.6)	(16.3)
英國	26,475	4.8	31,648	5.8	(5,173)	(16.3)	(4.9)	(21.3)
美國	70,838	12.8	72,277	13.2	(1,439)	(2.0)	(0.7)	(6.7)
巴西	22,478	4.1	19,539	3.6	2,939	15.0	20.5	55.4
俄羅斯	17,248	3.1	17,969	3.3	(721)	(4.0)	10.6	26.3
其他國家 ⁽³⁾	148,742	27.0	143,950	26.3	4,793	3.3	5.2	104.4
所有國家	551,663	100.0	546,699	100.0	4,963	0.9	1.3	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) 包括澳門的銷售額及對亞洲分銷商及旅遊零售客戶的銷售額。

(3) 包括盧森堡的銷售額。

下表載列於截至二零一六年九月三十日止六個月對比截至二零一五年九月三十日止六個月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同店銷售增長的明細分析：

	自營零售店數目				對整體增長的貢獻百分比 ⁽¹⁾⁽²⁾			
	二零一六年		二零一五年		不可比較店舖	可比較店舖	所有店舖	同店銷售增長 ⁽²⁾
	於二零一六年九月三十日	於二零一六年九月初至九月三十日期間淨開設店舖	於二零一五年九月三十日	於二零一五年九月初至九月三十日期間淨開設店舖				
日本 ⁽³⁾	130	7	117	6	58.0	(37.4)	20.6	(4.1)
香港 ⁽⁴⁾	34	(2)	38	2	(21.1)	(27.6)	(48.7)	(13.7)
中國 ⁽⁵⁾	195	8	180	19	43.4	(8.2)	35.3	(1.7)
台灣 ⁽⁶⁾	56	1	55	—	(1.7)	(1.5)	(3.2)	(1.0)
法國 ⁽⁷⁾	81	—	81	—	(2.6)	(21.0)	(23.7)	(7.3)
英國	75	—	75	2	3.4	(12.7)	(9.3)	(4.5)
美國	215	(2)	216	2	(3.2)	(9.6)	(12.8)	(1.3)
巴西 ⁽⁸⁾	101	9	88	7	17.8	21.1	38.9	11.4
俄羅斯 ⁽⁹⁾	107	4	106	(1)	8.1	8.0	16.2	5.6
其他國家 ⁽¹⁰⁾	501	7	485	20	36.6	(23.9)	12.7	(2.3)
所有國家⁽¹¹⁾	1,495	32	1,441	57	138.8	(112.8)	25.9	(2.5)

(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) 包括分別於二零一五年九月三十日及二零一六年九月三十日的17間及22間Melvita店。

(4) 包括於二零一五年九月三十日在澳門的3間L'Occitane店及在香港的10間Melvita店，以及於二零一六年九月三十日在澳門的2間L'Occitane店及在香港的9間Melvita店。

(5) 包括分別於二零一五年九月三十日及二零一六年九月三十日的8間及10間Melvita店。

(6) 包括於二零一六年九月三十日的1間Erborian店。

(7) 包括於二零一五年九月三十日的5間Melvita店及1間Erborian店，以及於二零一六年九月三十日的4間Melvita店及1間Erborian店。

(8) 包括分別於二零一五年九月三十日及二零一六年九月三十日的8間及18間au Brésil店。

(9) 包括於二零一六年九月三十日的1間Erborian店。

(10) 包括於二零一五年九月三十日的8間Melvita店及1間Erborian店，以及於二零一六年九月三十日的9間Melvita店及2間Erborian店。

(11) 包括於二零一五年九月三十日的48間Melvita店、8間Au Brésil店及2間Erborian店，以及於二零一六年九月三十日的54間Melvita店、18間Au Brésil店及5間Erborian店。

日本

截至二零一六年九月三十日止六個月，日本的銷售淨額為 104,500,000 歐元，較去年同期增加 15.9%。同店銷售增長為 -4.1%。按固定匯率計算，日本的整體增長由二零一七年財政年度第一季的 3.2% 放緩至 1.3%。於二零一七年財政年度第二季，由於經歷多次颱風侵襲及異常高的溫度及濕度，日本零售市場顯著下滑。然而，電商平台的問題正在減退，而銷售增長於二零一七年財政年度第二季恢復正增長，惟尚未足夠彌補二零一七年財政年度第一季的下滑。於二零一六年九月，日本在新宿旗艦店推出其首家數位普羅旺斯店，為顧客帶來獨特的「暢遊普羅旺斯」體驗之餘，更帶起了市場效應。

香港

截至二零一六年九月三十日止六個月，香港的銷售淨額為 50,900,000 歐元，較去年同期減少 12.4%。按固定匯率計算增長為 -11.2%。由於中國大陸旅客人數持續下跌、新產品初步推出的成效疲軟，以及競爭者提供大幅折扣，使香港業務持續面對挑戰。於該期間，兩間零售店因績效問題而關閉。反之，旅遊零售銷售於二零一七年財政年度第二季反彈，貢獻主要來自向韓國、日本及東南亞國家作出的銷售。

中國

截至二零一六年九月三十日止六個月，中國的銷售淨額為 50,800,000 歐元，較去年同期減少 1.2%。該跌幅乃由於人民幣貶值所致。按固定匯率計算，增長由財政年度第一季的 1.9% 改善至 5.4%。增長主要來自於這兩年開設及翻新的店舖。此外，B2B 增長 20% 以上。天貓商城自轉回前任代理後回復良好增長。

台灣

截至二零一六年九月三十日止六個月，台灣的銷售淨額為 15,900,000 歐元，較去年同期減少 4.7%。按固定匯率計算增長為 -2.9%。同店銷售由二零一七年財政年度第一季的 -8.4% 改善至上半年的 -1.0%，主要由於成功推出 Verbena 及 Divine Harmony 產品以及大型百貨公司進行夏季銷售推廣所致。

法國

截至二零一六年九月三十日止六個月，法國的銷售淨額為 43,800,000 歐元，較去年同期下降 2.6%。於法國，零售銷售續受恐怖襲擊威脅及零售情緒低迷的影響。同店銷售增長為 -7.3%，較二零一七年財政年度首季度略微倒退。轉售有見 2.5% 增長。增長主要見於電子商務及新興品牌批發的發展。透過有機渠道及於藥房所設新銷售點，Melvita 增長快於計劃。Erborian 及 LCDM 繼續透過國際批發連鎖渠道增長。

英國

截至二零一六年九月三十日止六個月，英國的銷售淨額為 26,500,000 歐元，較去年同期下降 16.3%。此乃主要受高比較基數以及英鎊弱勢所帶動。按固定匯率計算，增長為 -4.9%。英國受低客流量、脫歐公投後經濟不明朗以及惡劣天氣衝擊。此外，轉售銷售減少主要乃由於撤出 Debenhams 百貨公司所致。

美國

截至二零一六年九月三十日止六個月，美國的銷售淨額為 70,800,000 歐元，較去年同期下降 2.0%。按固定匯率計算，增長為 -0.7%。按固定匯率計算，直銷渠道錄得 1.6% 下降。同店銷售增長為 -1.3%。於美國，二零一七年財政年度第二季度有所放緩，此乃由於零售因較低客流量導致其繼續面對挑戰，特別是旅遊地區。電子商務渠道得益自轉換率及平均單筆交易額的增加而繼續增長，惟客流量仍具挑戰性。於二零一七財政年度首半年，網上合作夥伴及百貨公司渠道亦有見良好增長。按固定匯率計算，轉售分部增長 5.2%。

巴西

截至二零一六年九月三十日止六個月，巴西的銷售淨額為 22,500,000 歐元，較去年同期增加 15.0%。按固定匯率計算，增長為 20.5%。巴西為本集團增長最快的國家，增長來自所有主要渠道及自

L'Occitane en Provence及L'Occitane au Brésil品牌。直銷增長18.0%，來自可比較店舖(同店銷售增長11.4%)及於最近兩年的新增設及翻新店舖。於二零一六年九月底，我們於巴西擁有101間店舖，包括18間L'Occitane au Brésil店舖。銷售亦得益自期內百分之四的適度價格增加。由於轉換率提升，數碼增長的速度甚至加快，此乃有賴於當地及中央數碼團隊的合作。轉售銷售增加34.2%，主要受惠於特許經營網絡的進一步開發。

俄羅斯

截至二零一六年九月三十日止六個月，俄羅斯的銷售淨額為17,200,000歐元，較去年同期減少4.0%。銷售淨額減少乃受不利的匯率變動(如疲弱俄羅斯盧布及強勢歐元)所影響。按固定匯率計算，俄羅斯維持於本集團增長最快的國家之列，錄得10.6%的理想增長。增長乃受直銷及轉售所帶動，以分別7.5%及26.9%的穩定增長率增長。同店銷售增長維持於5.6%的健康水平。俄羅斯經濟因石油價格穩定及俄羅斯盧布稍見回升而趨趨穩定。然而，零售市場情緒尚未完全恢復。

其他國家

截至二零一六年九月三十日止六個月，其他國家的銷售淨額為148,700,000歐元，較去年同期增加3.3%。按固定匯率計算，增長為5.2%。按固定匯率計算，直銷分部錄得2.1%增長。相同店舖銷售增長為-2.3%。由於店舖網絡擴展連同韓國網上商城令人鼓舞的增長，不可比較店舖及其他增長20.5%。截至二零一六年九月三十日止六個月，其他國家的自營店舖數目由494間增加至501間。加拿大、澳洲、韓國及墨西哥位居增長前列，分別為整體增長貢獻18.6%、13.6%、11.1%及8.6%。按固定匯率計算，轉售銷售增加10.8%，此乃主要受盧森堡-瑞士分公司以及上述國家的活躍批發及分銷銷售所帶動。

盈利能力分析

銷售成本及毛利

截至二零一六年九月三十日止六個月期間，銷售成本較去年同期下跌2,500,000歐元至98,200,000歐元，跌幅為2.5%。截至二零一六年九月三十日止期間，毛利率由去年同期的81.6%增加至82.2%，增長0.6個百分點。毛利率增長基本由於期內若干主要國家價格上漲(佔0.5個百分點)、過時產品減少(佔0.1個百分點)、迷你產品及包裝袋(「MPP」)及包裝盒的使用減少(佔0.1個百分點)及生產成本減少(佔0.1個百分點)。

毛利率上升部分被不利品牌組合(佔0.1個百分點)及其他因素(另佔0.1個百分點)所抵銷。

分銷開支

截至二零一六年九月三十日止期間，分銷開支增加8,800,000歐元至289,400,000歐元，較去年同期增幅為3.1%。截至二零一六年九月三十日止期間，分銷開支佔銷售淨額的百分比增長1.2個百分點至佔銷售淨額的52.5%。此增加乃由於下列各項的綜合影響：

- 在艱難的零售環境下槓桿作用降低及關閉表現不佳店舖與新增設店舖而產生的開支，佔1.0個百分點；
- 於新興品牌投資上升，佔0.4個百分點；及
- 階段影響，佔0.4個百分點；

經營壓力部分被下列各項所抵銷：

- 有利渠道組合，此乃由於轉售渠道的份額增加，佔0.3個百分點；
- 品牌組合，佔0.2個百分點；及
- 正面外匯影響，佔0.1個百分點。

營銷開支

截至二零一六年九月三十日止期間，營銷開支增加5,500,000歐元至77,300,000歐元，較去年同期增幅為7.7%。截至二零一六年九月三十日止六個月期間，營銷開支佔銷售淨額的百分比增加0.9個百分點至佔銷售淨額的14.0%。此增加乃由於以下各項所致：

- 廣告開支(尤其是數碼營銷及品牌知名度)增加，佔0.4個百分點；
- 新品牌及品牌組合的投資增加，共佔0.3個百分點；及
- 其他包括重新分類及匯率，佔0.2個百分點。

研發開支

截至二零一六年九月三十日止期間，研究及開發(「研發」)開支增加1,300,000歐元至7,500,000歐元，較去年同期增幅為20.1%。截至二零一六年九月三十日止期間，研發開支佔銷售淨額的百分比增加0.3個百分點至佔銷售淨額的1.4%。增加乃主要由於投資於新項目、研究人員及進一步投資於L'Occitane au Brésil品牌。

一般及行政開支

一般及行政開支增加4,600,000歐元至60,600,000歐元，較去年同期增幅為8.2%。截至二零一六年九月三十日止期間，一般及行政開支佔銷售淨額的百分比增加0.7個百分點至銷售淨額的11.0%。此增長乃由於下列各項的綜合影響：

- 投資於資訊科技，主要為保障我們的基礎設施及數據庫，佔0.3個百分點；
- 槓桿及效率下降，佔0.2個百分點；
- 一筆過開支，佔0.2個百分點；及
- 我們於台灣、法國及瑞士物業的租金及佔用成本增加，佔0.1個百分點。

這部分被有利匯率影響(佔0.1個百分點)所減緩。

經營溢利

截至二零一六年九月三十日止期間，經營溢利降低12,300,000歐元至19,400,000歐元，降幅為38.8%，以及經營溢利率降低2.3個百分點至佔銷售淨額的3.5%。經營溢利率降低乃由於以下各項的綜合影響：

- 進一步投資於新興品牌及品牌組合影響，佔0.7個百分點；
- 廣告、營銷及產品開發開支增加，佔0.5個百分點；
- 其他投資，主要作升級我們的資訊科技基礎設施及辦公室，佔0.5個百分點；
- 去槓桿影響，佔1.0個百分點；
- 階段影響，佔0.4個百分點；及
- 外匯換算影響及其他，佔0.1個百分點；

部分被以下各項所抵銷：

- 有利價格及品牌組合，佔0.6個百分點；及
- 正面渠道組合，佔0.3個百分點。

財務成本淨額

截至二零一六年九月三十日止期間，財務成本淨額為100,000歐元，與去年同期保持一致水平。

外幣收益／虧損

截至二零一六年九月三十日止六個月的外幣收益淨額為 600,000 歐元，而去年同期則產生外幣虧損淨額 9,600,000 歐元。本年度的收益大部分未實現，且乃來自期末將公司間貸款及貿易結餘作兌換所致。期內，本集團的收益主要來自韓國、俄羅斯盧布、南非蘭德、美元及日圓，其部份由少數外幣(包括巴西雷亞爾及中國人民幣)虧損所抵銷。

所得稅開支

截至二零一六年九月三十日止期間，所得稅稅項抵免為 6,500,000 歐元，去年同期則為開支 1,900,000 歐元，截至二零一六年九月三十日止期間的實際所得稅率為 -32.9%。所得稅開支減少主要乃由於適用較高稅率的國家的溢利顯著降低，加上與公司間利率相關的遞延稅項資產的有利影響所致。

期內溢利

基於上述原因，與去年同期相比，截至二零一六年九月三十日止六個月的溢利增加 31.7% 或 6,400,000 歐元至 26,400,000 歐元。於截至二零一六年九月三十日止期間，每股基本及攤薄盈利均增加 38.5%。

資產負債表回顧

流動資金及資本資源

於二零一六年九月三十日，本集團的現金及現金等價物為 390,300,000 歐元，於二零一五年九月三十日則為 400,000,000 歐元，而於二零一六年三月三十一日為 424,800,000 歐元。

於二零一六年九月三十日，未提取借貸融資的總額為 328,400,000 歐元。於二零一六年九月三十日，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 90,400,000 歐元，而於二零一六年三月三十一日的借貸總額為 88,900,000 歐元。

投資活動

截至二零一六年九月三十日止六個月投資活動所用的現金淨額為 24,800,000 歐元，較去年同期的 33,600,000 歐元減少 8,800,000 歐元。減少主要與工廠有關，標誌工廠為期三年的擴展及去年的倉庫改善計劃的結束。

期內的資本開支主要與下列各項有關：

- 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 14,400,000 歐元；
- 添置資訊科技軟件、硬件、設備及重新設計網頁所用的 4,200,000 歐元；及
- 購買機器及設備至工廠、倉庫及附屬公司辦公室及其他所用的 4,400,000 歐元。

融資活動

截至二零一六年九月三十日止六個月，融資活動導致流出淨額 6,100,000 歐元。而去年同期，則產生現金流入淨額 300,000 歐元。兩個期間附屬公司所須現金均維持穩定。本年度的流出淨額主要由於二零一六年在六月及七月購回 7,300,000 歐元的股份。

存貨

下表概述於所示期間的平均存貨周轉日數：

截至九月三十日止期間	二零一六年	二零一五年
平均存貨周轉日數 ⁽¹⁾	272	293

⁽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。

於二零一六年九月三十日的存貨的淨值為155,900,000歐元，較二零一五年九月三十日的163,100,000歐元減少7,200,000歐元或4.4%。存貨周轉日數減少21天，乃由於：

- 工廠原材料及半成品存貨淨減少1天；
- 工廠製成品存貨減少(於巴西及日本)，合共佔11天；
- 有利的外匯匯率影響，佔15天；

而部份由以下所抵銷：

- 迷你產品及包裝袋(「MPP」)及包裝盒存貨增加，佔3天；及因減少存貨撥備及其他而另增加3天。

應收貿易賬款

下表概述於所示期間的應收貿易賬款周轉天數：

截至九月三十日止期間	二零一六年	二零一五年
應收貿易賬款周轉天數 ⁽¹⁾	33	34

⁽¹⁾ 應收貿易賬款周轉天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。

截至二零一六年九月三十日止期間的應收貿易賬款周轉天數略為改善1天。此改善主要來自轉售分部的貢獻。

應付貿易賬款

下表概述於所示期間的應付貿易賬款天數：

截至九月三十日止期間	二零一六年	二零一五年
應付貿易賬款周轉天數 ⁽¹⁾	165	164*

⁽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。

* 由於重新分類經重列。

截至二零一六年九月三十日止期間的應付貿易賬款周轉天數增加1天，乃若干主要國家有所改善加上外匯的不利影響的最終結果。

資產負債比率

截至二零一六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改善。截至二零一六年九月三十日止六個月的資本回報率升至4.5%，而去年同期為3.6%。該增加乃主要由於期內純利增加31.7%。此外，截至二零一六年九月三十日止六個月的股權回報率為3.1%，較去年同期有所改善，主要歸因於股權擁有人應佔純利增加。由於現金淨額狀況增加，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	二零一六年 九月三十日 千歐元	二零一六年 三月三十一日 千歐元	二零一五年 九月三十日 千歐元
盈利能力			
除稅後經營溢利淨額 ⁽¹⁾	26,604	115,490	20,187
已動用資本 ⁽²⁾	587,069	519,616	566,597
已動用資本回報 ⁽³⁾	4.5%	22.2%	3.6%
股權回報 ⁽⁴⁾	3.1%	13.0%	2.6%
流動資金			
流動比率(倍) ⁽⁵⁾	3.08	3.50	2.50
速動比率(倍) ⁽⁶⁾	2.40	2.83	1.92
資本充足			
資產負債比率 ⁽⁷⁾	7.5%	7.5%	9.3%
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+外匯淨收益或虧損)×(1-實際稅率)

(2) 非流動資產-(遞延稅項負債+其他財務負債+其他非流動負債)+營運資金。應注意，營運資金不包括股息及收購付款等財務負債。

(3) 除稅後經營溢利淨額/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。於二零一六年九月三十日，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200,000歐元。於二零一六年九月三十日，未結算的遠期外匯衍生工具的名義本金額主要為26,700,000歐元等值日圓、12,800,000歐元等值人民幣、10,800,000歐元等值美元、6,600,000歐元等值英鎊、5,400,000歐元等值澳元及4,600,000歐元等值俄羅斯盧布。

股息

於二零一六年六月六日舉行的董事會會議上，董事會建議分派截至二零一六年三月三十一日止年度總末期股息每股0.0291歐元，總金額達42,600,000歐元，佔本公司股權擁有人應佔純利的38.6%。擬派付的建議末期股息金額以於二零一六年九月二十八日已發行的1,464,559,221股股份(不包括12,405,670股庫存股份)為基準。本公司股東於二零一六年九月二十八日舉行的股東週年大會上批准末期股息。股息已於二零一六年十月二十日派付。

為配合僅宣派及派付每年的末期股息的 policy，董事會不建議就截至二零一六年九月三十日止六個月的溢利作出任何分派。

結算日後事項

並無須予呈報的結算日後事項。

策略回顧

截至二零一六年九月三十日止六個月(「二零一七年財政年度上半年」)，本集團持續為其長遠增長執行其多重策略。儘管面臨多項短期挑戰，包括氣候反常，以及其他會令消費者信心低迷的事件(例如對恐怖主義的恐懼及政治上不確定性)，本集團仍然錄得顯著增長，尤其是若干發展中經濟體及其新興品牌方面的增長。

這一成果乃本集團側重在優化其全渠道擴展策略及升級其產品組合，增加品牌知名度、營銷及客戶關係管理(CRM)計劃投資以及提高運營效率方面投資的直接結果。因此，本集團仍在維持其財務表現及進一步發展其全球業務方面處於有利地位。

選擇性全渠道擴展帶來正面成果

本集團繼續透過篩選有利且具質素的地點及有前景的市場(特別是巴西、中國、日本及俄羅斯)小心管理其零售店舖網絡增長。於二零一七年財政年度上半年，本集團淨增設32間自營店舖，擴展其全球自營零售店舖網絡至共1,495間店舖。此帶動巴西及俄羅斯的當地貨幣銷售分別增長20.5%及10.6%。於期內，本集團亦於全球升級55間店舖作為其策略一部份，以透過給予人耳目一新的店舖概念及結合更多具啟發性的數碼特色與店內科技帶動更多回頭客流。

本集團全渠道策略的另一重要特點為網上推廣，以其自營電子商務網頁作先導，並與網上商城、網上合作夥伴及社交媒體平台合作(見下文「擴展中的數碼佈局及客戶關係管理(CRM)系統」)。此擴展中的網上佈局繼續作為本集團銷售的主要推動力：以直接網上銷售形式或推動實體接觸點客流量。

此策略亦為建立靈活、以客為本及優越購物體驗提供支持。其反映於本集團於法國及英國的「網上下單，到店取貨」服務，並與英國的CollectPlus合作，讓顧客可於全國5,800個報刊亭或便利店取貨或退貨。

定焦多品牌以支持增長

本集團的多品牌增長策略繼續於二零一七年財政年度上半年穩步進展。本集團的核心品牌L'Occitane en Provence繼續於主要市場的優選地點開設店舖，進一步鞏固其於全球美容市場的普及率與地位。其新興品牌(特別是Melvita及L'Occitane au Brésil)於二零一七年財政年度上半年表現良好(尤其是在日本、香港、法國及巴西市場)。本集團的法韓融合品牌Erborian亦繼續增長。

本集團的新興品牌於「輕奢」產品(價格相宜且對有眼光的消費者具吸引力的高品質、表現卓越及天然的產品)增長中市場的「甜蜜點」取得良好定位。其主張可吸引糾結於緊縮經濟狀況的顧客並為支持Melvita及L'Occitane au Brésil品牌分別在如日本及巴西市場上的表現的有力因素。

期內，本集團於全球淨開設4間Melvita店、6間L'Occitane au Brésil店及1間Erborian店。

新產品系列取得令人鼓舞的回應

本集團於研發投資繼續改良及擴大其核心品牌L'Occitane en Provence的產品範圍。於二零一七年財政年度上半年，本集團推出「金鑽蠟菊海洋活肌系列」，本集團新的面部護理系列，包括以大自然中最微細成份製成的抗衰老面霜及精華。首度推出後數個星期即取得正面回應，並有助本集團進一步將本集團於身體護理及皮膚護理市場的良好品牌識別度擴展至面部護理市場。

最近，本集團亦於歐洲所挑選的旅遊零售點推出新的香水系列「Terre de Lumière」，在具有創意且揉合戲劇性與「零售－娛樂」特色的平台以獨一無二的高規格方式展示。此乃本集團首次推出打破其傳統單一系列成份產品的特色香水，預期此特點將可吸引新顧客。

擴展中的數碼佈局及客戶關係管理系統

本集團正在投資擴展的數碼佈局(成功的結合自營電子商務網頁、使用者導向行動裝置網站、網上商城、社交媒體平台及網上客戶關係管理程式)繼續作為推動銷售增長及實體客流量的主要因素。於二零一七年財政年度上半年，其成功為其電子商務業務推出全球的桌上型及流動網頁改造計劃，加強了本集團積極進入增長中的全球網上美容市場的能力。於二零一七年財政年度上半年，本集團的電子商務業務增長6.8%。

本集團一直持續地且特別專注於深化與網上商城(如中國的天貓)的關係以普及至新興市場中的精明網上新世代消費者。本集團亦投資於融合其線上及線下客戶關係管理計劃以向現有顧客提供更好的服務並推動本集團的網上及實體銷售點的回頭客流量。

繼續投資於數碼市場及品牌知名度

本集團品牌的核心主張為可透過來自世界各地的真實故事推廣自然生活方式的絕佳產品，此概念可透過投資於數碼及品牌知名度得以繼續傳播。期內，本集團繼續創新地與社交媒體平台(包括中國的微信、日本的Line及韓國的Kakao Talk)合作，讓現有及潛在顧客可享經提升的品牌體驗並了解箇中的真實故事。

本集團亦加強與其顧客直接互動的其他方式。為進一步提升其參與度，本集團透過邀請追蹤人數甚高的美容部落客及影音部落客擔任其品牌大使，以向顧客進行「感性」品牌營銷。其亦繼續向其店內美容顧問提供極高標準的培訓以及有效銷售獎勵計劃。

本集團的數碼營銷投資亦成為店面特色，如東京新宿區的新裝修店舖，其揉合傳統購物與親歷其境且最先進的數碼技術體驗。以在視覺上與天然產品成份(如薰衣草及玫瑰)的圖像互動，本集團可藉此向顧客介紹本集團品牌的真實故事。

本集團亦投資於網上分析，包括其顧客如何使用搜尋引擎及與本集團的電子商務業務及網上商城之互動，以實現更量身打造的購物體驗及推高轉換率。

提升經營效率

本集團繼續實施其「營運藍圖」，其充分利用其供應鏈、庫存管理及其他主要功能以增加營運效率及支持毛利。其亦繼續實施管制價格及折扣策略以保護及加強本集團的品牌誠信、定位及盈利能力。

本集團最近的管理層架構重組及優化(包括委任新的首席發展官)可讓本集團探索更多增長機會及避免低效率情況，並預期可為達至優秀營運最佳績效做好準備。

認清企業社會責任的角色

本集團認清其就人類及環境而言的角色。其產品聞名於使用天然及有機成份，其全部均來源於及生產自可持續及對環境無害的方式。

本集團亦重視尋求其僱員及於天然成份來源地的社區中生活的人的利益並為其負責。本集團亦積極參與若干慈善機構及進行慈善工作。

就本集團業務道德、負責任的採購計劃及於社會責任與環境可持續性方面的良好工作的更多資料，請參閱其每年公佈的企業社會責任報告。

前景

展望二零一七年財政年度的下半年及未來的時間，本集團將繼續尋求可持續增長並矢志成為天然美容品牌的第一位。本集團的全渠道擴展計劃將維持為其活動核心，尋求更緊密地結合其網上業務及實體店舖。此外，其旨在升級其美容顧問的培訓以進一步加強其購物體驗的以客為本性質，同時亦繼續專注於透過營銷及分析擴展其數碼佈局以推動更高客流量及銷量。

本集團亦將尋求利用其新的「金鑽蠟菊海洋活肌系列」及「Terre de Lumière」香水所取得的初步成功，以提升其於面部護理及香水市場的知名度。其將尋求進一步提升其新興品牌的形象使其得以在美容市場的不同價位佔一席位。

在多間新的L'Occitane en Provence旗艦店於佛羅里達州奧蘭多迪士尼世界、巴西聖保羅伊瓜特米及紐約市世界貿易中心的開業取得成功之後，本集團對將於二零一六年十一月底完成裝修後開業的全新概念店充滿期望，其設於具標誌性的熨斗大廈，為另一間位於紐約市的店舖。

最重要的是，本集團將繼續提高其組織內的效率以向其股東實現長遠價值。

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，本公司已成立由三名本公司非執行董事組成的審核委員會（「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二零一六年九月三十日止六個月的綜合業績。

企業管治

董事會定時檢討企業管治常規，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。

於截至二零一六年九月三十日止六個月，除下文所披露者外，本公司一直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：

企業管治守則的守則條文第A.2.1條規定，主席與最高行政人員的職能須分開，且不得由一個人同時兼任。

本集團行政總裁（「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先生獲得亞太區常務董事兼董事會副主席André Hoffmann先生（於二零一六年四月十九日獲委任）以及本公司集團首席營運總監兼集團常務董事Domenico Trizio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條規定公司秘書應向主席及行政總裁匯報。本公司聯席公司秘書Karl Guénard先生（「Guénard先生」）常駐於盧森堡，須向執行董事兼本集團副總經理Thomas Levilion先生（「Levilion先生」）（主要負責監督本集團全球財務職能）匯報。本公司相信此舉屬合適，乃因Guénard先生與Levilion先生有日常緊密合作，包括處理有關企業管治事宜及其他與董事會相關事宜。本公司另一聯席公司秘書莫明慧女士（「莫女士」）常駐於香港。莫女士履行所有公司秘書的職責時與Guénard先生協調。

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(「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二零一六年九月三十日止六個月遵守標準守則。

購買、出售及贖回本公司的上市證券

於二零一六年四月一日，本公司持有8,348,170股庫存股份。於二零一七年財政年度首六個月，本公司以總金額63,272,881.46港元在香港聯合交易所有限公司(「香港聯交所」)購回合共4,057,500股股份，該等股份已於二零一六年九月二十八日轉撥為庫存股份。

於期內購回的股份詳情載列如下：

購回月份	購回的股份數目	每股已付價格		已付總代價
		最高	最低	
二零一六年六月	1,907,500	15.80 港元	13.50 港元	29,602,196.46 港元
二零一六年七月	2,150,000	16.50 港元	15.24 港元	33,670,685.00 港元

於二零一六年九月三十日，本公司持有12,405,670股庫存股份。

除上文所披露者外，於截至二零一六年九月三十日止六個月，本公司或其任何附屬公司概無購買、贖回或出售本公司任何上市證券。

一般資料

本集團截至二零一六年九月三十日止六個月的綜合財務報表已由審核委員會審閱。

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，二零一六年十一月二十九日

於本公告日期，本公司的執行董事為Reinold Geiger先生(主席兼行政總裁)、André Hoffmann先生(副主席兼亞太區常務董事)、Domenico Trizio先生(集團常務董事)、Thomas Levilion先生(集團財務及行政管理部副總經理)及Karl Guénard先生(聯席公司秘書)，本公司非執行董事為Martial Lopez先生及本公司獨立非執行董事為Valérie Bernis女士、Charles Mark Broadley先生、Pierre 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。