

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.

1, rue du Fort Rheinsheim L-2419 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)

截至二零一二年九月三十日止六個月期間 中期業績公佈

摘要

- 本集團銷售淨額為449,200,000歐元，較截至二零一一年九月三十日止六個月增加21.9%
- 增長主要受美國、香港、俄羅斯及中國所帶動
- 相同店舖銷售增長為2.6%
- 截至二零一二年九月三十日止六個月新開設57間自營店(去年同期為56間)，不包括收購分銷商
- 經營溢利增長27.9%至41,900,000歐元及經營溢利率上升至9.3%
- 期內溢利為34,500,000歐元及溢利率為7.7%

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」) 截至二零一二年九月三十日止期間的合併中期業績連同截至二零一一年九月三十日止期間的比較數字。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

截至九月三十日止期間	附註	二零一二年 千歐元	二零一一年 千歐元	變動 百分比
銷售淨額	2	449,227	368,494	21.9
銷售成本		(80,437)	(65,213)	23.3
毛利		368,790	303,281	21.6
佔銷售淨額百分比		82.1%	82.3%	不適用
分銷開支		(225,490)	(180,328)	25.0
營銷開支		(50,203)	(43,400)	15.7
研發開支		(3,545)	(3,061)	15.8
一般及行政開支		(47,669)	(43,897)	8.6
其他(虧損)/收益－淨額	3	(27)	123	不適用
經營溢利	4	41,856	32,718	27.9
財務成本－淨額	5	(1,272)	(234)	不適用
滙兌收益/(虧損)		(2,915)	(2,492)	17.0
除所得稅前溢利		37,669	29,992	25.6
所得稅開支	6	(3,157)	(197)	不適用
期內溢利		34,512	29,795	15.8
下列人士應佔：				
本公司權益擁有人		33,668	28,952	16.3
非控股權益		844	843	0.1
總計		34,512	29,795	15.8
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	0.023	0.020	16.8
攤薄	7	0.023	0.020	16.8
計算每股盈利所用股份數目				
基本		1,470,309,391	1,476,964,891	-0.5
攤薄		1,470,309,391	1,476,964,891	-0.5

合併資產負債表

	附註	於二零一二年 九月三十日 千歐元	於二零一二年 三月三十一日 千歐元
資產			
物業、廠房及設備淨額		143,110	120,787
商譽		114,648	106,747
無形資產淨值		57,949	54,923
遞延所得稅資產		55,390	41,972
可供出售財務資產		49	49
其他非流動應收款項		28,268	25,582
非流動資產		399,414	350,060
存貨淨額	9	148,330	126,410
應收貿易賬款淨額	10	87,316	76,747
其他流動資產		59,911	48,471
衍生金融工具		202	1,006
現金及現金等價物		292,029	308,303
流動資產		587,788	560,937
總資產		987,202	910,997
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		(4,853)	(5,463)
保留盈利		266,859	268,495
權益擁有人應佔股本及儲備		649,166	650,192
非控股權益		2,803	5,075
總權益		651,969	655,267
借貸		86,015	64,816
遞延所得稅負債		1,120	1,948
衍生金融工具		—	360
其他財務負債		13,129	8,404
其他非流動負債		16,005	14,418
非流動負債		116,269	89,946
應付貿易賬款	11	98,972	84,528
薪金、工資、相關社交項目及其他稅項負債		47,701	47,328
流動所得稅負債		12,412	17,945
借貸		6,922	4,425
其他流動負債		47,203	8,156
衍生金融工具		1,944	164
其他負債及費用撥備		3,810	3,238
流動負債		218,964	165,784
權益及負債總額		987,202	910,997
流動資產淨值		368,824	395,153
總資產減流動負債		768,238	745,213

合併財務報表附註

1. 編製基準

本集團截至二零一二年九月三十日止六個月期間的合併中期財務資料乃按國際會計準則第34號「中期財務報告」編製。合併中期財務資料應與按國際會計準則委員會頒布的國際財務報告準則編製的截至二零一二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二零一二年三月三十一日止年度的年度合併財務報表採用者一致，惟在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。

本集團於二零一二年四月一日開始的財政期間首次生效的經修訂準則及詮釋不會對簡明合併財務報表有任何重大影響。

本公司於聯營公司或合營公司並無任何投資。

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本集團產品。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本集團產品。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%

九月三十日

二零一一年

	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	269,905	98,588	—	368,494
所佔百分比	73.2%	26.8%	—	100.0%
毛利	238,649	64,632	—	303,281
佔銷售百分比	88.4%	65.6%	—	82.3%
分銷開支	(141,584)	(15,871)	(22,873)	(180,328)
營銷開支	(21,807)	(2,753)	(18,840)	(43,400)
研發開支	—	—	(3,061)	(3,061)
一般及行政開支	(1,178)	—	(42,719)	(43,897)
其他(虧損)/收益淨額	478	—	(355)	123
經營溢利	74,558	46,008	(87,848)	32,718
佔銷售百分比	27.6%	46.7%	—	8.9%

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	二零一二年		二零一一年	
	總計 千歐元	所佔 百分比	總計 千歐元	所佔 百分比
日本	104,193	23.2%	91,020	24.7%
美國	50,887	11.3%	38,697	10.5%
香港 ⁽¹⁾	47,205	10.5%	35,333	9.6%
法國	36,271	8.1%	35,085	9.5%
中國	26,703	5.9%	19,084	5.2%
盧森堡	25,932	5.8%	21,472	5.8%
英國	23,514	5.2%	17,740	4.8%
巴西	20,118	4.5%	19,259	5.2%
俄羅斯	19,938	4.4%	14,459	3.9%
台灣	14,582	3.2%	12,389	3.4%
其他國家	79,884	17.8%	63,956	17.4%
銷售淨額	<u>449,227</u>	<u>100%</u>	<u>368,494</u>	<u>100%</u>

(1) 包括澳門的銷售。

3. 出售資產溢利/(虧損)淨額

九月三十日	二零一二年 千歐元	二零一一年 千歐元
出售資產的溢利/(虧損)淨額	<u>(163)</u>	<u>371</u>

4. 折舊、攤銷及減值

經營溢利已扣除及(計入)下列項目：

九月三十日	二零一二年 千歐元	二零一一年 千歐元
折舊、攤銷及減值	<u>19,724</u>	<u>16,419</u>

5. 財務成本淨額

九月三十日	二零一二年 千歐元	二零一一年 千歐元
現金及現金等價物利息	1,255	1,625
衍生工具公平值收益	—	—
財務收入	<u>1,255</u>	<u>1,625</u>
利息開支	(2,480)	(1,721)
衍生工具公平值虧損	(47)	(138)
財務成本	<u>(2,527)</u>	<u>(1,859)</u>
財務成本淨額	<u>(1,272)</u>	<u>(234)</u>

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	二零一二年 千歐元	二零一一年 千歐元
除所得稅前溢利	37,669	29,992
按盧森堡企業稅率(於二零一二年九月三十日 及二零一一年九月三十日分別為28.59%及28.80%)計算所得稅	(10,770)	(8,638)
外國不同稅率的影響	10,428	11,339
未確認稅項資產的影響	(2,067)	(1,819)
不可扣稅開支	(507)	(449)
未分派稅項盈利的影響	(241)	(630)
所得稅開支	<u>(3,157)</u>	<u>(197)</u>

合併財務報表附註(續)

7. 每股盈利

每股基本及攤薄盈利乃以截至二零一二年九月三十日止期間本公司權益擁有人應佔溢利33,668,000歐元(截至二零一一年九月三十日止期間則為28,952,000歐元)以及截至二零一二年九月三十日止期間及截至二零一一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股及1,476,964,891股為基準計算。並無有關購股權的潛在普通股的攤薄效應。

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二零一二年九月三十日止期間的股息。

9. 存貨淨額

存貨淨額包括以下各項：

	二零一二年 九月三十日 千歐元	二零一二年 三月三十一日 千歐元	二零一一年 九月三十日 千歐元
原材料及供應物料	23,700	24,248	22,610
製成品及在製品	138,639	111,658	117,868
存貨總額	162,339	135,906	140,478
減撥備	(14,009)	(9,496)	(8,485)
存貨淨額	<u>148,330</u>	<u>126,410</u>	<u>131,993</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：

	二零一二年 九月三十日 千歐元	二零一二年 三月三十一日 千歐元	二零一一年 九月三十日 千歐元
即期及逾期3個月內	85,275	75,064	63,662
逾期3至6個月	1,243	959	1,160
逾期6至12個月	324	329	647
逾期超過12個月	474	395	355
應收貿易賬款淨額	<u>87,316</u>	<u>76,747</u>	<u>65,824</u>

本集團向終端客戶進行的銷售為零售銷售，且並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

各結算日應付貿易賬款自到期日的賬齡分析如下：

	二零一二年 九月三十日 千歐元	二零一二年 三月三十一日 千歐元	二零一一年 九月三十日 千歐元
即期及逾期3個月內	97,809	84,175	75,380
逾期3至6個月	1,086	335	345
逾期6至12個月	77	18	162
逾期超過12個月	—	—	84
應付貿易賬款淨額	<u>98,972</u>	<u>84,528</u>	<u>75,971</u>

管理層討論與分析

概要：

截至九月三十日止期間	二零一二年 百萬歐元 或百分比	二零一一年 百萬歐元 或百分比
銷售淨額	449.2	368.5
經營溢利	41.9	32.7
期間溢利	34.5	29.8
毛利率	82.1%	82.3%
經營溢利率	9.3%	8.9%
溢利率	7.7%	8.1%

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。

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及網上銷售淨額。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)聖誕假期節日之前並在該假期的期間，銷售額顯著增加。截至二零一一年九月三十日止期間內，銷售額佔截至二零一二年三月三十一日止年度銷售額的40.3%，而經營溢利佔截至二零一二年三月三十一日止年度經營溢利的21.5%。該比率不能代表二零一三年的年度業績。

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節日增加的銷售及推出新產品。

收益分析

截至二零一二年九月三十日止期間，銷售淨額為449,200,000歐元，較截至二零一一年九月三十日止期間增加80,700,000歐元，增幅為21.9%，此乃反映本公司所有業務分部及地區的銷售淨額錄得增長。截至二零一二年九月三十日止期間，撇除外匯換算影響，本公司的直銷及轉售業務分部的銷售淨額分別佔總銷售淨額73.8%及26.2%，分別增加13.7%及13.1%。撇除外匯換算影響，銷售淨額增加13.5%。

本公司增加出售本公司產品的零售點總數，由二零一二年三月三十一日的2,082間增加至二零一二年九月三十日的2,218間。同樣地，本公司淨增加自營零售店數目，由二零一二年三月三十一日的1,053間增加至二零一二年九月三十日的1,120間，即增加67間自營L'Occitane及Melvita店，包括於亞洲增設25間、於歐洲增設32間及於美洲增設10間。撇除外匯換算影響，截至二零一二年九月三十日止期間的可比較店舖銷售佔整體增長12.4%，而期內不可比較店舖銷售佔整體增長60.1%，及本公司轉售分部佔整體增長的26.0%。

香港、美國、俄羅斯、中國及其他國家乃推動截至二零一二年九月三十日止期間銷售淨額增長的主要因素。

業務分部

下表載列截至二零一二年九月三十日止期間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	61,483	22.8%	13.7%	74.0%
可比較店舖	25,060	10.7%	2.6%	12.4%
不可比較店舖	35,063	112.9%	96.4%	60.1%
其他 ⁽¹⁾	1,360	25.9%	14.8%	1.6%
轉售	19,250	19.5%	13.1%	26.0%
整體增長	80,733	21.9%	13.5%	100.0%

(1) 包括郵購及其他銷售。

(2) 撇除外匯換算影響。

直銷分部

直銷銷售淨額增幅為13.7%，撇除外匯換算影響，主要涉及不可比較店舖，而二零一一年四月一日至二零一二年九月三十日期間淨增設225間自營店舖。截至二零一二年九月三十日止六個月內，我們淨增設67間自營店舖，包括於中國及俄羅斯各淨增設9間；於日本淨增設5間；於巴西淨增設4間；於英國及美國各淨增設3間；於香港及台灣各淨增設1間及於其他國家淨增設22間。此外，本公司於二零一二年七月收購我們在愛爾蘭的分銷商後增設10間店舖。撇除是次收購，與截至二零一一年九月三十日止六個月內淨增設56間店舖比較，我們淨增設57間店舖，惟本公司因於二零一一年八月收購我們在馬來西亞的分銷商而增設16間店舖除外。截至二零一二年九月三十日止期間，本公司自營零售店及網上銷售的銷售淨額佔整體增長72.4%，不可比較店舖貢獻60.1%的增長，而可比較店舖及網上銷售則貢獻12.4%的增長。在全球經濟放緩的情況下，我們的相同店舖銷售增長降至2.6%。截至二零一一年九月三十日止期間，該比率為6.1%。此增加乃由銷售交易平均值小幅增長加上交易量增加所帶動。

轉售分部

撇除外匯換算影響，轉售分部於截至二零一二年九月三十日止期間較截至二零一一年九月三十日止期間增長13.1%，主要由於旅遊零售客戶銷售增加22.6%。該增加已因私人標籤銷售的計劃減少而部分抵銷。

地區

下表呈列按地區劃分截至二零一二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)：

	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	13,173	14.5	1.3	2.4
香港 ⁽²⁾	11,872	33.6	18.7	13.2
中國	7,619	39.9	22.7	8.7
台灣	2,193	17.7	7.5	1.9
法國	1,186	3.4	3.4	2.4
英國	5,774	32.5	20.5	7.3
美國	12,190	31.5	16.9	13.1
巴西	859	4.5	14.8	5.7
俄羅斯	5,479	37.9	35.0	10.2
其他國家 ⁽³⁾	20,387	23.9	20.5	35.1
所有國家	80,733	21.9	13.5	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：

	零售店數目				整體增長百分比 ⁽¹⁾⁽²⁾			
	二零一二年 年初至九月		二零一一年 年初至九月		不可 比較店舖	可比較店舖 及電子商貿	所有店舖及 電子商貿	相同店舖 銷售增長 ⁽²⁾
	二零一二年 九月三十日	期間 新開設	二零一一年 九月三十日	期間 新開設				
日本 ⁽³⁾	95	5	87	4	8.8	(8.6)	0.1	(6.5)
香港 ⁽⁴⁾	30	1	23	1	6.0	1.4	7.3	7.0
中國	102	9	85	14	6.1	1.8	8.0	6.8
台灣 ⁽⁵⁾	63	1	56	4	1.9	(0.8)	1.1	(4.3)
法國 ⁽⁶⁾	66	—	63	(3)	0.9	1.6	2.5	4.8
英國 ⁽⁷⁾	60	3	55	7	2.5	2.3	4.9	9.7
美國 ⁽⁸⁾	173	3	168	1	4.1	7.6	11.6	11.7
巴西	67	4	53	7	5.1	(0.4)	4.7	(1.2)
俄羅斯 ⁽⁹⁾	85	9	61	4	5.3	3.1	8.4	13.8
其他國家 ⁽¹⁰⁾	379	32	316	33	19.4	4.4	23.8	4.6
所有國家	1,120	67	967	72	60.1	12.4	72.4	2.6

(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) 包括於二零一一年九月三十日及二零一二年九月三十日的分別4間及10間Melvita店。

(4) 包括在澳門的1間L'Occitane店及包括於二零一一年九月三十日及二零一二年九月三十日在香港的分別4間及9間Melvita店。

(5) 包括於二零一一年九月三十日及二零一二年九月三十日的分別5間及9間Melvita店。

(6) 包括於二零一一年九月三十日及二零一二年九月三十日的4間Melvita店。

(7) 包括於二零一一年九月三十日及二零一二年九月三十日的2間Melvita店。

(8) 包括於二零一一年九月三十日及二零一二年九月三十日的分別3間及2間Melvita店。

(9) 包括於二零一一年九月三十日及二零一二年九月三十日的分別6間及8間Melvita店。

(10) 包括於二零一一年九月三十日及二零一二年九月三十日的分別4間及10間Melvita店。

日本

於截至二零一二年九月三十日止期間，日本的銷售淨額較截至二零一一年九月三十日止期間增加1.3%，佔整體增長的2.4%。該增長主要是由於本公司網上及轉售業務的發展。在經濟及消信心尤其疲弱的環境下，相同店舖銷售增長減少6.5%，此乃由於交易量減少所致。這被不可比較店舖銷售所完全抵銷，自二零一一年四月起淨增設12間店舖，其中截至二零一二年九月三十日止六個月新開設5間店舖。不可比較店舖銷售對整體增長貢獻8.8%。我們於日本的網上及郵購銷售按年增長9.4%。

香港

香港的銷售額按當地貨幣計算的增長為18.7%，佔整體增長的13.2%。直銷分部對整體增長貢獻7.3%，主要是來自不可比較店舖的6.0%及可比較店舖的1.4%。可比較店舖增長7.0%，並受部分相食及翻新效應所影響。撇除有關效應，相同店舖銷售增長為19.0%，此強勁表現是由於二零一二年財政年度同期可比較店舖銷售錄得較高基數35.6%。轉售銷售按當地貨幣計算的增長為13.8%，是由於我們在亞洲的旅遊零售銷售表現理想。

中國

本公司在主要國家當中中國錄得第二快的增長，按當地貨幣計算的增長為22.7%。可比較店舖銷售及不可比較店舖銷售分別為本公司整體增長貢獻1.8%及6.1%。不可比較店舖銷售受自二零一一年四月一日起新開設31間店舖(包括於回顧期間新開設9間店舖)所推動。相同店舖銷售增長為6.8%，而去年同期為17.3%，反映在疲軟經濟中仍取得平穩表現。中國的總銷售淨額亦受益於我們的批發業務的健康發展，轉售分部為本公司整體增長貢獻0.7%。

台灣

台灣的銷售淨額按當地貨幣計算增加7.5%。同時，可比較店舖銷售減少4.3%，是由於當地需求放緩，這被不可比較店舖銷售為我們的整體增長貢獻1.9%所完全抵銷。我們的轉售分部銷售增加34.7%，主要受分銷商及企業對企業業務的積極發展所帶動。

法國

憑藉L'Occitane及Melvita可比較店舖的良好表現及我們的電子商務銷售大幅增長50.6%，法國的銷售淨額增長3.4%，主要由於相同店舖銷售錄得4.8%的健康增長，為我們的整體增長貢獻1.6%。我們的轉售分部因企業發起終止銷售第三方品牌產品而小幅下降0.4%。我們批發客戶及特許經銷商的需求疲弱，是由於彼等傾向限制存貨，但這因百貨店的強勁發展而被抵銷。我們的銷售受益於本年度九月至十月推出L'Occitane蠟菊面部護膚系列的電視廣告節目。該節目亦將於即將到來節假日配合我們的銷售。

英國

憑藉我們所有業務的均衡貢獻，我們繼續在英國錄得強勁增長。於直銷分部內，可比較店舖及電子商務為我們的整體增長貢獻2.3%，相同店舖銷售增長為9.7%，而不可比較店舖及轉售分部為我們的整體增長分別貢獻2.5%及2.4%。零售銷售受到倫敦奧運會的負面影響，導致相同店舖銷售增長較本財政年度第一季度小幅下降。轉售業務增長受批發業務業績理想及向一名電視銷售營運商增加銷售所帶動。

美國

美國的銷售淨額按當地貨幣計算增長了16.9%，主要得益於直銷分部業務增加，可比較店舖銷售額增長11.7%，佔整體增長7.6%。這是透過交易量及平均交易值增加的均衡組合以及網上銷售的持續強勁表現(增長26.8%)而實現。由於我們於二零一一年四月一日至二零一二年九月三十日止期間內新開設6間店舖，其中於回顧期間內新開設3間，不可比較店舖銷售為我們的整體增長貢獻4.1%。我們於二零一一年年底在紐約開設的兩間大型時尚生活零售概念店，表現繼續超出我們的預期。轉售分部的銷售為我們的整體增長貢獻1.5%，主要由於我們向批發客戶及百貨店的銷售增加26.3%。

巴西

在經濟疲軟及國內消費疲弱的環境下，巴西的銷售額按當地貨幣計算增長了14.8%，為整體增長貢獻了5.7%。此增長主要受不可比較店舖所帶動，由於我們於二零一一年四月一日至二零一二年九月三十日止期間內新開設21間店舖，其中於回顧期間內新開設4間，其為整體增長貢獻了5.1%。我們的相同店舖銷售增長較預期為弱，錄得負1.2%，部分原因在於里約熱內盧及聖保羅等城市的部分相食效應。撇除有關效應，相同店舖銷售增長為負0.7%。直銷分部受益於水療中心銷售額強勁增長，其為整體增長貢獻了0.5%。

俄羅斯

俄羅斯是本公司的主要國家中增長最快的國家，按當地貨幣計算銷售額增長35.0%。這主要受不可比較店舖銷售增長所帶動，由於我們於過去18個月新開設28間店舖(包括於回顧期間內新開設9間店舖)，不可比較店舖銷售對整體增長貢獻5.3%。在較全球大部分其他地區經濟更為強勁的環境下，於截至二零一二年九月三十日止期間可比較店舖銷售增長13.8%，而截至二零一一年九月三十日止期間為7.2%。其亦受益於網上銷售取得49.8%的驕人增長及去年實施客戶關係管理工具。轉售銷售額增長23.6%，對整體增長貢獻為1.2%，乃由於我們發展批發業務並在莫斯科及聖彼得堡以外城市向分銷商進行銷售所致。

其他國家

其他國家的銷售淨額按當地貨幣計算增長20.5%。直銷分部為本公司整體增長貢獻23.9%。憑藉相同店舖銷售增長4.6%，可比較店舖銷售佔本公司整體增長的4.4%。不可比較店舖銷售因我們的店舖網絡擴展而為整體增長貢獻19.4%。於回顧期間，我們於其他國家增加32間零售店：其中韓國7間、德國5間、意大利3間及加拿大與西班牙各2間，及我們因在愛爾蘭收購本公司分銷商而在愛爾蘭新增10間。於韓國、德國、西班牙、加拿大及意大利的銷售額分別增長23.7%、24.3%、8.1%、19.7%及24.6%，撇除外匯換算的影響。由於對旅遊零售客戶及分銷商的銷售增加，轉售銷售增長17.0%，為本公司的整體增長貢獻11.2%。

盈利能力分析

銷售成本及毛利

截至二零一二年九月三十日止期間，銷售成本較截至二零一一年九月三十日止期間增加15,200,000歐元至80,400,000歐元，增幅為23.3%。截至二零一二年九月三十日止期間，毛利率減至82.1%，微降0.2個百分點。毛利率減少主要反映下列各項：

- 迷你產品及包裝袋(「MPPs」)的成本，佔1.4個百分點，該項成本於截至二零一一年九月三十日止期間確認為營銷開支。不計此項變動，毛利率增長1.2個百分點；
- 有利貨幣影響，佔銷售淨額1.2個百分點；
- 有利的價格及產品組合完全抵銷生產成本的增幅，佔0.1個淨百分點；
- 渠道組合改善的影響，此乃因我們直銷分部的銷售於截至二零一二年九月三十日止期間相對於其他分部的銷售增加。此為不太有利的國家組合所部分抵銷。該等組合影響的淨影響為正0.1個百分點；及
- 因季節性而對我們的交付作出的調整，對運費及關稅產生負面影響及其他影響佔0.2個百分點。

分銷開支

截至二零一二年九月三十日止期間，分銷開支較截至二零一一年九月三十日止期間增加45,200,000歐元至225,500,000歐元，增幅為25.0%。截至二零一二年九月三十日止期間，分銷開支佔銷售淨額的百分比增至50.2%，較截至二零一一年九月三十日止期間增加1.3個百分點。此增加乃由於下列各項：

- 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0.6個百分點；
- 不利的渠道及國家組合影響佔0.3個百分點；
- 因設立新的國際及歐洲倉庫造成的一次性成本及其他不利的非經常性影響，佔0.3個百分點；
- 我們的建築及建設團隊由一般及行政開支重新分類至分銷，佔0.2個百分點；

部分為以下項目所平衡：

- 貨幣的正面影響及其他影響，佔0.1個百分點。

營銷開支

截至二零一二年九月三十日止期間，營銷開支較截至二零一一年九月三十日止期間增加6,800,000歐元至50,200,000歐元，增幅為15.7%。截至二零一二年九月三十日止期間，本公司的營銷開支佔銷售淨額的百分比增加至11.2%，較截至二零一一年九月三十日止期間減少0.6個百分點。該減少乃由於下列各項：

- MPPs的成本重新分類至銷售成本的一次性影響，佔1.4個百分點的可利影響；
- 不利的非經常性影響，佔1.2個百分點，主要與我們去年確認MPPs存貨時錄得的一次性收益有關；
- 特別是對業務營銷及廣告的投資，佔0.5個百分點。然而，於下半年將調整若干通信及媒體投資，將更貼近假期。與截至二零一一年九月三十日止期間相比，此相當於正面影響0.6個百分點；及
- 充分利用我們的營銷架構，佔0.3個百分點。

研發開支

於截至二零一二年九月三十日止期間，研究及開發(「研發」)開支較截至二零一一年九月三十日止期間增加500,000歐元至3,500,000歐元，增幅為15.8%，主要因為就我們新的細分品牌開發產品。研發開支佔銷售淨額的百分比於截至二零一二年九月三十日止期間與截至二零一一年九月三十日止期間相比保持穩定，為0.8%。

一般及行政開支

截至二零一二年九月三十日止期間，一般及行政開支較截至二零一一年九月三十日止期間增加3,800,000歐元至47,700,000歐元，增幅為8.6%，而佔銷售淨額則減少1.3個百分點。該佔銷售淨額的百分比減少是由於：

- 匯率的有利影響，佔0.4個百分點；
- 我們的現有架構對銷售額增加的槓桿影響，佔0.5個百分點；
- 我們的建築及建設團隊重新分類至分銷開支，佔0.2個百分點；及
- 非經常性因素及其他有利影響因素，佔0.2個百分點。

經營溢利

截至二零一二年九月三十日止期間，經營溢利較截至二零一一年九月三十日止期間增加9,100,000歐元至41,900,000歐元，增幅為27.9%，而本公司的經營溢利率增加至9.3%，增幅為佔銷售淨額0.4個百分點。經營溢利率增加乃由於下列各項：

- 有利的匯率影響，佔2.1個百分點；
- 不利的非經常性因素，主要為去年同期的一次性收益，佔1.3個百分點；
- 投資於未來銷售增長及其他影響(扣除調整)，佔0.9個百分點；
- 不利的組合影響，佔0.4個百分點，乃因我們不同品牌、渠道及國家的銷售增長所致；及
- 充分利用我們的現有架構，佔0.9個百分點。

財務成本淨額

截至二零一二年九月三十日止期間，財務成本淨額較截至二零一一年九月三十日止期間增加1,000,000歐元至1,300,000歐元。該增加乃主要與我們的現金結餘利息較低、我們巴西附屬公司就本公司向其提供的融資支付的利息的預扣稅及與若干非控股權益的認沽期權有關的非現金項目有關。

外幣收益／虧損

我們於截至二零一二年九月三十日止期間的外幣虧損淨額為2,900,000歐元，主要由於日圓及美元的未實現虧損。

所得稅開支

截至二零一二年九月三十日止期間的實際所得稅率為8.4%，截至二零一一年九月三十日止期間為0.7%，而截至二零一零年九月三十日止期間為12.7%。有效稅率從截至二零一一年九月三十日止期間上升，主要是因最高稅率的國家的稅前溢利增加。

期內溢利

鑑於上述種種原因，截至二零一二年九月三十日止期間的期內溢利較截至二零一一年九月三十日止期間增加4,700,000歐元至34,500,000歐元，增幅為15.8%。每股基本及攤薄盈利於截至二零一二年九月三十日止期間較截至二零一一年九月三十日止期間增加16.8%。由於我們於二零一二年財政年度內購回6,655,500股股份，用於計算每股基本盈利的股份數目減少0.5%至1,470,309,391股。

資產負債表回顧

流動資金及資本資源

於二零一二年九月三十日，我們的現金及現金等價物為292,000,000歐元，於二零一二年三月三十一日則為308,300,000歐元，而於二零一一年九月三十日為255,400,000歐元。

於二零一二年九月三十日，未提取借貸融資的總額為292,500,000歐元。於二零一二年九月三十日，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92,900,000歐元，而於二零一二年三月三十一日的借貸總額為69,200,000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

截至二零一二年九月三十日止期間投資活動所用的現金淨額為48,700,000歐元，而截至二零一一年九月三十日止期間則為52,700,000歐元，即減少4,000,000歐元。這反映主要有關以下各項的資本開支：

- 收購愛爾蘭分銷商及收購Erborian品牌擁有人Symbiose Cosmetics France的50.14%股本。兩項收購共計4,600,000歐元，而去年同期支出了22,200,000歐元，主要用於收購馬來西亞分銷商及瑞士及韓國聯屬公司的非控股權益；
- 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17,200,000歐元；
- 添置資訊科技軟件及設備所用的5,300,000歐元，包括實施SAP作為我們的企業資源規劃系統所用的3,200,000歐元；及
- 添置機器、設備、施工、配件及我們的其他工廠、研發及倉儲設施所用的18,800,000歐元。其中17,700,000歐元正用於馬諾斯克設施。

融資活動

截至二零一二年九月三十日止期間融資活動所得的現金淨額為19,700,000歐元，而截至二零一一年九月三十日止期間融資活動所得的現金則為9,600,000歐元，回顧期間所產生現金淨額主要反映以下各項：

- 如上文所討論，銀行借貸淨增加；及
- 向附屬公司非控股權益支付股息合共3,100,000歐元。

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	二零一二年	二零一一年
平均存貨周轉日數 ⁽¹⁾	312	326

⁽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。

由於季節性因素，我們的存貨通常於九月前後達到頂峰，從截至二零一一年九月三十日的132,000,000歐元增加16,300,000歐元至二零一二年九月三十日的148,300,000歐元。存貨周轉天數縮短14天乃主要由於：

- 製成品存貨周轉天數縮短14天，法國、日本、美國及巴西等主要國家尤為明顯；
- 我們工廠內的大部分原材料、部件及在製品均有數量基本保持穩定的存貨，對存貨周轉天數產生積極影響，使之縮短11天；及

這些有利因素綜合在一起，完全抵銷了：

- 不利匯率及其他影響3天；及
- 於二零一一年九月三十日確認MPPs存貨的一次性影響8天。

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	二零一二年	二零一一年
應收貿易賬款周轉日數 ⁽¹⁾	33	31

⁽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。

截至二零一二年九月三十日止期間應收貿易賬款周轉日數較截至二零一一年九月三十日止期間增加2日，主要由於在中國、韓國及香港的百貨公司發展直銷銷售及在巴西的延遲信用卡付款所致。

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	二零一二年	二零一一年
應付貿易賬款周轉日數 ⁽¹⁾	208	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。

在過去的通訊中，我們披露過的應付貿易賬款周轉天數的計算方法為根據採購總額而非銷售成本計算。管理層認為，按銷售成本計算應付貿易賬款周轉天數可以更好的瞭解本公司運營資金的整體狀況，且有意在今後披露及評論此項比率。

根據採購總額，二零一二年九月三十日的應付貿易賬款周轉天數為67天，而二零一一年九月三十日為61天。採購總額乃從總經營成本及開支扣除僱員福利、折舊及撥備變動後估計。

由截至二零一一年九月三十日止期間至截至二零一二年九月三十日止期間，平均應付貿易賬款增加17,500,000歐元，而根據銷售成本計算的應付貿易賬款周轉天數保持不變。

資產負債比率

我們的資本回報及股權回報率通常受我們的季節性所影響。該等比率於截至二零一二年九月三十日與截至二零一一年九月三十日相比有所上升，乃由於期間的除稅後經營溢利及溢利淨額增加18.8%，而我們所用的資本及權益每期增加9.1%。我們所用資金增加是因我們的資本開支及營運資金增加。我們的權益由二零一一年九月三十日至二零一二年九月三十日增加83,100,000歐元，主要由於合期內我們的溢利所致，該增加已因我們就二零一二年財政年度派付股息而部分抵銷。由於我們的高淨現金狀況，我們的流動資金及資本充足比率仍然非常可觀。

截至有關日期止期間	二零一二年 九月三十日 千歐元	二零一二年 三月三十一日 千歐元	二零一一年 九月三十日 千歐元
盈利能力			
除稅後經營溢利淨額(NOPAT) ⁽¹⁾	35,677	124,045	30,027
所用資本 ⁽²⁾	452,877	416,070	393,075
所用資本回報(ROCE) ⁽³⁾	7.9%	29.8%	7.6%
股權回報(ROE) ⁽⁴⁾	5.2%	18.6%	5.1%
流動資金			
流動比率(倍) ⁽⁵⁾	2.68	3.38	2.84
速動比率(倍) ⁽⁶⁾	2.01	2.62	2.10
資本充足			
資產負債比率 ⁽⁷⁾	9.4%	7.6%	9.5%
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

本公司訂立遠期外匯合約，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。於二零一二年九月三十日，根據國際財務報告準則的公平市場估值規定，本公司有遠期外匯合約的外匯衍生負債淨額為1,600,000歐元。於二零一二年九月三十日，未結算的遠期外匯衍生工具的名義本金額主要為30,400,000歐元等值日圓、6,300,000歐元等值新加坡元、1,800,000歐元等值美元及1,500,000歐元等值澳元。

利率風險管理

本公司訂立利率衍生工具合約，以管理利率波動對長期借貸利率的風險。於二零一二年九月三十日，本公司的利率衍生工具負債為200,000歐元。於二零一二年九月三十日，未結算的利率衍生工具的名義本金額為18,200,000歐元。

股息

於二零一二年六月十八日，董事會建議就普通股派付每股0.0247歐元的股息，相當於股息總額36,300,000歐元，或本公司權益擁有人應佔溢利的30%，以截至二零一二年三月三十一日可供分派儲備246,500,000歐元派付有關股息。股東已於二零一二年九月二十六日舉行的會議上批准該股息。股息已於二零一二年十月二十四日派付。

結算日後事項

於二零一二年十月二十六日，本公司根據於二零一零年九月三十日採納的本公司購股權計劃授出3,406,680份購股權。所授出購股權的行使價為23.60港元。該等購股權可於二零一六年十月二十六日至二零二零年十月二十六日止期間行使。

於二零一二年十月二十六日，本公司根據於二零一零年九月三十日採納的本公司無償股份計劃授出1,952,680股無償股份。該等無償股份將於二零一六年十月二十六日歸屬。

於二零一二年七月，法國稅務部門開始對L'Occitane SA就截至二零零九年三月、二零一零年三月及二零一一年三月止年度提交的報稅表進行審核。截至本公佈日期，並無就該項審核的結果得出結論。

於二零一二年十月，本集團已就二零零八年、二零零九年及二零一零年收到巴西稅務部門的重新評稅結果4,900,000歐元。經諮詢外聘律師後，本集團認為有關風險並不重大。

策略回顧及前景

期內活動概要：

儘管全球經濟環境充滿挑戰，但以當地貨幣計算，大部分國家均可取得強勁增長，而本集團的整體經營溢利率亦錄得增長。若不計外幣換算影響，按銷售淨額增長計算，俄羅斯及中國的市場表現最佳，分別達35.0%及22.7%。香港、英國及美國等成熟市場亦持續作出貢獻並維持穩定增長，銷售淨額均錄得兩位數的強勁增長，分別為18.7%、20.5%及16.9%。

全球零售擴張策略已令本集團進一步鞏固其在業界的領先地位。本公司透過在全球多個市場新設店鋪及開展大量翻新工程實現持續擴張。截至二零一二年九月三十日止六個月，本公司已將自營零售店總數增加至1,120間。於截至二零一二年九月三十日止六個月，本集團新設自營店鋪57間，其中不包括因收購本公司於愛爾蘭的分銷商而增加的10間店鋪。

本集團不斷進行投資，並增加用於新設店鋪及翻新大量店鋪方面的資本開支。我們在進一步開發本身零售網絡這方面的努力體現在收購本集團於愛爾蘭的分銷商及於瑞典設立北歐分部。

我們為日後發展而投入額外資源進一步加強我們的業務平台，我們同時注重優秀人才及管理層員工需求，以推動本集團更上一層樓。我們已透過實施僱員挽留策略、增聘高層要以鞏固現有管理層團隊及落實本集團繼任規劃計劃等措施來加大人力資源管理力度。

在我們精英管理層團隊的一致支持下，我們維持直接市場推廣、數碼、廣告、研發及國際管理的推廣力度。

數碼在線渠道仍為本集團的重中之重及增長動力，因此本集團已透過增加在數碼媒體方面的投資增加對此渠道的開支分配以壯大我們的網上業務，而我們的電子商務已取得強勁發展。在若干主要市場，我們已開始修建先進的客戶關係管理設施以協助我們從數字渠道中提取價值，這亦與我們本身的零售業務相輔相成。

我們繼續我們的投資計劃以改善我們的經營基礎設施業務平台，這主要透過分配資源改善我們的供應鏈及資訊科技系統實現。

我們在馬諾斯克建有一個新物流平台及一個新中央倉庫，已於本年度的四月份啟用，我們亦增加一個歐洲分銷中心。與此同時，我們開始對馬諾斯克主廠房進行擴張及重建，其中包括用以提升我們的產能的投資。該項一筆過投資佔我們本財政年度資本開支的很大部分。

SAP在香港的成功引入及順利整合顯示，SAP的實施維持正常。此外，我們預期我們的新集團銷售點系統CBR將進一步推廣，這對我們的業務經營十分重要。由於我們預期SAP及CBR將進一步推廣及整合，我們期待未來數年能夠受益於生產率及效率提升所帶來的好處。

關於品牌方面的最新情況，我們繼續致力於我們在Melvita的長期投資及為提升Melvita的表現而努力不懈。作為本集團新五年業務規劃的一部分，我們現在採取積極措施提升本集團品牌組合中的所有品牌的表現，這可從增聘策略性要負當中體現。

於本年度的七月份，本集團的品牌組合迎來新增品牌Erborian，該品牌為法－韓護膚系列，以韓國草藥及醫學為基礎。此項近期進行的收購事項顯示，本集團致力於開發及零售富含天然及有機成分、且原產地可追查的優質產品，並愛護環境。此項收購符合我們將本集團打造及發展成為以天然及有機成分為基礎的化妝品及個人護理產品領域的全球領導者的整體公司策略。

整體而言，本公司於二零一三年財政年度上半年錄得的業績表現說明我們的業務模式適應能力強，並彰顯了我們可持續增長的往績記錄。

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，努力提高品牌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人力資源開發。

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翻新我們在主要市場的店鋪。在當前充滿挑戰的市場環境下，本集團已顯示出強大的適應能力，並會繼續締造、擴大和開拓戰略性收購商機，以進一步鞏固在行業中的領先地位。

從經營角度而言，我們會繼續努力改善我們的供應鏈管理。我們目前正在重新設計和擴展馬諾斯克主廠房，並預期於本財政年度年底前推出第三期新馬諾斯克國際倉庫。

在IT系統升級方面，我們將繼續在其他國家實施和推出我們的SAP核心模式。目前，我們處於為我們的廠房開發SAP系統的後期階段，而我們計劃於下一個財政年度推出該系統。我們正在美國及日本等其他主要市場推出SAP模式，並正努力在該等市場為其做整合準備。

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維持其銷售增長，同時改善同店銷售增長並提升不可比較店鋪的銷售。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二零一二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。

於截至二零一二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。董事會設有三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。

本公司聯席公司秘書 Sylvie Duvieusart-Marquant 女士須向本集團副總經理 Thomas Levilion (主要負責監督本集團全球財務職能) 匯報。本公司相信此舉屬合適，乃因 Sylvie Duvieusart-Marquant 女士與 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。本公司駐香港的另一聯席公司秘書蔡義慶先生乃向本公司亞太財務總監 Aidan Goddard 先生匯報。本公司相信此舉屬合適，乃因 Goddard 先生亦駐於香港，與 Levilion 先生常有緊密合作。蔡先生亦於履行其作為聯席公司秘書的職責時與 Duvieusart Marquant 女士協調。

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。經向全體董事作出具體查詢後，全體董事確認已於截至二零一二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

本集團截至二零一二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。

董事會

於本公佈日期，本公司董事為：

執行董事

Reinold Geiger (主席兼行政總裁)

Emmanuel Laurent Jacques Osti (常務董事)

André Joseph Hoffmann (亞太區常務董事)

Domenico Trizio (行政總裁)

Thomas Levilion (集團財務及行政管理部副總經理)

非執行董事

Karl Guenard

Martial Thierry Lopez

Pierre Maurice Georges Milet

獨立非執行董事

Charles Mark Broadley

Susan Saltzbarth Kilsby

吳植森

承董事會命

L'Occitane International S.A.

主席

Reinold Geiger

香港，二零一二年十一月二十七日