



Chiffre d'affaires 2006 : 14,3 M€

Forte croissance sur les marchés stratégiques Repositionnement sur les marchés américains et anglais Perspective de doublement des résultats en 2006

Paris, le 7 février 2007 –Lamarthe publie ce jour son chiffre d'affaires consolidé pour l'exercice 2006.

En milliers d'euros	2006	2005	Variation %
France	5,67	5,00	+ 13,4
Espagne	5,63	4,94	+ 14,0
Autres marchés export	2,00	1,74	+ 14,9
USA + UK	0,96	2,48	- 61,3
Total consolidé	14,26	14,16	+ 0,7

Le chiffre d'affaires consolidé 2006 s'établit à 14,26 M€. La progression de l'activité globale (+ 0,7 %) ne reflète pas pleinement les très bons résultats du groupe sur l'ensemble de ses marchés, suite à l'impact d'un repositionnement stratégique accéléré sur les marchés américains et anglais.

Activité en France et en Espagne : + 13,7 %

Lamarthe enregistre une très forte progression de son activité (+ 13,7%) sur ses deux grands marchés stratégiques, la France et l'Espagne.

Le chiffre d'affaires réalisé **en France** sur l'exercice 2006 s'élève à 5,67 M€ contre 5,0 M€ en 2005, **en hausse de 13,4 %**. L'ensemble du réseau de distribution (boutiques, détaillants multimarques, grands magasins) est en progression sur le territoire national. Les ventes enregistrées dans la boutique exclusive de l'avenue de l'Opéra, ouverte en août 2006 et le nouveau corner du Printemps Haussmann ouvert en juillet confirment l'attrait des nouvelles collections développées par le groupe.

En Espagne, le chiffre d'affaires 2006 de Lamarthe s'établit à 5,63 M€ contre 4,94 M€ en 2005, soit **une hausse de 14,0 %**. Cette croissance est réalisée de surcroît en tenant compte du décalage de l'ouverture de la deuxième boutique exclusive de Madrid, prévue initialement en novembre 2006, intervenue début janvier 2007.

Activité à l'export : impact d'un repositionnement stratégique

Le chiffre d'affaires à l'export s'élève à 2,96 M€ et s'inscrit en recul de -29,9 % par rapport à 2005.

Cette évolution tient compte des **effets défavorables du repositionnement de la marque sur les marchés américains et anglais**. La stratégie de montée en gamme et de hausse du prix moyen du Groupe, plus marquée sur ces marchés que sur les autres zones géographiques, a eu pour effet l'arrêt de la distribution dans certains réseaux de distribution insuffisamment haut de gamme. Parallèlement Lamarthe a recherché de nouveaux partenaires, sans finaliser d'accords pour la distribution de la saison automne/hiver 2006.

Sur les autres marchés export et notamment les cibles prioritaires du groupe en Europe – Italie et Allemagne – **le niveau d'activité est conforme aux objectifs internes du Groupe**. La croissance ressort à **+ 14,9%**. Sur le grand export, la collection automne/hiver 2006 a connu un franc succès auprès de la clientèle russe et des Emirats Arabes Unis, deux pays à fort potentiel sur le marché du luxe. La



marque est également présente dans de nouveaux pays tels que Singapour, le Panama, la Slovénie et les Pays-Bas.

2006 : une année consacrée à la construction du socle de la croissance

L'année 2006 a été marquée par la poursuite de la mise en œuvre du programme de positionnement et de développement de la marque pour les années futures avec notamment :

- **l'introduction en Bourse sur Alternext d'Euronext Paris qui a permis de lever 6,02 M€,**
- **le lancement d'une nouvelle stratégie de communication** visant à renforcer la visibilité de la marque et sa notoriété,
- **le développement du réseau de boutiques à l'enseigne** et la signature d'accords de distribution à l'international,
- **la montée en puissance de l'usine de Roumanie** et la poursuite de l'amélioration de la rentabilité dégagée,
- **la signature d'un nouveau contrat de distribution avec LeSportsac.**

Dans ce contexte, la société envisage le doublement de sa rentabilité d'exploitation et de sa marge nette en 2006.

Perspectives 2007

Compte tenu des signaux très positifs enregistrés sur le carnet de commandes de la collection printemps-été 2007, des effets significatifs d'une hausse du prix moyen et du plan de développement mis en œuvre en 2006, la direction de Lamarthe est confiante quant à la progression de son chiffre d'affaires en 2007.

Les résultats annuels 2006 seront présentés dans le cadre d'une réunion SFAF, le 3 avril 2007 à 11h30

A propos de Lamarthe :

Créée en 1930, Lamarthe conçoit, fabrique et assure la distribution d'articles et accessoires de maroquinerie haut de gamme. Lamarthe propose des lignes de produits créatifs et modernes (sacs à main et accessoires) à destination d'une clientèle essentiellement féminine.

Dotée d'une vocation résolument internationale, la société est présente dans plus de 25 pays dans le monde, ses deux premiers marchés étant la France et l'Espagne. Le Groupe possède un bureau de style en Italie, une filiale en Espagne, ainsi que son propre outil de production en Roumanie.

Lamarthe distribue ses produits aux travers de boutiques exclusives en France et en Espagne, et s'appuie à l'international sur des points de vente sélectifs dans les Grands Magasins et les détaillants multimarques.

Plus d'informations sur le site www.lamarthe-finance.com

Contacts :

LAMARTHE

Mario Gardini

Président Directeur Général

Diane Lepel Cointet

Directrice marketing et communication

ACTUS

Agnès Villeret

Relations Analystes / Investisseurs

01 53 67 36 39 / avilleret@actus.fr

Agnès Gilbert / Relations Presse

01 53 67 36 33 / 06 84 61 30 71 / agilbert@actus.fr