



Résultats au 30 juin 2008

Paris, le 29 octobre 2008 - Lamarthe, groupe de maroquinerie positionné sur le segment du luxe accessible, publie ce jour ses résultats pour les 6 premiers mois de l'exercice 2008.

<i>En milliers d'euros</i>	30 juin 2008	30 juin 2007	31 décembre 2007 Rappel
Chiffre d'affaires	7 760	7 589	16 274
Résultat d'exploitation	-1 221	174	89
Résultat courant avant impôt	- 1 413	-92	-555
Résultat net part du groupe	-926	-133	- 410

Chiffre d'affaires : croissance de 2,6%

A l'issue du premier semestre 2008, le chiffre d'affaires du groupe Lamarthe s'élève à 7,8 M€, en progression de 2,6% par rapport aux 6 premiers mois de l'exercice 2007.

Cette progression s'appuie sur la forte hausse des ventes LeSportsac (1,3M€ à fin juin 2008 contre 0,4M€ un an plus tôt) dont les facturations avaient démarré au mois d'avril 2007. Le chiffre d'affaires de cette marque sera plus élevé au 1^{er} semestre 2008 que sur la 2^{ème} moitié de l'année du fait de la typologie des produits plus adaptée à la saison estivale.

Les ventes de la marque emblématique, Lamarthe, sont en baisse de 10%, pénalisées par la mutation toujours en cours du réseau de distribution, ainsi que par les ventes hors France et Espagne.

Le chiffre d'affaires du groupe affiche des performances contrastées entre les différentes zones géographiques où il est présent. Alors que les ventes en France progressent de 2,7%, les ventes du groupe en Espagne, second marché, sont en repli de 1,3% en raison de la forte dégradation du contexte économique sur ce territoire. Dans le reste du monde, les ventes du groupe sont en progression de 1,3%.

Résultats : impact du repositionnement du groupe

Le résultat d'exploitation du groupe s'inscrit en net repli par rapport à l'année précédente et s'élève à -1,2 M€. Les charges de personnel augmentent de 12% par rapport à fin juin 2007 et traduisent le renforcement de la structure de production en Roumanie et l'ouverture de la nouvelle boutique de la rue des Rosiers. Le montant des achats consommés augmente de 41%, reflétant la hausse significative de la contribution des ventes de LeSportsac aux ventes du groupe.

Perspectives

Le secteur de la maroquinerie souffre actuellement de la conjoncture économique et d'une visibilité fortement réduite. Lamarthe constate depuis deux semestres un retard sur ses volumes de ventes, lié à un repositionnement rapide de la marque emblématique du groupe.



A compter de la saison automne-hiver 2008, environ 30% de la production Lamarthe est sous-traité en Chine, ce qui devrait contribuer à terme à l'amélioration des marges même si des décalages de livraison ont été constatés sur cette première collection.

Afin d'accroître la flexibilité de sa structure et d'améliorer son BFR, le Groupe envisage de recentrer son organisation sur sa valeur ajoutée (le style, le marketing, les ventes) et passer d'une structure essentiellement à coûts fixes à une structure à coûts variables. Ainsi, le Groupe est actuellement en négociations avancées avec un partenaire industriel afin de réorganiser sa chaîne logistique et sous-traiter une partie de ses activités de production. Cette restructuration doit permettre d'accroître sa marge de manœuvre dans un environnement qui semble se durcir.

Pour la saison Printemps-Eté 2009, le groupe diversifie son offre produits et lance sa première collection de chaussures, développée en partenariat avec Mima (Kallisté et Un Dimanche à Venise) dans le respect des valeurs intrinsèques de Lamarthe : qualité, féminité, créativité. Ces chaussures complètent la ligne de sacs « L », dont Stéphane Verdino, nouveau directeur artistique de Lamarthe est à l'origine. Actuellement en cours de présentation, cette collection bénéficie d'un accueil favorable.

A plus court terme, afin de dynamiser ses ventes et d'animer ses boutiques, le Groupe a lancé en octobre une offre de gants assortis à ses sacs, en partenariat avec Agnelle. Pour les fêtes de fin d'année, Lamarthe proposera également une gamme de bijoux, en collaboration avec Jen Mood.

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, 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 au 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
Relations Analystes / Investisseurs
Nathalie Boumendil
01 53 67 35 74 / nboumendil@actus.fr

Relations Presse
Coralie Vogt
01 53 67 35 79 / cvogt@actus.fr
Anne-Catherine Bonjour
01 53 67 36 93 / acbonjour@actus.fr