



Paris, le 25 mars 2009 – 8h00

BARBARA BUI

Résultat opérationnel : 2,44 M€

Résultat opérationnel hors Faubourg Saint Honoré : 3,24 M€

Résultat net : 1,59 M€

Résultats annuels 2008

En M€	2008	2007	Var
Chiffre d'affaires	37,36	33,78	+ 11%
Marge brute	20,64	18,98	+ 9%
Résultat opérationnel	2,44	3,04	- 20%
Taux de marge opérationnelle	6%	9%	
Résultat net	1,59	1,90	- 16%
Taux de marge nette	4,3%	5,6%	
Résultat net part du Groupe	1,59	1,90	

Maison de luxe parisienne BARBARA BUI captive par un style pur et incisif pour une femme à l'élégance contemporaine et raffinée.

Les lignes de vêtements et accessoires BARBARA BUI ont un positionnement unique et incontournable dans l'univers du luxe.

Les collections sont diffusées dans les boutiques BARBARA BUI implantées à Paris, Milan, New York, Moscou et Séoul et via un réseau de points de vente multimarques sélectifs en France et à l'étranger.

Un rythme de croissance maintenu

Pour l'ensemble de l'exercice 2008, le Groupe BARBARA BUI enregistre un chiffre d'affaires de 37,4 millions d'euros, en progression de 11% par rapport à l'exercice précédent. Malgré un environnement économique et financier particulièrement perturbé en fin d'année, le Groupe a maintenu son rythme d'activité et réalise ainsi une 4^{ème} année consécutive de croissance.

L'activité Boutiques en propre affiche une croissance régulière, avec un chiffre d'affaires de 12,2 millions d'euros en progression de 2%. Le ralentissement sensible de l'activité Boutiques au 4^{ème} trimestre 2008 a été compensé par le bon comportement de la Boutique du Faubourg Saint Honoré dès son ouverture.

Le chiffre d'affaires de l'activité Diffusion enregistre de bons résultats en hausse de 15% à 25,2 millions d'euros, fortement portés par l'international.

La marque BARBARA BUI s'appuie sur un bon niveau des ventes du prêt-à-porter (+7%) et sur la confirmation d'une progression des accessoires, Chaussures et Sacs, en croissance de 21%.

Un taux de marge brute de 55,2%

La marge brute s'élève à 20,64 millions d'euros, soit 55,2% du chiffre d'affaires contre 56,2% en 2007. Le taux de marge brute baisse d'un point en raison de la forte progression de l'activité Diffusion, moins génératrice de marge brute que l'activité Boutiques. Le mix produits contribue également à la baisse, les accessoires progressant plus vite que le prêt-à-porter.

Un résultat opérationnel hors Faubourg Saint Honoré de 3,24 M€

Les dépenses engagées pour la Boutique du Faubourg avant son ouverture, notamment en terme de loyer, ont significativement impacté la rentabilité du Groupe.

Toutefois, les premiers mois d'exploitation de cette nouvelle Boutique sont satisfaisants et font apparaître un résultat opérationnel proche de l'équilibre malgré un environnement économique particulièrement difficile.

Hors impact du Faubourg, le résultat opérationnel Groupe est de 3,24 millions d'euros soit un maintien du taux de marge opérationnelle à 9%.

Le résultat net Groupe, également pénalisé, est en repli de 16% à 1,59 million d'euros contre 1,90 million d'euros en 2007.

Une structure bilancielle solide

Le Groupe dispose d'une structure financière solide avec :

- des capitaux propres en augmentation à 10,75 millions d'euros qui atteignent 46% du total du bilan,
- une marge brute d'autofinancement de 2,25 millions d'euros,
- une trésorerie disponible de 4 millions d'euros, toujours supérieure aux dettes financières.

Le Conseil d'Administration proposera au vote de la prochaine Assemblée générale un dividende de 0,17 €/action.

Stratégie et perspectives

Dans un contexte de marché fortement dégradé, le Groupe estime que le chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2009 devrait afficher une baisse d'environ 17%.

Ce début d'année a fortement été impacté par un mois de février très difficile en Boutiques. Dans le même temps, les facturations Printemps-Eté 2009 habituellement concentrées sur le 1^{er} trimestre, s'étaleront cette saison de décembre 2008 à avril 2009.

La tendance du carnet de commandes de la collection Automne-Hiver 2009 est en repli de 28% à période comparable, particulièrement affectée par une crise économique à l'international sans précédent. La Direction du Groupe a d'ailleurs entrepris une politique rigoureuse pour maîtriser ses encours clients sur les zones à risque.

Afin de préserver ses fondamentaux économiques, le Groupe a décidé d'optimiser l'ensemble de ses dépenses opérationnelles et de temporiser ses investissements. En parallèle, le Groupe a également entamé une réflexion sur les points de vente les moins rentables.

Malgré le ralentissement d'activité auquel sont confrontées les entreprises du secteur, le Groupe BARBARA BUI dispose de véritables atouts pour la reprise. La créativité de la marque BARBARA BUI, la renommée de ses produits et la performance de son service client, sont le fruit de 25 années d'expérience au service de la qualité et du savoir faire.

BARBARA BUI annoncera son chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2009 le 23 avril 2009.