

# ULRIC DE VARENS

*Créateur de Parfums*

## Résultats semestriels 2010

- Chiffre d'affaires stabilisé
- Développement de nouveaux circuits sélectifs
- Confirmation d'une reprise de la croissance en 2010

M€ – IFRS – au 30 juin <sup>(1)</sup>	S1 2010	S1 2009
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>15,17</b>	15,19
<b>Marge brute</b>	<b>8,55</b>	8,57
<i>Taux de marge brute</i>	<b>56,4%</b>	56,4%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>0,08</b>	1,10
<b>Résultat net consolidé</b>	<b>0,10</b>	0,82
<b>Résultat net global</b>	<b>0,21</b>	0,83
<i>Dont part du Groupe</i>	<b>0,10</b>	0,53

(1) Les comptes ont fait l'objet d'un examen limité des commissaires aux comptes

### Stabilisation de l'activité

Sur le 1<sup>er</sup> semestre 2010, Ulric de Varens enregistre un chiffre d'affaires de 15,17 M€, stable par rapport au 1<sup>er</sup> semestre de l'exercice précédent.

Après plusieurs semestres de baisse d'activité, le Groupe récolte depuis le début de l'année les premiers fruits de sa réorganisation.

En France, le chiffre d'affaires ressort en croissance de 4,3% par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2009, avec le développement du réseau boutiques et le maintien de l'activité en GMS.

A l'International, malgré la progression notable des ventes dans les réseaux sélectifs, le Groupe enregistre un chiffre d'affaires semestriel en légère baisse de 1,1%, en raison principalement des difficultés de la filiale espagnole qui subit les effets d'un environnement dégradé.

### Maîtrise de la marge brute

La concentration du Groupe sur ses activités les plus rentables lui a permis de maintenir dès le 1<sup>er</sup> semestre son taux de marge brute à 56,4%.

Dans un contexte de création de nouvelles boutiques au second semestre 2009 et de développement de l'image de la marque, l'augmentation des charges fixes et des frais de publicité a pesé sur le résultat opérationnel courant semestriel, qui ressort à 0,08 M€ contre 1,10 M€ en 2009.

Le résultat net Global s'établit à 0,21 M€ contre 0,83 M€ au 1<sup>er</sup> semestre de l'exercice précédent.

### Un bilan qui demeure sain

Au 30 juin 2010, les capitaux propres s'élèvent à 22 M€ et l'endettement net demeure très faible (0,9 M€).

La trésorerie ressort à près de 1 M€ contre 4,2 M€ au 31 décembre 2010 suite à la prise de contrôle à 100% par le Groupe de sa filiale allemande, fer de lance de ses ventes à l'Export.

## Les nouvelles étapes de la politique de marque Ulric de Varens

Après avoir mis en place son réseau de 22 boutiques en propre, véritable vitrine du repositionnement de la marque, Ulric de Varens entend développer de nouveaux marchés.

Son approche de marque fondée sur un concept fort – Création, Sélectivité et Prix doux- converge aujourd'hui avec les nouveaux besoins des réseaux de distribution en attente de produits « plaisirs ». Dans ce cadre, le Groupe a déjà amorcé de nouveaux développements :

- A l'Export, le chiffre d'affaires généré par les gammes sélectives de la marque est en croissance soutenue.
- En France, Ulric de Varens fait son entrée dans l'univers Beauté des pharmacies, soucieuses d'améliorer leur mix-produit et de développer un chiffre d'affaires additionnel. Des gammes de produits « plaisirs » à prix doux centrées sur les lignes de bains, les eaux mixtes hydratantes et les parfums pour la maison sont en cours de référencement dans de grandes pharmacies. Avec pour objectif de couvrir un nombre important de magasins d'ici un an, le Groupe s'appuie sur un véritable relais de croissance pour développer sa marque dans le sélectif.

Parallèlement à ces avancées significatives, les enseignes de la GMS préparent leur mutation : face à la concurrence des enseignes spécialisées et à la baisse de leur fréquentation, les enseignes de la grande distribution souhaitent passer d'un modèle « généraliste » à celui de « multi-spécialiste » pour réintroduire la notion de plaisir dans l'acte d'achat.

Fort de sa nouvelle politique de marque, de ses nouvelles gammes de parfums et de ses positions historiques dans les circuits GMS, Ulric de Varens s'affiche comme un partenaire de référence pour accompagner cette nouvelle orientation.

Les efforts entrepris pour développer une politique de marque amènent ainsi le Groupe à franchir aujourd'hui de nouvelles étapes de développement.

## Perspectives

La bonne orientation de la stratégie en GMS et dans le sélectif, conjuguée aux lancements d'opérations commerciales spécifiques dans les boutiques au cours du 2<sup>ème</sup> semestre, conduisent Ulric de Varens à confirmer son objectif d'un retour à la croissance de son chiffre d'affaires en 2010.

**Prochaine publication** : Chiffre d'affaires 3<sup>ème</sup> trimestre : le 3 novembre 2010

---

**Pour en savoir plus sur Ulric de Varens et ses créations : [www.ulric-de-varens.com](http://www.ulric-de-varens.com)**

ISIN FR0000079980-UDV Reuters ULRC.PA Bloomberg ULDV  
Les titres Ulric de Varens sont cotés sur NYSE Euronext C

---

## Contacts

### ULRIC DE VARENS

Marijana AVRAMOVIC  
Tél : 01 56 90 32 32  
Mail : [m.avramovic@ulric-de-varens.com](mailto:m.avramovic@ulric-de-varens.com)



Communication financière  
Gilles BROQUELET  
Tel : 01 80 81 5000  
[gbroquelet@capvalue.fr](mailto:gbroquelet@capvalue.fr)