

Paris, le 16 mars 2009, à 18H15

Résultats annuels 2008

- Une année 2008 d'investissements et d'opération exceptionnels
- Une structure de bilan très solide avec une trésorerie nette de 17,2 M€
- Une contribution des mobiles de luxe attendue en 2009

2008 a été une année atypique pour ModeLabs Group, marquée par des coûts significatifs d'industrialisation et de mise sur le marché des premiers mobiles de luxe et par des pertes exceptionnelles liées à la cession de ModeLabs technologies (ex Innovi). L'activité Distribution accroît ses bénéfices notamment grâce à un 4ème trimestre 2008 particulièrement dynamique.

La Groupe dispose d'une trésorerie nette largement excédentaire qui lui permet de poursuivre le déroulement de sa stratégie.

Comptes consolidés IFRS audités (M€)	2008	2007 Retraité*	2007 Publié	Var. 08/07 retraité
Chiffre d'affaires	182,2(1)	193,2 (1)	202,0	5,7%
Marge brute	26,1	29,6	31,6	-11,8%
<i>En % du chiffre d'affaires</i>	<i>14,3%</i>	<i>15,3%</i>	<i>15,6%</i>	
Coûts des opérations	-28,0	-24,7	28,6	13,4%
Résultat opérationnel courant	-1,9	4,9	3,0	-
Elements non récurrents	-4,1	-0,8	0,9	-
Résultat opérationnel (EBIT)	-6,0	4,1	2,1	-
Résultat opérationnel des activités cédées	-3,5	-1,9		-
Autres Impacts sur résultat des activités cédées	-24,8	-0,1		-
Impôt	3,3	-1,5		
Résultat net	-31,6	0,5	0,5	-
Trésorerie nette	17,2	18,8	18,8	29,7%

* Reclassement des activités ModeLabs Technologies en activités cédées : l'activité de ModeLabs technologies est reprise sur la ligne du résultat des activités cédées. Le chiffre d'affaires présenté ainsi que les autres agrégats sont donc nets de ModeLabs technologies.

Marge brute

ModeLabs Group réalise en 2008 un chiffre d'affaires consolidé de 182,2 M € (1) qui dégage un taux de marge brute de 14,3% contre 15,3 % en 2007 retraité. Cette contraction provient d'une réduction ponctuelle de l'activité manufacture au profit des développements dans le domaine du luxe.

(1) Cf. Présentation de l'impact des activités cédées sur le chiffre d'affaires.

Résultat opérationnel

Le résultat opérationnel ressort déficitaire à – 6M€ compte-tenu des coûts de mise en place nécessaires au démarrage de l'activité luxe sur 2008.

Résultat net

Le résultat net 2008 de – 31,6 M€ a été impacté par les coûts issus de la cession de ModeLabs technologies (ex Innovi) pour 28,3 M€.

Le Groupe a enregistré un crédit d'impôt de 3,3 M€ suite à ces résultats déficitaires.

Activité manufacture : non représentative car concentrée sur le lancement des premiers mobiles de luxe

ModeLabs manufacture enregistre un chiffre d'affaires de 16,3 M€, en baisse de 14,8 % par rapport à l'exercice 2007, et un résultat opérationnel déficitaire de 12,4 M€.

Concentré sur le luxe, ModeLabs manufacture a, en contrepartie, limité à 5 le nombre de lancements des mobiles Lifestyle contre 7 en 2007. Une décision qui a temporairement affectée la marge brute et la rentabilité de cette activité.

Le très grand succès du mobile MTV 3.3 développé en partenariat avec SFR a conduit le Groupe à lancer une nouvelle version dans la même année, le MTV 3.4. Une réussite qui doit aboutir sur de nouveaux lancements en 2009 avec l'opérateur télécoms français.

D'importants efforts d'investissements ont été engagés dans le domaine du luxe. Après 3 années de développement, 2008 fut l'année du lancement commercial des premiers mobiles de luxe au niveau mondial. Ce choix stratégique a généré d'importants frais de lancements marketing et de mises en place commerciales. La montée en puissance progressive de l'industrialisation a entraîné par ailleurs 4,1 M€ de coûts non-récurrents.

Ces développements, qui doivent tirer à terme la rentabilité du Groupe, ont été confortés par l'important succès des premières ventes des produits TAG Heuer et Dior.

Activité distribution : progression des résultats

Fort d'un niveau de ventes soutenues au 4^{ème} trimestre 2008 après un 3^{ème} trimestre qui avait marqué le retour à la croissance, ModeLabs distribution fait progresser de 0,7 % son chiffre d'affaires⁽¹⁾ qui atteint 165,9 M€ en 2008. La marge opérationnelle de l'activité est aussi en hausse à 4,1 % contre 3,7 % en 2007.

Cette performance dans un contexte particulièrement difficile a été principalement portée par un réseau de distribution large et équilibrée qui conforte la position de leader en France et le renforcement des partenariats avec nos différents partenaires.

(1) Cf. Présentation de l'impact des activités cédées sur le chiffre d'affaires.

Cession de l'activité Bluetooth déficitaire avec un impact négatif exceptionnel sur les résultats

Confronté à un manque de visibilité sur un marché Bluetooth très concurrentiel et durablement dégradé, ModeLabs Group a décidé de céder au quatrième trimestre 2008 sa filiale déficitaire, ModeLabs technologies (ex Innovi Technologies Ltd) acquise en 2006. Elle regroupait les activités de conception et de distribution de produits Bluetooth. ModeLabs Group conserve les seules compétences nécessaires au développement de produits Bluetooth pour les mobiles de luxe.

Cette opération engendre une perte globale de 28,3 M€ : 3,5 M€ au titre du résultat opérationnel 2008 et 24,8 M€ correspondant pour l'essentiel à la sortie de l'écart d'acquisition. Cette déconsolidation n'a pas eu d'impact sur la trésorerie. La disparition du foyer de pertes que représentait ModeLabs Technologies va permettre au Groupe une économie annuelle de charges de 4 à 5 M€ dès 2009.

Par ailleurs, ModeLabs peut ainsi concentrer ses investissements sur le développement de l'activité manufacture, notamment sur les produits de luxe, véritable relais de croissance du Groupe.

Une structure bilancielle saine avec une trésorerie nette de 17,2 M€

Avec 60 M€ de capitaux propres et une trésorerie nette de 17,2 M€, ModeLabs Group continue au 31 décembre 2008 de bénéficier d'une structure bilancielle solide, permettant de financer les développements futurs.

2009 l'année du luxe et de nouveaux développements produits et marques

Malgré un environnement difficile, le marché émergent du mobile de luxe garde son potentiel intact grâce à la rareté des produits.

La bonne orientation des carnets de commandes, la montée en puissance de la production des mobiles de luxe et le déploiement du réseau mondial de ModeLabs doivent permettre une première contribution significative de l'activité luxe au chiffre d'affaires 2009 du Groupe. Si le marché de la Distribution devrait connaître une contraction dans un contexte de crise, ModeLabs distribution – fort de son leadership - a pour objectifs de maintenir ses parts de marché et sa capacité bénéficiaire.

Stéphane Bohbot, Président du Directoire de ModeLabs Group déclare :

« Evoluant désormais sur une organisation recentrée sur ses activités rentables et stratégiques, le Groupe va poursuivre ses développements qui devraient lui permettre de lancer de nouveaux produits de luxe et de nouvelles marques internationales d'ici 2010. »

(1)Présentation de l'impact des activités cédées (ModeLabs technologies) sur le chiffre d'affaires

(en M€)	2008	2007	Var %
Activités Conception	25,4	29,0	-12,4%
Activités Distribution	162,3	161,3	0,6%
Total CA communiqué 21.01.09 à périmètre constant	187,7	190,3	-1,4%
Phonix année 2007	0	8,5	NA
ModeLabs Technologies T4 07	0	3,1	NA
Total CA communiqué 21.01.09 à périmètre courant	187,7	202,0	-7,1%
Impact des activités cédées	-5,5	-8,8	NA
Total CA après activités cédées	182,2	193,2	-5,7%

Présentation de la répartition du CA après cession de ModeLabs technologies :

(en M€)	2008	2007	Var %
Activités Manufacture	16,3	19,1	-15,0%
Activités Distribution hors Phonix	165,9	165,5	0,2%
Phonix année 2007	0	8,5	NA
Total CA après activités cedées	182,2	193,2	-5,7%

Toute l'activité de ModeLabs technologies est reprise sur la ligne du résultat des activités cédées. Le chiffre d'affaires ainsi que les autres agrégats sont nets de ModeLabs technologies.

Prochains rendez-vous

- Publication du chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2009 le jeudi 16 avril 2009

A propos de ModeLabs Group :

ModeLabs Group est le leader en conception de téléphones mobiles sur-mesure pour les grandes marques de mode et de luxe et le spécialiste de la distribution télécom. ModeLabs répond parfaitement aux besoins croissants de segmentation du marché de la téléphonie mobile en développant des produits au design différenciant. Ses deux filiales ModeLabs manufacture et ModeLabs distribution sont respectivement en charge de la conception et de la distribution.

ModeLabs manufacture accompagne les grands noms de la mode et du luxe dans leur volonté de lancer leur propre gamme de téléphones mobiles et accessoires. Présent sur l'ensemble de la chaîne de valeur, ModeLabs manufacture prend en charge la conception, le développement, le suivi de fabrication et la distribution mondiale des mobiles de luxe (TAG Heuer, Christian Dior) et de leurs accessoires à travers un réseau de distribution sélectif (concept store de la marque, boutique d'horlogerie, bijouterie, boutique de mode et grands magasins). ModeLabs manufacture répond également aux demandes spécifiques du secteur de la mode et du divertissement en développant des mobiles pour le compte de marques comme MTV, Levi's®, Hummer®, Airness et d'autres noms à venir.

ModeLabs distribution est le leader français de la distribution des accessoires de téléphonie mobile (avec 35% de parts de marché) et numéro un en distribution de téléphones mobiles (hors packs opérateur) en fournissant plus de 4000 distributeurs dont les boutiques opérateurs, les MVNOs, les grossistes, les multi-spécialistes, les spécialistes télécom, les indépendants et le e-commerce.

Avec un chiffre d'affaires de 182,2 millions d'euros en 2008 et 160 collaborateurs répartis sur les continents européen, américain et asiatique, ModeLabs Group poursuit son déploiement à l'international grâce à la différenciation et à la spécialisation de son offre sur un marché en pleine segmentation.

Modelabs Group est une société cotée sur l'Eurolist de Nyse Euronext – Paris.

Isin : FR 0010060665, Mnemo : MDL, Reuters : MDLB.PA, Bloomberg : MDL:FP
www.modelabs.com

Contacts :



Françoise Grand
Tel : + 33 1 43 12 12 12
finance@modelabs.com



Edouard Miffre/Gilles Broquelet
Tel : + 33 1 80 81 5000
emiffre@capvalue.fr
gbroquelet@capvalue.fr