

Résultats annuels 2009 : retour aux bénéfices

- Contribution croissante des mobiles de Luxe
- Leadership conforté dans la distribution
- Hausse de 15,8 % de la marge brute tirée par les deux activités
- Trésorerie nette record à 30,8 M€ (+ 13,6 M€)

Perspectives favorables

ModeLabs Group annonce pour 2009 un bénéfice net de 1,4 M€ contre une perte de (31,6) M€ en 2008. Cette performance a été portée par le recentrage sur ces deux activités stratégiques :

- Modelabs Manufacture qui a poursuivi la montée en cadence des mobiles de luxe à forte valeur ajoutée,
- Modelabs Distribution qui a conforté son leadership sur un marché temporairement affecté par la crise.

Ainsi, la stratégie de concentration sur un modèle équilibré entre une activité à fort potentiel (Manufacture) et une activité mature mais bénéficiant d'une forte position concurrentielle (Distribution) a porté ses fruits et a permis au Groupe de retrouver le chemin de la rentabilité.

Comptes consolidés IFRS* <i>en millions d'euros</i>	2009	2008
Chiffre d'affaires	177,7	182,2
Marge brute	30,2	26,1
<i>Taux de marge brute</i>	<i>17,0 %</i>	<i>14,3 %</i>
Coûts des opérations	(28,1)	(28,0)
Éléments non récurrents	(0,6)	(4,1)
Résultat opérationnel	1,5	(6,0)
Résultat financier	0,1	(0,8)
Résultat des activités abandonnées	1,2	(28,3)
Impôt	(1,4)	3,3
Résultat net	1,4	(31,6)
Trésorerie nette / (Endettement financier net)	30,8	17,2

* Non audités

Une activité dynamique en 2009 malgré un contexte sensible

ModeLabs Group a enregistré en 2009 un chiffre d'affaires de 177,7 M€ en retrait de 2,5 % par rapport à l'exercice 2008 qui présentait un effet de base défavorable lié à une opération commerciale

exceptionnelle de 18 M€ dans l'activité Distribution. Hors cet effet de base, le chiffre d'affaires 2009 est en croissance de 8,2 % par rapport à 2008.

L'activité Manufacture a connu en 2009 une hausse de 9,8 % de son chiffre d'affaires. Historiquement basée sur les mobiles LifeStyle (Fashion), cette activité est désormais concentrée sur les mobiles de Luxe qui représentent 90 % de ses ventes.

La croissance de ModeLabs manufacture s'appuie sur le succès des mobiles MERIDIIST pour TAG Heuer et DiorPhone pour Christian Dior avec le déploiement continu de son réseau mondial de distribution sélective. Comme annoncé, la montée en puissance de 2009 lui a permis de réduire ses pertes opérationnelles par deux, passant d'un EBIT de (12,0) M€ en 2008 à (6,4) M€ en 2009.

L'activité Distribution, a connu une hausse de 8,1 % de ses ventes hors effet de base défavorable en 2008. Le renforcement des partenariats avec les constructeurs, soucieux en période de crise de consolider leur lien avec les distributeurs clé, a permis à ModeLabs distribution de conforter son leadership.

Les ventes ont été tirées aussi bien par les mobiles et que par les accessoires avec un engouement particulier pour les produits dédiés à l'iPhone. Par ailleurs, ModeLabs a lancé en 2009 ModeLabs Licensing Studio afin de répondre à la demande croissante de produits co-brandés dont le marché pourrait représenter 10 % de marché global français selon certains constructeurs. La première opération associant Samsung et la marque de prêt-à-porter Zadig & Voltaire été un franc succès commercial.

L'activité a ainsi atteint un de ses meilleurs niveaux de rentabilité avec 6,0 % de taux d'EBIT contre 4,3 % en 2008, soit une progression de + 35 % de son résultat opérationnel.

Une hausse de la marge brute de 15,8 % tirée par les deux activités du Groupe

Le taux de marge brute de ModeLabs Group progresse de 15,8 % (+ 2,7 points) grâce :

- au doublement du taux de marge brute de l'activité Manufacture désormais essentiellement composée de mobiles de luxe,
- aux très bonnes performances de l'activité Distribution dont le taux de marge a progressé de 1,5 points à 15,7 %.

Un résultat net 2009 positif de 1,4 M€ contre une perte de (31,6) M€ en 2008

La progression de la marge brute et la bonne maîtrise des coûts permettent au résultat opérationnel du Groupe de redevenir positif en 2009 à 1,5 M€. Ce résultat opérationnel affichait une perte en 2008 de 6 M€ due en partie aux coûts non récurrents de démarrage de l'activité de mobiles de luxe.

Le résultat net 2009 fait ressortir un bénéfice de 1,4 M€ contre une perte en 2008 de (31,6) M€ qui découlait d'une part de la perte opérationnelle et d'autre part des coûts liés à la cession d'une filiale déficitaire.

Une trésorerie nette qui dépasse les 30 M€ fin 2009

Au 31 décembre 2009, la structure bilancielle du Groupe présente des capitaux propres de 61,8 M€ et une trésorerie nette de 30,8 M€, en progression de 13,6 M€ par rapport au 31 décembre 2008. L'optimisation de la gestion du besoin en fonds de roulement conjuguée à la génération de 7,7 M€ de marge brute d'autofinancement en 2009 a permis de renforcer le niveau de trésorerie du Groupe.

Ce bilan solide permet d'envisager avec confiance les développements futurs du Groupe.

Perspectives favorables

Grâce à sa stratégie de montée en gamme dans la Manufacture et à la bonne orientation de ses ventes dans la Distribution, ModeLabs Group est très confiant dans l'atteinte de son objectif d'un résultat 2010 en hausse par rapport 2009.

Compte tenu de la très bonne dynamique des ventes constatée sur les deux premiers mois de l'année, le Groupe anticipe une hausse à deux chiffres de son chiffre d'affaires au 1^{er} trimestre 2010.

ModeLabs manufacture compte poursuivre en 2010 l'animation de sa gamme de mobile de luxe et lancer le premier téléphone VERSACE mi 2010.

Parallèlement, l'activité Distribution qui poursuit ses efforts d'innovation notamment à travers l'enrichissement de sa gamme d'accessoires, continuera d'offrir un bon niveau de rentabilité sur un marché qui se redresse plus vite que prévu.

Prochain rendez-vous : Publication du chiffre d'affaires du 1^{er} trimestre 2010 le 14 avril 2010

A propos de ModeLabs Group :

ModeLabs Group, créateur de mobiles sur-mesure et spécialiste de la distribution de produits télécom, est un acteur de nouvelle génération du secteur de la téléphonie mobile. Il conçoit, développe et distribue de façon intégrée et flexible des téléphones mobiles, des accessoires et des services à destination d'opérateurs, de distributeurs et de marques à forte notoriété.

Ses activités sont organisées autour de 2 pôles stratégiques :

- *ModeLabs Manufacture* disposant d'expertises en conception & design et d'un savoir-faire technologique pour permettre à de grandes marques de luxe (TAG Heuer, Dior, VERSACE) de créer leur propre gamme de téléphones mobiles en assurant une distribution qualitative et sélective sur les trois continents auprès des grands magasins, fashion stores et réseau HBJO (horlogerie, bijouterie, joaillerie).
- *ModeLabs Distribution* leader et spécialiste en France de la distribution de téléphones mobiles et d'accessoires, présent sur l'ensemble des réseaux de vente : opérateurs, MVNO, grande distribution alimentaire, grande distribution spécialisée, spécialiste télécom, détaillants et site e-commerce.

**Modelabs Group est une société cotée sur l'Eurolist de Nyse Euronext – Paris. Isin : FR 0010060665,
Mnemo : MDL, Reuters : MDLB.PA, Bloomberg : MDL:FP
Pour de plus amples informations : 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