



Communiqué de presse

Paris, le 24 septembre 2009

## Résultats au 30 juin 2009 Comptes audités\*

En M€	S1.09	S1.08 <i>Proforma*</i>	%	S1.09 Estimé le 31/08/09 (Hors effet IAS38)	S1.08 Publié	%
<b>CHIFFRE D 'AFFAIRES</b>	84.7	91.5	-7.5	84.7	91.5	-7.5
Coût des produits vendus	(39.5)	(37.2)	6.3	(37.4)	(36.7)	2.1
<b>MARGE BRUTE</b>	45.1	54.3	-16.9	47.2	54.8	-13.9
Frais marketing et commerciaux	(30.5)	(32.8)	-7.2	(30.5)	(32.8)	-7.2
Frais généraux et administratifs	(10.8)	(10.8)	0.1	(10.8)	(10.8)	0.1
<b>RESULTAT OPERATIONNEL COURANT</b>	3.9	10.7	-63.7	6.0	11.2	-46.9
Autres produits et charges opérationnels	(0.4)	(0.6)	/	(0.4)	(0.6)	/
Résultat financier	(0.9)	(0.8)	-11.8	(0.9)	(0.8)	-11.8
Impôt sur les bénéfices	(0.7)	(3.3)	77.9	(1.4)	(3.5)	58.1
<b>RESULTAT NET ACTIVITES POURSUIVIES</b>	1.9	6.0	/	3.2	6.3	/
<b>RESULTAT NET – Part du groupe</b>	1.8	5.8	-68.4	3.2	6.1	-48.2

\* Les comptes proforma du premier semestre 2008 correspondent aux comptes retraités avec intégration de la nouvelle interprétation de la norme IAS 38.

**Avertissement : Le conseil d'administration de Ales Groupe a examiné les comptes au 30 juin 2009 lors de sa séance du 23 septembre, résultats qui avaient été publiés sous forme d'estimés le 31 août 2009 ; l'écart par rapport aux résultats estimés diffusés le 31/08/09 s'explique uniquement par une évolution, lors de l'arrêté des comptes semestriels, de l'interprétation de la norme IAS 38.** Cette évolution s'inscrit dans le cadre de l'affinement des estimations entre la date de diffusion des résultats estimés et celle de l'arrêté des comptes. Cette nouvelle interprétation de la norme IAS 38, applicable sur l'exercice 2009, stipule que les charges de publicité et de promotion doivent être comptabilisées lors de leur achat et non plus lors de leur consommation. Du fait d'une saisonnalité de l'approvisionnement de sa PLV et de ses échantillons différente de celle de leur consommation fixée au plan marketing annuel, il apparaît une distorsion significative de l'enregistrement des charges et des produits d'un semestre à l'autre. Cette distorsion disparaît sur une période annuelle complète.

## Rappel du communiqué du 31 août 2009 et effet de la nouvelle interprétation de la norme IAS 38.

### Activité

Le chiffre d'affaires ressort sur le premier semestre à 84.7 M€, en baisse de 7.5% par rapport à l'an dernier sur la même période.

La France s'inscrit en recul de 8% et l'International de 7%.

Cette situation est essentiellement imputable à une conjoncture économique difficile qui a affecté plus particulièrement l'activité des distributeurs à l'international et la parfumerie sélective en France. En revanche, les filiales internationales ont bien résisté, leur croissance a été de 1% sur le semestre.

### Résultats

Les actions mises en œuvre au cours du premier semestre, visant à maîtriser les coûts (adaptation des effectifs, resserrement de frais généraux, réduction de certains budgets publicitaires...); n'ont compensé que très partiellement les effets liés au repli de l'activité, sachant qu'elles ont été étalées dans le temps. De ce fait, la baisse du chiffre d'affaires a eu un impact quasi mécanique sur les résultats de la période.

La marge brute s'élève à 45.1 M€ contre 54.3 M€ au 30 juin 2008. Elle enregistre les effets conjoncturels d'une politique promotionnelle « terrain » agressive (1.7M€), d'un mix produit moins contributeur, d'une politique de réduction des stocks (1.6M€) **et de l'application sur le premier semestre de la nouvelle interprétation de la norme IAS 38 (2.0M€), ce dernier point devrait être compensé au second semestre.**

Le résultat opérationnel courant, quant à lui, passe sur le semestre de 10.7 à 3.9 M€ (-63.7%) et le résultat net de 5.8 à 1.8 M€ (-68.4%).

Il faut cependant prendre en compte un effet de base défavorable puisqu'en 2008, sur la même période, le résultat net progressait de près de 25%.

### Situation financière

Le bilan confirme sa solidité avec des capitaux propres qui s'élèvent à 89.8 M€ et un endettement net maintenu à un niveau très raisonnable (gearing de 14%).

Le fait marquant de la période est la nette diminution des stocks (en repli de 15%).

### Perspectives

Le Groupe constate une atténuation de la tendance baissière de son activité et entend de ce fait maintenir sur le second semestre les moyens de son développement. Il a ainsi pour objectif de consolider ses parts de marché en s'appuyant entre autres sur le lancement en septembre en Europe d'un nouveau soin capillaire antichute PHYTOLIUM 4.

Les résultats du premier semestre conduisent le Groupe à persévérer dans sa démarche de strict contrôle de ses charges.

---

*Alès Groupe est coté à l'Eurolist d'Euronext Paris et est intégré à l'indice CAC Small 90.  
Code ISIN FR0000054652 – Bloomberg PHYFP – Reuters PHYP.PA.*

[www.alesgroupe.com](http://www.alesgroupe.com)

#### Contacts :

*ALES GROUPE, Alexandre de Laborderie, tél : 01 34 23 50 00, [infofinancieres@alesgroupe.com](mailto:infofinancieres@alesgroupe.com)  
SHAN, Laetitia Baudon tél : 01 44 50 58 79, [laetitia.baudon@shan.fr](mailto:laetitia.baudon@shan.fr)*