



## RÉSULTATS ANNUELS 2014

- Une croissance de la marge brute de 6 points à 62%
- Retour à la rentabilité opérationnelle
- Un bénéfice net part du Groupe positif de 0,8 M€

### À propos de Barbara Bui

Maison de luxe, Barbara Bui s'impose 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 dans l'univers du luxe.

Les collections sont diffusées dans les boutiques Barbara Bui implantées à Beyrouth, Istanbul, Los Angeles, Moscou, New York, Odessa et Paris et via un réseau de points de vente multimarques sélectifs en France et à l'étranger.

Euronext Paris  
Compartiment C  
Code ISIN: FR0000062788  
Mnémono : BUI  
Eligible PEA/PME

**BARBARA BUI**  
William Halimi  
Président-Directeur Général

Mathieu Fabre  
Directeur Administratif et Financier  
Tél. 01 44 59 94 00

**ACTUS finance & communication**  
Corinne Puissant  
Analystes / investisseurs  
Tél. 01 53 67 36 77  
cpuissant@actus.fr

Alexandra Prisa  
Presse  
Tél. 01 53 67 36 90  
aprisa@actus.fr

Principaux indicateurs	2014	2013	Variation
En millions d'euros			
Chiffre d'affaires	31,36	33,21	- 1,85
Marge Brute	19,35	18,49	+0,86
Taux de marge Brute	62%	56%	+ 6 pts
Résultat opérationnel courant	0,09	-1,20	+1,29
Résultat opérationnel	0,35	0,70	- 0,35
Résultat net part du Groupe	0,80	-0,63	+1,43

Les comptes audités pour l'exercice 2014 ont été arrêtés par le Conseil d'administration du 24 mars 2015.

### BARBARA BUI RENOUE AVEC LA RENTABILITÉ OPÉRATIONNELLE

Le Groupe affiche un retour à une rentabilité opérationnelle positive et un résultat net positif de 0,8 M€ pour son exercice 2014 grâce notamment à une forte amélioration de sa marge brute et à la maîtrise de ses charges opérationnelles.

### UNE ACTIVITÉ SOUTENUE PAR LES ÉTATS-UNIS

Le chiffre d'affaires consolidé de l'exercice 2014 du groupe Barbara Bui s'est établi à 31,4 M€ en baisse de 3,7% à périmètre constant. L'évolution de l'activité ressort contrastée selon l'environnement économique des différents marchés sur lesquels la marque est présente. L'activité en Europe souffre du contexte géopolitique difficile dans les pays de l'Est alors que les activités nord-américaines affichent une croissance de 26%. En 2014, l'Amérique du Nord représente désormais 20% de l'activité contre 15% en 2013.

### UNE AMÉLIORATION SIGNIFICATIVE DE LA MARGE BRUTE +6 POINTS

Les efforts du Groupe engagés pour améliorer la marge ont permis d'enregistrer un taux de marge brute de 62% en forte amélioration de 6 points contre 56% un an auparavant. Ainsi, la marge brute 2014 s'élève à 19,3 M€ contre 18,5 M€ en 2013.

### UN RESULTAT NET POSITIF DE 0,8 M€

L'ensemble des charges opérationnelles a été parfaitement maîtrisé. Les frais de commercialisation sont stables à 17,0 M€ et les charges administratives de 2,4 M€ sont en forte réduction de l'ordre de 10%.

Le résultat opérationnel courant, en forte amélioration, atteint 0,1 M€ en 2014 contre -1,2 M€ en 2013 et le résultat opérationnel ressort à 0,3 M€.

En forte hausse, le résultat net part du Groupe (après impôts) de l'exercice 2014 est bénéficiaire à hauteur de 0,8 M€ contre une perte de 0,6 M€ en 2013.

## **UN BILAN SAIN ET UN FAIBLE ENDETTEMENT**

Sur la période, l'amélioration du résultat opérationnel courant, les cessions d'actifs et la réduction du niveau des stocks ont permis de maintenir un niveau de trésorerie disponible à hauteur de 1,5 M€ tout en réduisant la dette financière.

Au 31 décembre 2014, les dettes financières nettes s'élèvent à 0,9 M€ contre 1,5 M€ fin 2013. Avec des capitaux propres à 8,3 M€ le gearing du Groupe ressort à 10,6%.

## **DIVIDENDES**

Au titre de l'exercice 2014, la société ne versera pas de dividendes.

## **PERSPECTIVES ET STRATÉGIE**

Dans un environnement économique toujours contrasté, le Groupe estime que le chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> trimestre 2015 devrait se situer à 8,2 M€.

Ce début d'année a fortement été impacté par un mois de janvier difficile pour les boutiques parisiennes. Dans le même temps, l'activité américaine présente une progression de 3% et la boutique en ligne est en croissance de 17%. Ainsi, l'activité de la marque Barbara Bui au 1<sup>er</sup> trimestre 2015 affiche une tendance en retrait de 7% à périmètre constant.

Par ailleurs, le niveau de facturation de l'activité Wholesale est en ligne avec le carnet de commandes Printemps/Eté 2015 annoncé.

Pour la suite de l'exercice en cours, le carnet de commandes de la collection Automne/Hiver 2015 présente une tendance à 9,5 M€.

Barbara Bui reste confiant dans ses fondamentaux, sa capacité d'adaptation et sa politique de gestion rigoureuse.

Le Groupe dispose de véritables atouts : la créativité de la marque, la renommée de ses produits et la performance de son service clients sont le fruit de plus de 25 années d'expérience au service de la qualité et du savoir-faire.

## **ÉLIGIBILITÉ DES TITRES BARBARA BUI AU PEA-PME**

Barbara Bui confirme respecter les critères d'éligibilité au PEA-PME précisés par l'article D.221-113-5 du décret d'application n°2014-283 du 4 mars 2014, à savoir :

- un effectif total inférieur à 5 000 salariés ;
- un chiffre d'affaires inférieur à 1,5 milliard d'euros ou un total de bilan inférieur à 2 milliards d'euros.

En conséquence, les actions Barbara Bui peuvent pleinement être intégrées au sein des comptes PEA-PME.

## **PROCHAINS ÉVÈNEMENTS DE COMMUNICATION FINANCIÈRE**

Chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> trimestre 2015 : semaine du 20 avril 2015

Assemblée Générale : 2<sup>ème</sup> quinzaine de juin 2015

Chiffre d'affaires du 2<sup>ème</sup> trimestre 2015 : semaine du 20 juillet 2015