



RESULTATS 2006

**Résultat net : perte divisée par deux,
- 6 M€ en 2006 contre -11.8 M€ en 2005**

Les résultats audités de l'exercice 2006, arrêtés par le Directoire, ont été approuvés par le Conseil de Surveillance.

Dans un contexte marqué par une parité \$/€ très défavorable aux prix dans le marché fortement concurrencé du Sportswear et au chiffre d'affaires de DMC Creative World, réalisé en dollars (40%), le groupe DMC, avec une perte de 6 M€ contre 11.8 M€ en 2005, améliore ses résultats sans pour autant enregistrer un résultat net positif. Le groupe a pu contenir la baisse de son chiffre d'affaires à -4 % malgré la fermeture de son unité de production Sportswear aux Etats-Unis.

<i>En millions d'€ - normes IFRS</i>	2006	2005
Chiffre d'affaires	179,5	187,3
Marge d'activité/marge opérationnelle avant amortissements	4.1	3
Autres produits et charges opérationnels	(0.4)	(3,2)
Résultat net part-du-Groupe	(6,0)	(11,8)
Endettement bancaire net	19	61.6

Par activités :

Au cours de l'exercice, le groupe DMC a actualisé et adapté sa stratégie pour chacune de ses grandes activités.

- **Sportswear**

Le chiffre d'affaires a enregistré une baisse de 5% uniquement liée à la fermeture de l'usine américaine d'Orangeburg ; en effet, les productions européennes ont particulièrement bien résisté restant stables et celles en provenance du Pakistan ont progressé de 12%. Les prix de vente et le taux de marge brute en Europe de 27% restent très satisfaisants. La poursuite des efforts de gestion a pour effets de clôturer l'exercice 2006 avec une réduction des stocks de 9%, une amélioration des taux de non qualité de 10% ainsi qu'une nouvelle réduction des délais de production, éléments indispensables de fidélisation de la clientèle.

La progression insuffisante du chiffre d'affaires au Pakistan est liée à notre volonté de ne pas poursuivre le transfert de technologie sans établir préalablement des relations capitalistiques avec notre partenaire, objectif difficile compte tenu du changement récent de son actionnariat. En conséquence, DMC élargit sa recherche de partenaires capitalistiques, notamment en Inde afin de se rapprocher des grands bassins de confection asiatiques avec des unités de production à bas coûts, tout en identifiant localement de potentiels actionnaires de référence.

- **DMC Creative World**

En dépit de la baisse de son chiffre d'affaires de 5% (-4.5% aux Etats-Unis, - 8% en Europe et +10% en Asie), la marge opérationnelle a progressé de 2.5 M€ grâce à l'amélioration de la profitabilité aux Etats-Unis et en Asie, l'Europe restant stable, la rentabilité des capitaux investis de la branche atteignant le niveau satisfaisant de 20%.

Fin 2006, un vaste plan d'économies et d'améliorations des performances a été mis en place visant à fermer les centres logistiques en Espagne, au Portugal, en Italie et en Grande-Bretagne et à les rapatrier sur le site de Mulhouse devenu l'unique centre logistique mondial pour les 86 pays desservis par le Groupe.

Au cours de l'exercice, DMC Creative World a lancé de nouveaux fils : « Variation » (effet changeant), « Light effect » (fils métalliques), « Desire » (fils pour bijoux), signé des accords de licence avec « Hello Kitty », « Snoopy »,... et développé une nouvelle ligne pour enfants « DMC Junior ». Ces nouveaux produits devraient permettre de poursuivre notre pénétration de la distribution moderne (FNAC Eveil et jeux, Morrison's, Tesco, Asda, Sainsbury, Carrefour,...) et compenser pour partie la chute du commerce traditionnel en Europe.

- **Loisirs & Création**

Loisirs & Création a un chiffre d'affaires stable à 29.2 M€ mais en baisse de 8.8% à surface de vente identique liée à l'effondrement de l'univers « perles / bijoux », marché devenu sur-offert.

La chaîne qui, avec 21 magasins en France, est devenue un acteur majeur des loisirs créatifs, a lancé un vigoureux plan d'actions :

- Nomination d'un nouveau dirigeant venu de la grande distribution,
- Lancement d'un plan marketing visant à actualiser et renouveler plus fréquemment l'offre produits associée à une animation des points de vente,
- Fermeture des locaux de Rungis transférés vers les sites DMC,
- Baisse du ratio de masse salariale sur chiffre d'affaires des magasins de 2.5 points,
- Réduction des stocks de 16% malgré l'ouverture de deux nouveaux magasins à Valenciennes et au Havre.

- **Groupe**

Les négociations avec les partenaires locaux alsaciens ont permis de céder, en Février 2007, les actifs immobiliers non nécessaires à l'exploitation et de mettre en place les financements pour la rationalisation et la modernisation de l'outil de production et la réalisation du nouveau centre logistique. Cette réorganisation industrielle va contribuer à l'amélioration des résultats du Groupe dès le début 2008.

Les opérations de marché, lancées en Juillet 2006, ont permis à DMC de réduire sa dette bancaire nette de 62 M€ à 19 M€ et d'amener les capitaux permanents incluant les obligations convertibles à 23 M€, en augmentation de 35 M€.

Paris, le 19 Mars 2007
