



Résultats 1^{er} semestre 2005

Résultat net affecté par les parités monétaires et le renforcement de la concurrence asiatique

Les conditions économiques du second semestre 2004, - évolutions monétaires défavorables, accélération des exportations chinoises, déstockage de la distribution aux Etats-Unis et atonie de la consommation européenne -, se sont poursuivies au premier semestre 2005 pénalisant principalement l'activité de la branche DMC Creative World (nouvelle dénomination de la branche Loisirs Créatifs).

L'activité Sportswear, grâce à la qualité et à la créativité de ses produits, a bien résisté et **la chaîne Loisirs & Création** a poursuivi son excellent développement.

La branche DMC Creative World avec une équipe renouvelée a engagé une nouvelle stratégie marketing et commerciale.

<i>(en millions €)</i>	<i>1^{er} sem 2005</i>	<i>1^{er} sem 2004</i>
Chiffre d'Affaires	104.1	112.4
Marge d'activité/marge opérationnelle	1.9	5.9
Autres produits et charges opérationnels	(2.3)	(3.5)
Résultat opérationnel	(0.4)	2.4
Résultat net consolidé	(2.3)	(0.6)

Activité des branches

DMC Creative World

La marge opérationnelle, positive, de 1,7 M€ prend en compte la faiblesse du dollar face à l'euro, la branche réalisant 34 % de son chiffre d'affaires dans cette devise. Le chiffre d'affaires s'établit à 43.4 M€, en retrait de 14.4% par rapport au 1^{er} semestre 2004. La branche DMC Creative World ne perd pas de parts de marché dans le

domaine de la broderie mais les ventes sont affectées en Europe par une baisse du taux de pratique, en Amérique du Nord par une baisse importante des stocks de nos clients distributeurs – leurs ventes de produits DMC au consommateur final étant quant à elles en croissance - et en Asie par un substantiel recul de nos ventes en Corée après la très forte croissance de ces dernières années.

Les nouveaux produits qui seront lancés au cours du prochain semestre devraient permettre de redynamiser le chiffre d'affaires, en particulier en Europe.

Sportswear

La marge opérationnelle s'est élevée à 2.9 M€. L'activité Sportswear, malgré une pression concurrentielle forte, a réalisé un chiffre d'affaires de 48.1 M€, en retrait de 6.9%, le recul concernant uniquement le marché nord américain où la concurrence des produits en provenance de Chine est dominante, notre usine américaine d'Orangeburg ayant été fermée plus tôt que prévu. En Europe, les volumes de vente ont été maintenus grâce à la qualité et à la créativité des produits proposés par DMC. Au cours du trimestre, le volume des ventes en provenance de notre partenaire pakistanais a progressé, notamment en Europe. Le regroupement production-logistique en Alsace a été réalisé.

Loisirs & Création

Loisirs & Création a enregistré une marge opérationnelle négative liée à la saisonnalité de l'activité mais limitée à 0,96 M€ malgré les frais de pré ouverture liés à son développement avec trois nouveaux magasins au cours du premier semestre : Evry, St Quentin en Yvelines et Le Mans. Le chiffre d'affaires atteint 12.6 M€ en progression de 27.3%; à surface comparable la progression a été de +5.5%. L'activité de la chaîne est parfaitement en ligne avec les objectifs de son plan de développement.

Au cours du deuxième semestre, Loisirs & Création procédera à l'ouverture de trois nouveaux magasins à Nice, Brest et Nîmes. Ce qui portera le nombre de magasins à 19 fin 2005.

Perspectives

Le groupe rencontre des difficultés de résultat avec sa branche DMC Creative World depuis douze mois, le premier semestre 2005 étant dans la continuité de la tendance de la fin de l'année dernière. Au second semestre 2005, on devrait constater un arrêt de la dégradation et les premiers signes d'amélioration de résultats.

Paris, le 16 septembre 2005
