



Paris, le 27 juillet 2009 – 8h00

# BARBARA BUI

Chiffre d'affaires du premier semestre 2009 : 15,6 M€

En millions d'euros	S1 2009	S1 2008	Var. %
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>15,6</b>	19,2	- 18%
<b>Total consolidé dont :</b>			
- Activité Boutiques	<b>5,8</b>	6,3	- 9%
- Activité Diffusion	<b>9,8</b>	12,8	- 23%

## Un ralentissement de l'activité conforme aux prévisions

Le Groupe BARBARA BUI a réalisé pour le 1<sup>er</sup> semestre 2009 un chiffre d'affaires de 15,6 millions d'euros, en repli de 18% par rapport à la même période de l'exercice précédent.

- L'activité Boutiques en propre, en recul de 9%, enregistre un chiffre d'affaires de 5,8 millions d'euros particulièrement affecté par un mois de février très difficile. Néanmoins, la Boutique du Faubourg Saint Honoré a bien résisté à l'environnement économique, ce qui a permis de compenser le ralentissement de l'activité Boutiques sur l'ensemble du semestre.
- L'activité Diffusion enregistre un chiffre d'affaires de 9,8 millions d'euros, soit une baisse de 23%. Particulièrement affecté par une crise économique sans précédent à l'international, le Groupe s'est imposé une politique plus stricte de ses encours clients, qui pèse sur l'activité Diffusion. Les ventes de la collection Printemps/Été 2009 sont en recul de 16% par rapport à la saison 2008 et les livraisons de la collection Automne/Hiver 2009 ont généré un chiffre d'affaires d' 1 million d'euros contre 2,4 millions d'euros au premier semestre 2008.

## Perspectives 2009

Au vu du carnet de commandes de la collection Automne/Hiver 2009, le chiffre d'affaires Diffusion pour l'année en cours devrait se situer en retrait de 23% par rapport à l'année 2008.

Fortement impacté par la crise économique, le ralentissement de l'activité est accentué par le décalage de facturation de la collection Automne/Hiver 2009, ce qui amène la Direction du Groupe à anticiper une perte dès le premier semestre 2009.

Face à ces conditions de marché dégradé, le Groupe poursuit ses efforts afin de limiter les effets de la crise par une politique de gestion rigoureuse incluant une temporisation de ses investissements et une réduction des dépenses opérationnelles.

La créativité de la marque BARBARA BUI, la renommée de ses produits et la performance de son service client restent de véritables atouts efficaces pour la reprise. BARBARA BUI, 25 années d'expérience au service de la qualité et du savoir faire.

## Calendrier prévisionnel de communication financière 2009

Evènements	Date
Résultats semestriels 2009	Semaine du 14 septembre 2009
Chiffre d'affaires du 3 <sup>ème</sup> trimestre 2009	Semaine du 19 octobre 2009

Maison de luxe parisienne BARBARA BUI captive 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 et incontournable dans l'univers du luxe.

Les collections sont diffusées dans les boutiques BARBARA BUI implantées à Paris, Milan, New York, Moscou et Séoul et via un réseau de points de vente multimarques sélectifs en France et à l'étranger.

**William HALIMI**

Président-Directeur Général

**Jean-Michel LAGARDE**

Directeur Administratif

et Financier

Tél : 01 44 59 94 00

**Corinne PUISSANT**

Relations Analystes/

Investisseurs / Presse

cpuissant@actus.fr

Tél : 01 53 67 36 57