



**Dans un contexte historiquement dégradé, des résultats qui traduisent  
l'ensemble des restructurations**

**Stabilisation de la perte d'exploitation et résultat net en forte amélioration  
grâce à la cession optimale du magasin de l'avenue Montaigne**

Montaigne Fashion Group, société cotée sur Euronext Paris, regroupe un portefeuille de marques dans l'univers du luxe et de l'habillement. La société publie désormais ses résultats consolidés en norme IFRS et rappelle que la clôture de son exercice est intervenu au 31 décembre 2008 avec une durée exceptionnelle de 9 mois.

**Exercice de 9 mois du 1<sup>er</sup> avril 2008 au 31 décembre 2008**

Données auditées (exprimées en K€)	Comptes consolidés au 31/12/2008	Exercice social 2007/2008 (*)
<b>Commentaires</b>	<b>intégration Stéréo Panda</b>	<b>fusion MFG/IVR</b>
Chiffre d'affaires	<b>3 408</b>	<b>6 509</b>
Résultat d'exploitation ou résultat opérationnel courant	<b>-2 012</b>	<b>-2 650</b>
Résultat exceptionnel ou produits et charges non récurrents	<b>1 918</b>	<b>756</b>
Résultat net	<b>-239</b>	<b>-2 127</b>
Fonds propres	<b>886</b>	<b>837</b>

(\*) du 1<sup>er</sup> avril 2007 au 31 mars 2008, conforme aux normes IFRS.

**Une stratégie de recentrage des marques désormais finalisée dans un contexte économique particulièrement hostile**

Conformément à sa stratégie, MFG a réussi à finaliser le recentrage de son portefeuille de marques dans un contexte économique sans précédent affectant tout particulièrement le secteur du prêt à porter de l'habillement au niveau mondial. La société est désormais positionnée sur le prêt-à-porter haut de gamme féminin sous les marques « **Régina Rubens** » et « **Irène Van Ryb** », à un rythme de deux collections par marque et par an. La Société opère sur le marché français à travers deux points de vente détenus en propre, à Saint Barthélémy et à Paris (rue de Passy). La Société distribue ses produits également au travers d'un réseau de distribution multimarques en France et à l'international. MFG détient une participation de 34,02% dans le capital de la société Franck Sorbier et une participation de 51% dans le capital de la société Stéréo Panda, positionnée sur le segment très porteur du street wear.

Comme annoncé le 16 février dernier, l'activité 2008 subit l'impact de la conjoncture économique avec un recul des ventes sur le prêt à porter féminin, partiellement compensé par la progression des ventes « street wear » de Stéréo Panda.

La marque Irène Van Ryb a représenté en 2008 l'essentiel du chiffre d'affaire de la société et continue d'affirmer sa présence sur les marchés à l'export en présentant ses collections dans les salons européens (Paris, Milan, Madrid) américains (New York, San Francisco, Los Angeles).

La marque Régina Rubens a été entièrement repositionnée sur la conception d'une collection beaucoup plus recentrée en termes de taille de collections et de thématique. Le concept désigné sous une nouvelle marque Afterwork by Regina Rubens, centré sur une collection de robes déclinées sur 3 longueurs différentes a été présenté pour la première fois en 2008 avec une collection test Hiver. La marque est ainsi revenue dans le circuit de la distribution des grands magasins et de points de vente multi marques haut de gamme, après avoir disparu de ce circuit de distribution depuis 2000. La marque est de nouveau référencée aux Galeries Lafayette, Au Bon marché et chez Franck et Fils.

MFG a acquis le 27 juin 2008 51 % de Stereo Panda, société spécialisée dans la conception, la fabrication et la distribution d'une collection complète de « street wear » haut de gamme par le positionnement qualitatif et du design. La marque Stereo Panda créée en 2006 et présidée par Alex Jumelin, triple champion du monde de vélo acrobatique BMX cible principalement les 15 – 25 ans et véhicule des références liées à la musique et au sport. La marque s'appuie sur une véritable communauté de jeunes adeptes de la marque sportifs ou non. STEREO PANDA a connu en 2008 sa meilleure année depuis sa création, avec une forte augmentation pour la 3<sup>ème</sup> année consécutive. De janvier à décembre 2008 la progression est de 158%. Une étape majeure projetée en 2009 sera l'ouverture d'un premier magasin de référence à Paris.

### **Un résultat net proche de l'équilibre qui traduit l'ensemble des restructurations et démontre la capacité de valorisation des marques de MFG**

Malgré le recul de l'activité, le résultat opérationnel courant reste stable marquant la poursuite des effets de la restructuration opérée depuis la fusion avec Irène Van Ryb. Le résultat opérationnel et le résultat net progressent du fait notamment de la cession du droit au bail de l'avenue Montaigne. Les frais généraux consolidés diminuent de 1 558 K€ soit de – 45,50% du fait d'une réorganisation interne. La direction se félicite du travail réalisé marquant ainsi les effets positifs du travail de restructuration et de valorisation des actifs du groupe.

### **Amélioration de la structure financière et accord de médiation bancaire**

Les fonds propres à fin 2008 se stabilisent à 886 K€.

Un accord de médiation a été signé le 3 mars 2009 avec l'ensemble des banques mettant en place un crédit moyen terme sur 3 et 5 ans de 719.000 euros en remplacement de l'ensemble des lignes court-terme.

### **Objectif prioritaire de retour à l'équilibre d'exploitation**

Dans un environnement qui restera encore pendant plusieurs mois pénalisé par la crise économique et financière, la Direction a mis en place un plan d'économies visant à réduire les charges de fonctionnement d'environ 800 K€ pour l'exercice à venir et se fixe comme objectif prioritaire le retour à l'équilibre d'exploitation dans les conditions actuelles de marché.

**Des opportunités liées à la crise, ouverture à des partenaires**

Avec une structure cotée et un potentiel de développement de ses marques MFG cherche à associer à sa stratégie d'acquisition des partenaires investisseurs afin de saisir de nombreuses opportunités liées à la crise financière.

**Après accord du Tribunal de Commerce de Paris l'Assemblée Générale annuelle a été convoquée le 27 juillet 2009 à 10h30 au siège de la société.**

Dans le cadre de l'accord de médiation bancaire, une résolution proposera une augmentation de capital réservée à Financière Louis David par conversion de 414.671,50€ de son compte courant d'associé. Cette augmentation de capital d'un montant total de 165.868,60 euros portant le capital social à 1.824.555,60 euros par émission de 1.658.686 actions ordinaires nouvelles de dix centimes d'euro (0,10€) de nominal chacune sera émises au prix de **vint cinq centimes d'euro (0,25€)** par action portant la participation de FLD à 26,22 % du capital de MFG.

---

**A Propos de MONTAIGNE FASHION GROUP**

La stratégie de MONTAIGNE FASHION GROUP vise à constituer un groupe coté indépendant exploitant un portefeuille de marques dans l'univers du luxe, de la mode et de créateurs. Le Groupe exploite notamment les marques Regina Rubens et Irène van Ryb. Montaigne Fashion Group détient par ailleurs une participation de 34% dans le capital de la maison de couture française Franck Sorbier et 51% de la société de street wear Stereo Panda.

---

MONTAIGNE FASHION GROUP est coté sur le marché Euronext compartiment C de NYSE EURONEXT  
Codes ISIN : FR0004048734 - Reuters : MFG.PA - Bloomberg : MFG.FP  
Bons de souscription 12/08: MFGBS

---

**VOS CONTACTS****MONTAIGNE FASHION GROUP**

**Philippe GELLMAN**  
Président

**Irène VAN RYB**  
Directeur Général

**01.48.01.05.05- [investisseursmfg@gmail.com](mailto:investisseursmfg@gmail.com)**  
Montaigne Fashion Group – 66 rue Pierre Charron – 75008 Paris  
**[www.montaignefashiongroup.com](http://www.montaignefashiongroup.com)**