

ULRIC DE VARENS

Créateur de Parfums

2009 : fin de la restructuration

2010 : mise en place de la nouvelle stratégie commerciale

Chiffre d'affaires - M€ – IFRS	2009	2008	Variation
1 ^{er} trimestre	6,43	9,56	- 32,7%
2 ^{ème} trimestre	8,76	10,08	-13,1%
3 ^{ème} trimestre	8,84	11,98	-26,2%
4 ^{ème} trimestre	12,81	14,72	-13,0%
CA cumulé	36,84	46,34	-20,5%

« Depuis 2008, nous avons posé les fondations de notre nouvelle politique de marque. Notre volonté de nous ouvrir vers les circuits sélectifs nous a conduit à créer un réseau d'une vingtaine de boutiques en propre en France et à restructurer significativement l'Export. Cette mutation profonde du Groupe, qui a contribué au recul de l'activité en 2009, nous permettra de préparer l'avenir dans les meilleures conditions. Nous commencerons dès 2010 à enregistrer les bénéfices de notre réorganisation commerciale engagée depuis deux ans. » déclare Ulric Viellard, pdg d'Ulric de Varens.

Chiffre d'affaires 2009 : un périmètre d'activité modifié

Compte tenu d'un effet de base défavorable lié à la mise en sommeil en 2009 de 9 filiales sur 17 existantes en 2008 ainsi qu'à de nouvelles conditions commerciales avec la Grande Distribution (celle-ci prend en charge depuis 2009 une part des coûts de publicité en contrepartie de remises sur les ventes facturées), le chiffre d'affaires annuel publié ressort en baisse à 36,84 M€ contre 46,34 M€ en 2008.

L'international, qui représente 78% du chiffre d'affaires consolidé du Groupe, est en retrait de 23,1% à données publiées. En France, l'activité est en contraction de 9,9% à données publiées.

Hors effet des chiffres d'affaires des filiales arrêtées et des déductions de charges de publicité, la baisse cumulée s'établirait à 12,3% au lieu de 20,5%.

Sur le quatrième trimestre 2009, le Groupe enregistre une meilleure résistance de l'activité avec un chiffre d'affaires de 12,81 M€, en baisse de 13,0% à données publiées par rapport au quatrième trimestre 2008.

Stratégie de la marque Ulric de Varens

Au cours des deux dernières années, le Groupe a mis en place sa nouvelle politique de marque qui doit lui permettre de répondre aux attentes grandissantes du réseau sélectif pour une marque de parfums française accessible à tous. Le critère de prix étant devenu aujourd'hui décisif pour permettre à ce réseau de toucher une nouvelle clientèle.

Le Groupe a ainsi engagé plusieurs chantiers d'envergure, achevés fin 2009 :

La gamme de produits a été profondément enrichie avec le lancement de nouvelles références plus élaborées et positionnées à des prix légèrement supérieurs.

En France, le Groupe a créé un réseau de 20 boutiques situées dans les centres-villes et les principales galeries commerciales.

Parallèlement à ces actions, Ulric de Varens a restructuré profondément l'Export pour développer tout un univers de marque dans les circuits sélectifs. Ce recentrage a ainsi conduit le Groupe à arrêter l'activité de filiales qui ne pouvaient – compte tenu du profil de leur distribution - respecter la nouvelle stratégie commerciale.

Perspectives

Compte tenu des nouveaux partenariats récemment conclus avec des distributeurs à l'Export et d'un périmètre d'activité en 2010 comparable à celui de 2009, le Groupe anticipe un retour à la croissance de son activité dès 2010.

Prochaine publication : Résultats annuels 2009 : le 28 avril 2010

Pour en savoir plus sur Ulric de Varens et ses créations : www.ulric-de-varens.com

ISIN FR0000079980-UDV Reuters ULRC.PA Bloomberg ULDV
Les titres Ulric de Varens sont cotés sur NYSE Euronext C

Contacts

ULRIC DE VARENS

Marijana AVRAMOVIC
Tél : 01 56 90 32 32
Mail : m.avramovic@ulric-de-varens.com


Communication financière

Gilles BROQUELET
Tel : 01 80 81 5000
gbroquelet@capvalue.fr
