

ATTESTATION DU RAPPORT FINANCIER DU 1^{ER} TRIMESTRE DE
L'EXERCICE 2014-2015,
SE TERMINANT LE 30 JUIN 2014

J'atteste, à ma connaissance, que les comptes de Chiffre d'Affaires pour le trimestre écoulé sont établis conformément aux normes comptables applicables et donnent une image fidèle de la situation financière de la société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation et que le rapport trimestriel d'activité ci-joint présente un tableau fidèle des événements importants survenus pendant les trois premiers mois de l'exercice, de leur incidence sur les comptes, des principales transactions entre parties liées ainsi qu'une description des principaux risques et des principales incertitudes pour les neuf mois restants de l'exercice.

Etabli à Colombes, le 5 août 2014


Lionnel RAINFRAY
Président du Conseil d'Administration

RAPPORT FINANCIER DU 1^{ER} TRIMESTRE DE L'EXERCICE 2014-2015, SE TERMINANT LE 30 JUIN 2014

(en K€)	Exercice 2014-2015 1er trimestre 1/4/14 à 30/6/14	Période Comparable 1/4/13 à 30/6/13	Variation	
Ventes de marchandises	2 009 162	2 234 818	-225 656	-10%
Prestations de service	16 491	67 851	-51 360	-76%
<i>Dont Réseau Succursaliste</i>	1 003 442	997 334	6 108	1%
<i>Franchises et Affiliés</i>	363 488	365 885	-2 397	-1%
<i>E-commerce</i>	95 498	73 645	21 852	30%
Total Retail	1 462 428	1 436 865	25 563	2%
<i>France (gds mag, détaillants multimarques)</i>	514 871	699 579	-184 708	-26%
<i>Export</i>	31 863	98 374	-66 511	-68%
Total Wholesale	546 734	797 953	-251 220	
Chiffre d'affaires net	2 025 652	2 302 669	-277 016	-12%

Les comptes n'ont pas été audités par les commissaires aux comptes

Le Chiffre d'Affaires facturé de ce 1^{er} trimestre de l'exercice en cours est en recul de 12% par rapport à la même période sur l'exercice précédent. Cette baisse provient essentiellement de la baisse de prise d'ordre de l'Été 2014 dans les grands magasins et à l'export. Il est à noter que les multimarques progressent eux de plus de 4% sur la même période.

Notre réseau de magasins se maintient après de mauvaises soldes d'hiver en janvier et février 2014. Notre site e-commerce enregistre une progression de l'ordre de 30%

Notre stratégie, après la baisse des frais de structure sur l'ensemble du groupe, est de poursuivre la restructuration de l'offre produit et de renforcer la promotion de la marque Arthur sur les réseaux sociaux pour accompagner la croissance du site marchand, qui devra générer de la croissance dans les autres canaux de distribution.

Lionnel RAINFRAY
Président du Conseil d'Administration