



**Ober**  
groupe

**Résultats annuels 2009**

Avril 2010

# Ober en bref

- **Le bois au service du luxe et du design**
  - Leader mondial des panneaux décoratifs bois haut de gamme
  - L'héritage d'un savoir-faire centenaire
  - L'alliance de la tradition et de la modernité
  - La relation étroite avec le monde de la création
- **Depuis 1968, Oberflex®**
  - La plus large gamme de panneaux décoratifs bois au monde
  - L'excellence de la qualité et de l'innovation
  - La notoriété internationale
- **En 2006, Marotte® rejoint le Groupe Ober**
  - Marotte, une marque incontournable depuis 1948
  - L'élargissement de la gamme de produits vers le sur mesure
- **En 2010, création de Stramiflex**
  - Joint venture consécutive à l'acquisition de la majorité des actifs et des fonds de commerce de la société tunisienne Stramica fin 2009
  - L'accélération du développement à l'international
- **Ober, un développement en mouvement**



# Un acteur incontournable de la décoration d'intérieur

 Oberflex®



 Marotte®

ستراميفلاكس  
Stramiflex



**Ober**  
groupe

**Des évolutions**  
**stratégiques en 2009**

# Un contexte 2009 difficile

- **Une crise économique profonde**
  - Une forte chute des mises en chantier
  - Des marchés de la construction et de la rénovation atones
  - Un attentisme important des donneurs d'ordres
  
- **Une année 2009 évolutive**
  - Un important effet de base défavorable avec un 1<sup>er</sup> semestre 2008 élevé
  - Le décalage des effets de la crise sur l'activité au 2<sup>ème</sup> semestre compte tenu de la nature des métiers du Groupe (intervention sur les fins de chantier)
  
- **Des opportunités de développement dans la crise avec la restriction de l'offre et la réduction de la concurrence**
  - Un marché atomisé et une filière en phase de consolidation

# Une réactivité importante

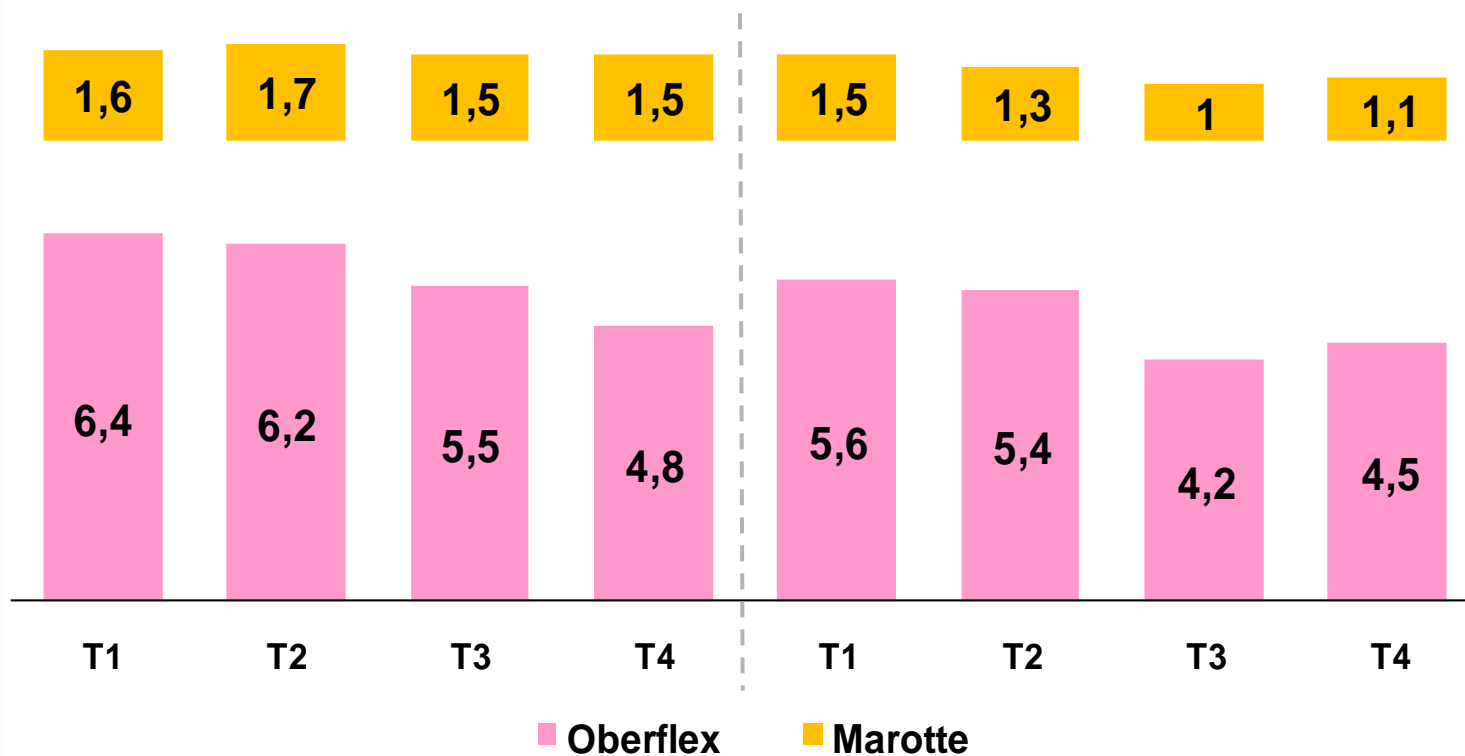
- **La mobilisation des actions commerciales**
  - Le développement actif de la prescription
  - La conquête de nouvelles positions géographiques
  - La poursuite d'un marketing fort et ciblé
- **L'adaptation et le contrôle des coûts**
  - La prudence dans la gestion des coûts et des investissements
  - La réduction des charges opérationnelles chez Marotte
  - La réduction des stocks chez Oberflex
- **La rationalisation du site de Marotte à Saint Ouen**
  - La finalisation d'une opération de sale et lease back avec BNP-Paribas Lease Group
  - La cession de 3.400 m<sup>2</sup> SHON (sur une superficie totale de 11.000 m<sup>2</sup>), reloués en crédit-bail par Marotte
  - Une transaction d'un montant total de 2,4 M€, dégageant une plus-value de 2,3 M€ étalée sur 15 ans à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2010.

# Stramiflex, une nouvelle étape dans la croissance externe

- **Un contrat de coentreprise à 60/40 avec Stramica en Tunisie**
  - Stramica, acteur majeur de l'industrie de deuxième et troisième transformation du bois en Afrique du Nord
  - L'acquisition par Ober de 60 % des actifs et fonds de commerce
  - Des actifs industriels de premier plan
- **Un prix attractif**
  - Une valorisation d'ensemble à 12,7 M€ (100%), soit 5 fois l'EBITDA moyen des trois dernières années
  - Quote-part Ober pour 60% : 7,6 M€
- **Financement effectué intégralement par de la dette**
  - Dette senior à hauteur de 4,1 M€ à maturité 7 ans,
  - Complément financé par de la dette locale (13 millions de dinars – maturité 7 ans)
  - La préservation d'une structure financière solide pour la mise en œuvre d'un développement accéléré
- **Une opération relative dès 2010**
  - Un chiffre d'affaires 2009 de 15,4 M€ (90 % hors France)
  - Une activité historiquement rentable

# La baisse conjoncturelle de l'activité

## Évolution du chiffre d'affaires trimestriel (en K€)

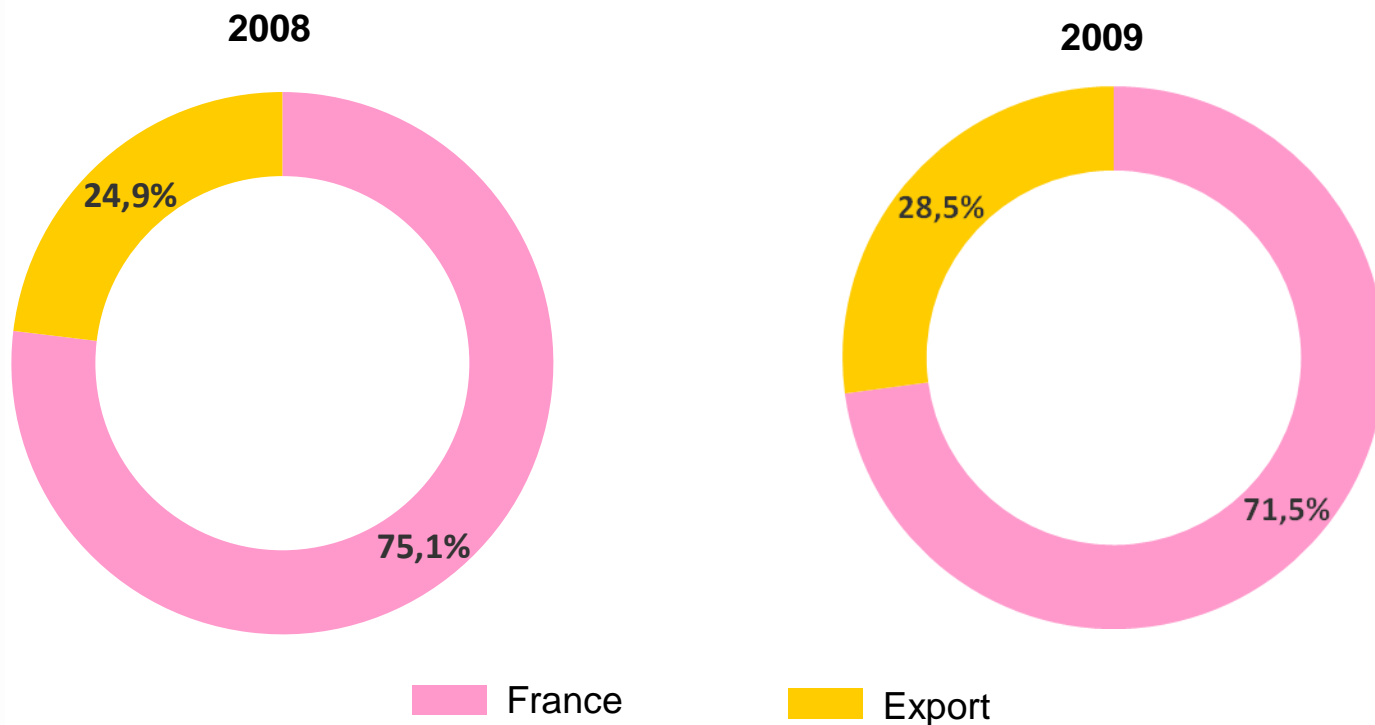


- **Une base de comparaison 2008 défavorable**



# Activité solide à l'international

## Évolution des ventes par zones géographiques



- Un retrait limité de 3,9 % en 2009 par rapport à 2008

# Compte de résultats consolidés

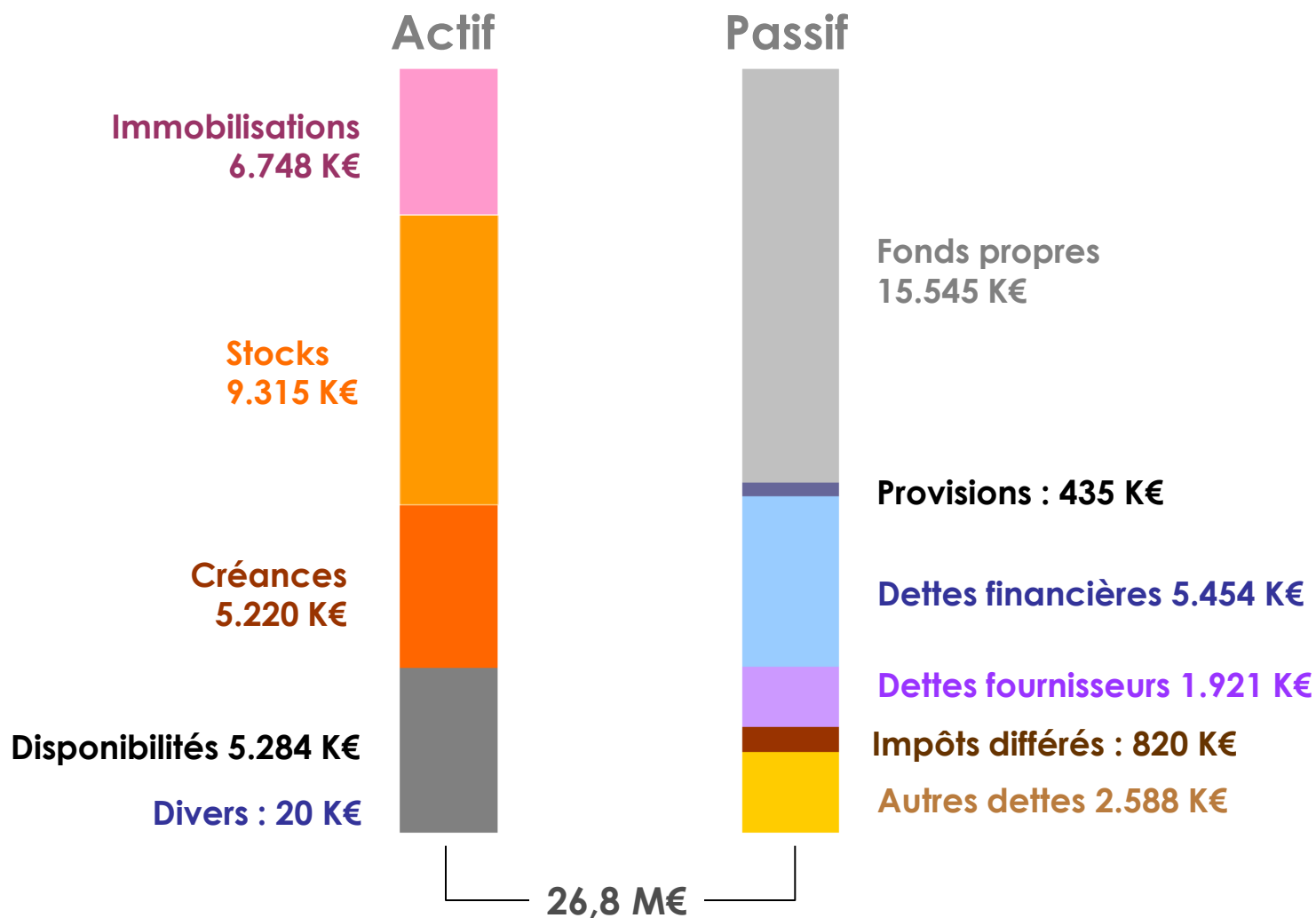
<b>Données consolidées</b> en K€	<b>2009</b>	<b>2008</b>
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>24.709</b>	<b>29.225</b>
Marge brute en % CA	16.858 68,2%	20.338 69,6%
EBITDA en % CA	2.689 10,9%	4.742 16,2%
<b>Résultat d'exploitation</b> en % CA	<b>2.169</b> <b>8,8%</b>	<b>4.227</b> <b>14,5%</b>
Résultat financier	(43)	(61)
<b>Résultat courant</b> en % CA	<b>2.126</b> <b>8,6%</b>	<b>4.167</b> <b>14,3%</b>
Résultat exceptionnel	(83)	47
Impôt sur les bénéfices	(551)	(1.105)
Participation	(167)	(399)
<b>Résultat net</b> en % CA	<b>1.326</b> <b>5,4%</b>	<b>2.709</b> <b>9,3%</b>

# Meilleure résistance des marges chez Oberflex

(en K€)	Oberflex		Marotte		Consolidé
	2009	2008	2009	2008	2009
<b>CA</b>	<b>19.897</b>	<b>23.298</b>	<b>5.162</b>	<b>6.392</b>	<b>24.709</b>
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>2.755</b>	<b>4.733</b>	<b>(538)</b>	<b>(475)</b>	<b>2.169</b>
<i>Marge en %</i>	<i>13,8%</i>	<i>20,3%</i>	<i>(10,4%)</i>	<i>(7,4%)</i>	<i>8,8%</i>
<b>Résultat courant</b>	<b>2.736</b>	<b>4.689</b>	<b>(571)</b>	<b>(492)</b>	<b>2.126</b>
<i>Marge en %</i>	<i>13,7%</i>	<i>20,1%</i>	<i>(11,1%)</i>	<i>(7,7%)</i>	<i>8,6%</i>
<b>Résultat net</b>	<b>1.902</b>	<b>2.895</b>	<b>(530)</b>	<b>(138)</b>	<b>1.326</b>
<i>Marge en %</i>	<i>9,6%</i>	<i>12,4%</i>	<i>(10,3%)</i>	<i>(2,2%)</i>	<i>5,4%</i>

# Bilan solide et équilibré

Bilan consolidé au 31 décembre 2009 (en K€)



# Tableau résumé des flux de trésorerie

Données en K€	2009	2008
Marge brute d'autofinancement	1.761	3.151
Variation du besoin en fonds de roulement	(4.415)	(1.722)
<b>Flux généré par l'activité</b>	<b>(2.654)</b>	<b>1.429</b>
<b>Flux lié aux opérations d'investissement</b>	<b>(200)</b>	<b>(414)</b>
<b>Flux lié aux opérations de financement</b>	<b>1.783</b>	<b>(1.398)</b>
<b>Variation de la trésorerie</b>	<b>(1.071)</b>	<b>(383)</b>

▪ **Dégradation conjoncturelle de la trésorerie, principalement en raison de l'évolution du BFR en regard du ralentissement de l'activité**



**Ober**  
groupe

**Une expansion redynamisée**

# Une accélération stratégique

- **Stramiflex, une opportunité de croissance exceptionnelle**
- **Des actifs attractifs**
  - Une position locale dominante
  - Des actifs industriels de premier plan
  - Une offre complète : contreplaqués, stratifiés décoratifs, panneaux mélaminés, plateaux surmoulés, panneaux acoustiques, placages améliorés, panneaux d'ébenisterie, postformés, formes complexes, ouvrants de portes...
- **La complémentarité importante des cultures et savoir-faire**
  - La maîtrise des processus de production
  - La démarche qualité : certification ISO 9002 et 9001 V. 2000
  - L'engagement environnemental : certification ISO 14001
- **Un coût de main d'œuvre compétitif**

# Un changement de dimension

(en M€)	Ober 2009 publié	Stramiflex moyenne sur 5 ans	Proforma
<b>CA</b>	<b>24,7</b>	<b>15,3</b>	<b>40,0</b>
<i>% hors de France</i>	<i>28%</i>	<i>90%</i>	<i>52%</i>
<b>EBITDA</b>	<b>2,2</b>	<b>2,1</b>	<b>4,3</b>
<i>Marge en %</i>	<i>8,8%</i>	<i>13,7%</i>	<i>10,7%</i>
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>1,3</b>	<b>1,8</b>	<b>3,1</b>
<i>Marge en %</i>	<i>5,4%</i>	<i>11,8%</i>	<i>7,8%</i>

- **Une masse critique qui conforte le leadership d'Ober**
  - **Une relation importante dans les résultats**



# L'exploitation du gisement de valeur

- **L'optimisation de la gestion du nouvel ensemble**
  - La maîtrise des coûts et des frais généraux
  - L'optimisation des services centraux et du back-office
- **Un potentiel de synergies commerciales importantes**
  - Les développements des gammes de produits
  - La valorisation des offres
  - L'amélioration de la proximité avec les marchés finaux
  - L'élargissement de la base clients
  - L'expansion des ventes à l'international
- **La consolidation des parts de marché en Europe, au Maghreb et au Moyen-Orient**

# La poursuite du développement sur le périmètre historique

- **Des outils de production compétitifs et performants**
  - Les process de production propriétaires (machine à commande numérique)
  - Les investissements productifs ont été réalisés
- **Une stratégie active d'innovation**
  - Environ 2% du CA, investi chaque année en R&D
  - La collaboration active avec OSEO ANVAR et le pôle de compétitivité Fibres naturelles Grand Est
- **Une politique écologique**
  - Des produits certifiés PEFC avec l'utilisation de bois issus de forêts gérées durablement
  - L'utilisation de colles sans solvant, de teintures et vernis à base aqueuse
  - La mise en place d'un premier bilan carbone en partenariat avec le Conseil Régional de Lorraine et l'Ademe
  - La valorisation des déchets
  - L'engagement dans une démarche d'éco-conception

# La consolidation d'une offre structurée

- **La mise en valeur des marques et des offres**
  - « Prêt-à-porter », les standards décoratifs et techniques pour plafond, mur, sol, mobilier
  - « Haute couture », la mise en œuvre d'un savoir-faire unique : marqueterie laser, marqueterie traditionnelle
  - Des modèles déposés, des marques protégées
- **Un marketing ambitieux et une communication ciblée auprès des prescripteurs**
  - La participation régulière à des salons internationaux
  - Une politique commerciale renouvelée chez Marotte (catalogue, offre tarifaire)



# L'innovation et la créativité pour accroître la différenciation

- **Le développement constant de nouveaux produits avec les designers**
  - Matt Sindall, 5,5 designers, Patrick Norguet, Christian Lacroix...
  - Le partenariat avec les designers days depuis 2005
- **« Chic et Pop », une nouvelle gamme Oberflex**
  - Quand l'élégance des placages blanchis, gris ou chocolat côtoie l'esprit décalé et audacieux des placages fluos...



- **« Also Wood ! » by Marotte**
  - les caractéristiques esthétiques naturelles du bois (veines, reflets, mailles, ondes, grain,...) subtilement personnalisées avec des jeux de teintes, finitions, pigments, nacres, paillettes ...



# Les nouvelles collections 2010

- **Les nouveaux bayadères par Marotte depuis janvier**
  - 9 nouveaux modèles de panneaux décoratifs fabriqués suivant la technique traditionnelle (marqueterie de bois naturels et teintés).
  - Une conception dédiée à la réalisation d'habillages muraux personnalisés, projets de grande envergure ou éléments décoratifs, de petites tailles (mobilier, coffrets...) ou de très grandes tailles (murs, portes...)



Exemple de composition avec les 3 modèles de la série **Auckland**

- **Le lancement d'une collection très couture, portée par la vision de Christian Lacroix.**
  - Une nouvelle ligne haute en couleurs à l'esthétisme vif et aux possibilités décoratives infinies
  - L'application des meilleures techniques d'ébénisterie : effets moirés, fines dentelles, motifs brodés ou imprimés comme imposés au pochoir, patchwork de pixels colorés...
  - Un lancement officiel prévu dans le cadre des Designer's Days 2010 au mois de juin



**Ober**  
groupe

**Les perspectives**

# Les perspectives 2010

- **La reprise progressive de la croissance organique**
- **L'amélioration de la rentabilité**
- **Un potentiel de développement renouvelé à moyen et long terme**



**Ober**  
groupe

**La bourse**



# Evolution du cours de l'action depuis trois ans



# Une valeur de rendement

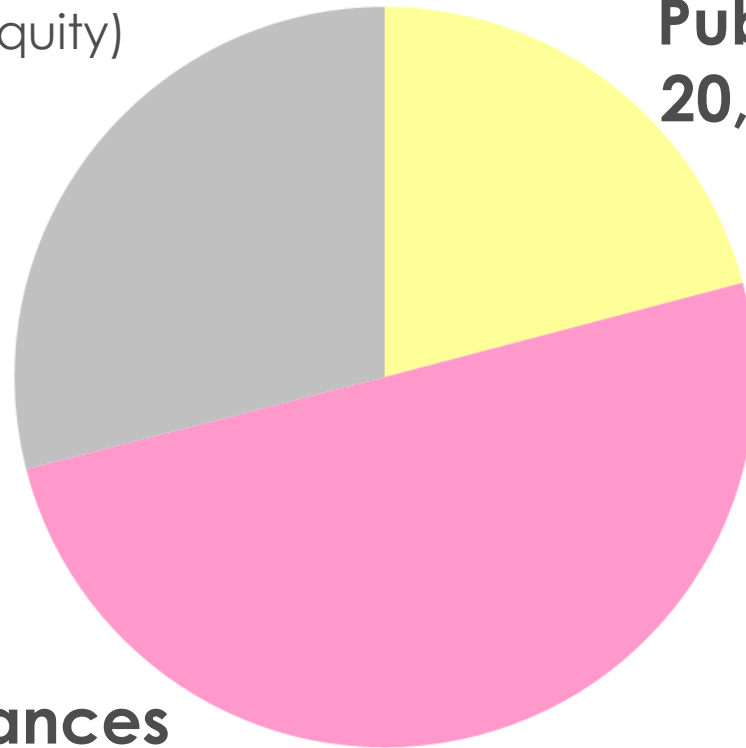
- **Dividende proposé à l'occasion de la prochaine Assemblée Générale : 0,83 € par action**

	<b>2009</b>	<b>2008</b>
<b>Dividende par action</b>	<b>0,83 €</b>	<b>0,83 €</b>
<b>Distribution totale</b>	<b>1.197 K€</b>	<b>1.197 K€</b>
<b>Cours moyen annuel</b>	<b>13,60 €</b>	<b>17,84 €</b>
<b>Rendement</b>	<b>6,1 %</b>	<b>4,7 %</b>

# Répartition du capital

**Naxicap Partners**  
(Natixis Private Equity)  
**29%**

**Public**  
**20,2%**



**Ober Finances**  
**50,8%**



**Ober**  
groupe

**Questions - Réponses**

