

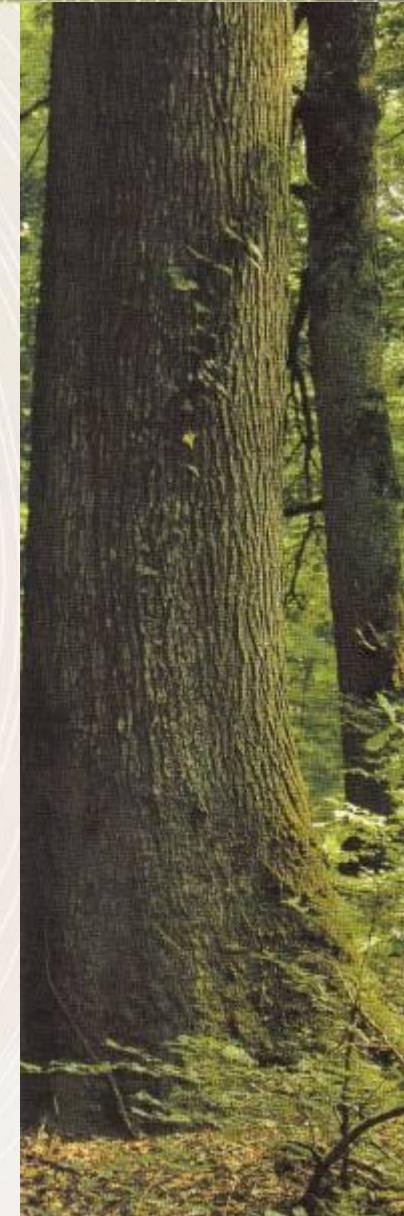


OBER

Résultats du 1^{er} semestre 2007
Septembre 2007

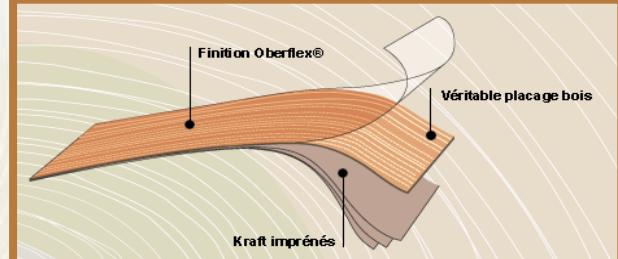
Ober en bref

- **Une expérience centenaire du bois**
 - Création dans les années 20 par la famille Ober
- **Depuis 1968, Oberflex®**
 - La tradition de la qualité
 - L'innovation permanente
 - Une notoriété internationale
- **Depuis 2006, un périmètre amplifié**
 - Une gamme de produits élargie
 - Marotte rejoint Oberflex®
- **Un positionnement renforcé dans l'univers du luxe et du design**



La haute couture du panneau décoratif

- Un pure player du panneau bois ultra-résistant pour l'aménagement et la décoration
- La plus luxueuse et la plus large gamme au monde
- Un industriel innovant, une stratégie active de renouvellement esthétique et technique des produits



Deux sites de production performants



- Bar le Duc (Meuse)
- 135 personnes
- 29.000 m² d'atelier de fabrication
- 250.000 m² de placage en stock
- 45 essences de bois en stocks



- Saint Ouen (Seine-Saint Denis)
- 70 personnes
- 11.000 m² d'atelier de fabrication
- 240.000 m² de placage en stock
- 120 essences de bois en stock



Un industriel engagé

■ Le respect de l'environnement

- Utilisation de produits issus de forêts gérées durablement



■ Le respect des clients

- Certification ISO 9001:2000
Qualité des produits et des services proposés



■ Le respect des équipes

■ Le respect des actionnaires

Des références d'envergure et de prestige



> Carrousel du Louvre



> Generali Assurances (siège)



> Tour T1 – La Défense



< France Telecom



> Salle Pleyel

> Supermarché Leclerc



> Queen Mary



> Hippopotamus

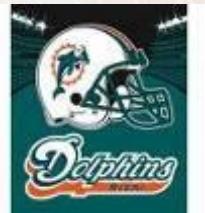


> Ministère de la Jeunesse et des Sports

Des clients captifs et de qualité



LOUIS VUITTON



L'ORÉAL



J.M. WESTON

LA MAISON DU CHOCOLAT
PARIS



Le
MERIDIEN



Un dynamisme de croissance rentable



Faits marquants du semestre

- **Enrichissement des gammes avec le développement de nouvelles collections**

- « *Contrastes et Matières* », 15 nouvelles références signées Oberflex®
- « *Design by Marotte* » : collection exclusive de panneaux en DuPont™ Corian®
- « *Bayadères* » (Marotte) : des panneaux assemblés selon la technique du frisage en bande de couleurs (bois naturels ou teintés).

- **Mise en œuvre d'opérations de co-marketing**

- Partenaire du projet « *Corian Nouvel Lumières* », environnement futuriste réalisé avec Jean Nouvel et exposé lors du Salon du Meuble de Milan
- Partenaire officiel des designers days® pour la troisième année consécutive

- **Accélération de la croissance à l'export**

- Ventes en hausse de 79% par rapport à S1 2006 (+25% à périmètre comparable)

- **Renforcement des structures commerciales**

- Ouverture d'un bureau New York
- Recrutement de deux prescripteurs

- **Modification du capital**

- Entrée de Naxicap Partners (Natexis Private Equity) à hauteur de 20,8% du capital
- Renforcement de la détention indirecte par les cadres dirigeants

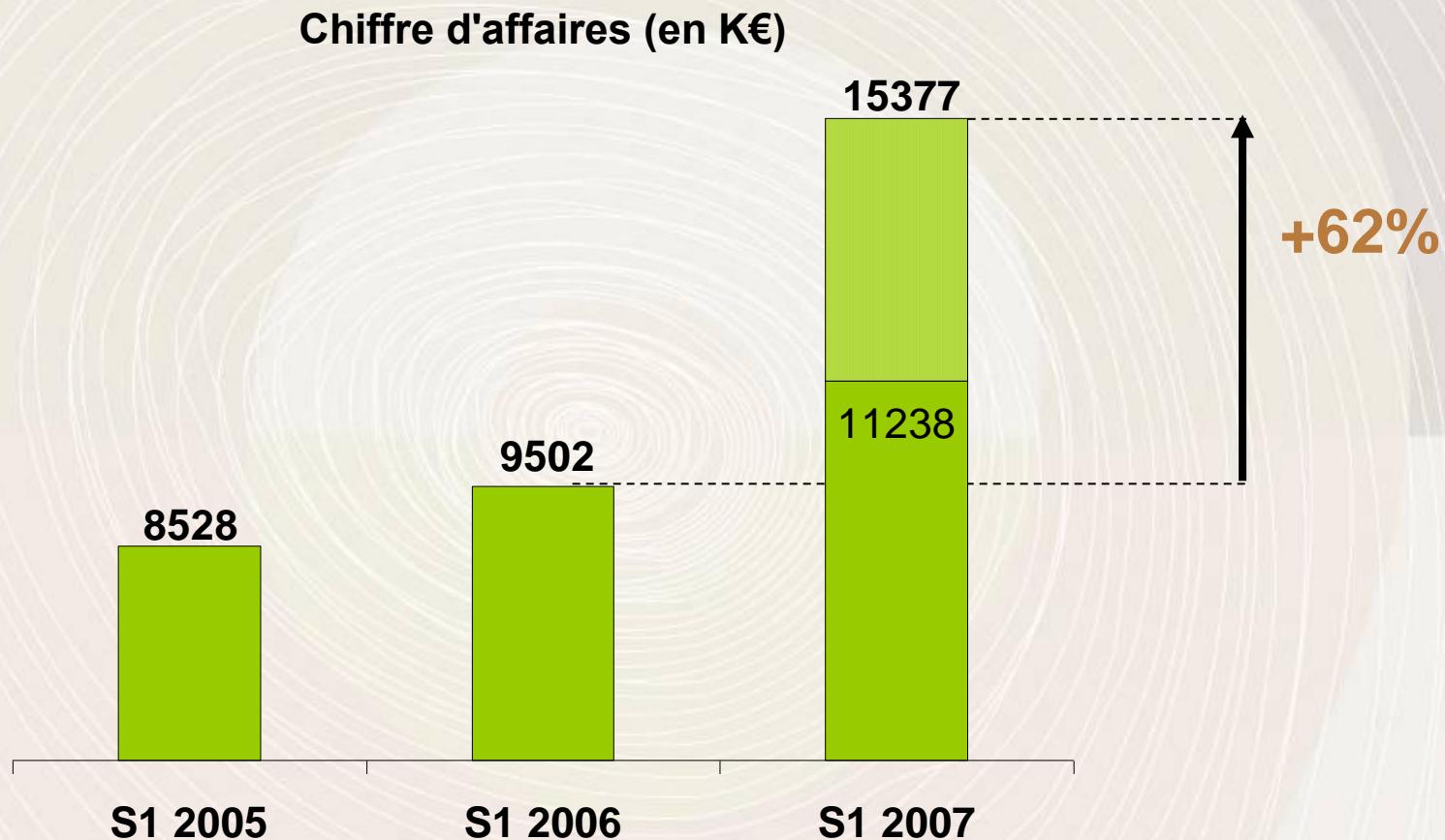


« *Design by Marotte* »



« *Bayadères* »

Une croissance supérieure aux objectifs



- Contribution de Marotte au S1 2007 : 4.309 K€
- Croissance organique : +18%

Des résultats semestriels en forte progression

Données en K€	S1 2007	S1 2006	Variation
Chiffre d'affaires	15.377	9.502	+62%
Marge brute en % CA	10.057 65,4%	5.744 60,5%	+175%
EBITDA en % CA	2.691 17,5%	1.083 11,4%	+148%
Résultat d'exploitation en % CA	2.488 16,2%	966 10,2%	+158%
Résultat financier	(48)	(48)	ns
Résultat courant en % CA	2.440 15,9%	917 9,7%	+166%
Résultat exceptionnel	(84)	8	ns
Impôt sur les bénéfices	(552)	5	ns
Participation	(326)		ns
Résultat net en % CA	1.478 9,6%	920 9,7%	+61%

- Bonne gestion des charges d'exploitation
- Intégration au S1 2007 : charge d'impôt et dotation à la réserve de participation

Une intégration réussie

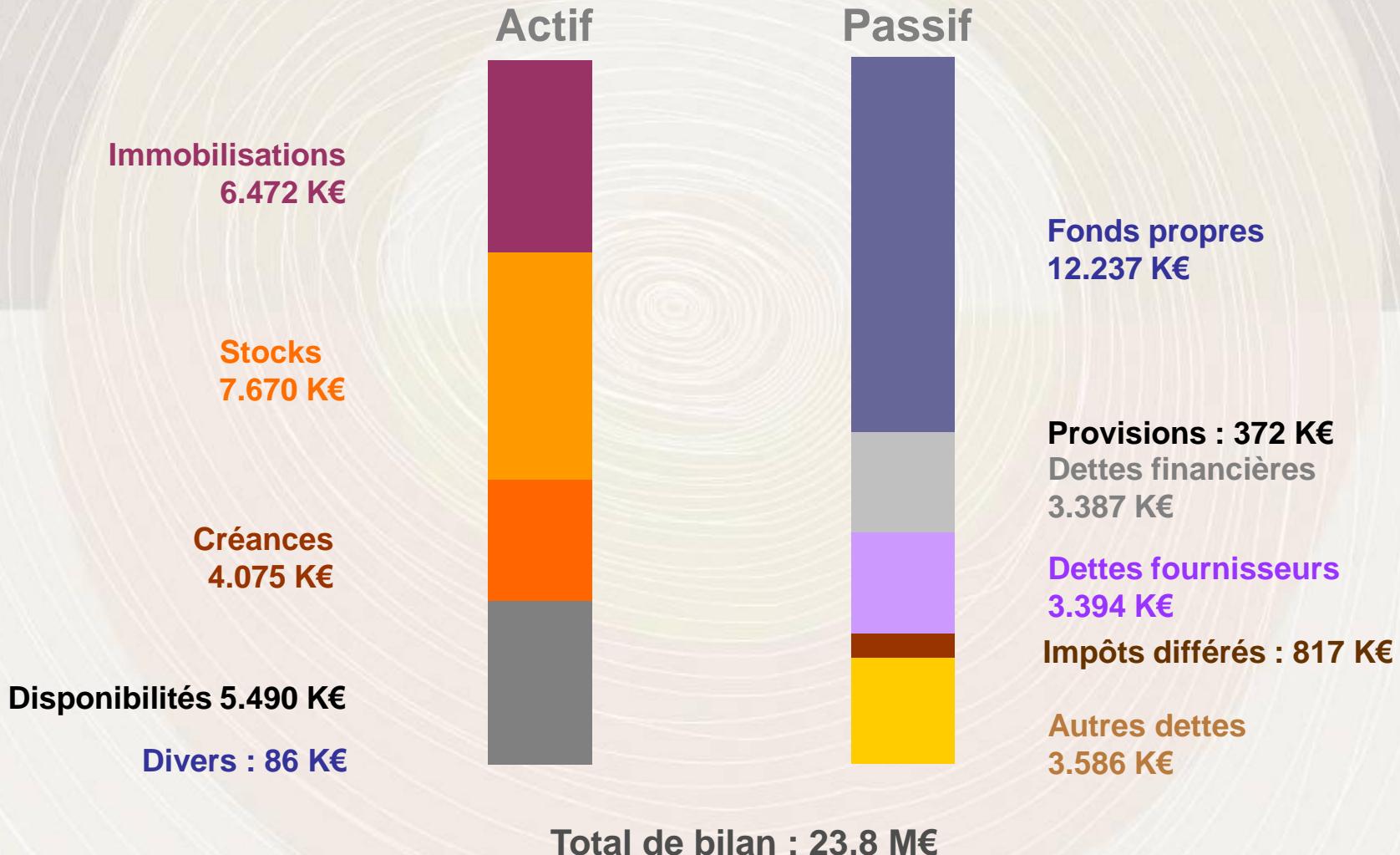
- Évolution des performances à structure comparable

Données en K€	S1 2007 consolidé	S1 2006 pro forma	Variation
CA	15.377	13.342	+15,3%
Marge brute	10.057	8.079	+24,5%
en % CA	65,4%	60,5%	
Résultat d'exploitation	2.488	1.228	+102,6%
en % CA	16,2%	9,2%	
Résultat courant	2.440	1.160	+110,3%
en % CA	15,9%	8,7%	
Résultat net	1.478	1.192	+24,0%
en % CA	9,6%	8,9%	

- Amélioration des marges sur le périmètre historique
- Résultats satisfaisants de Marotte au S1 2007, en croissance par rapport à S1 2006

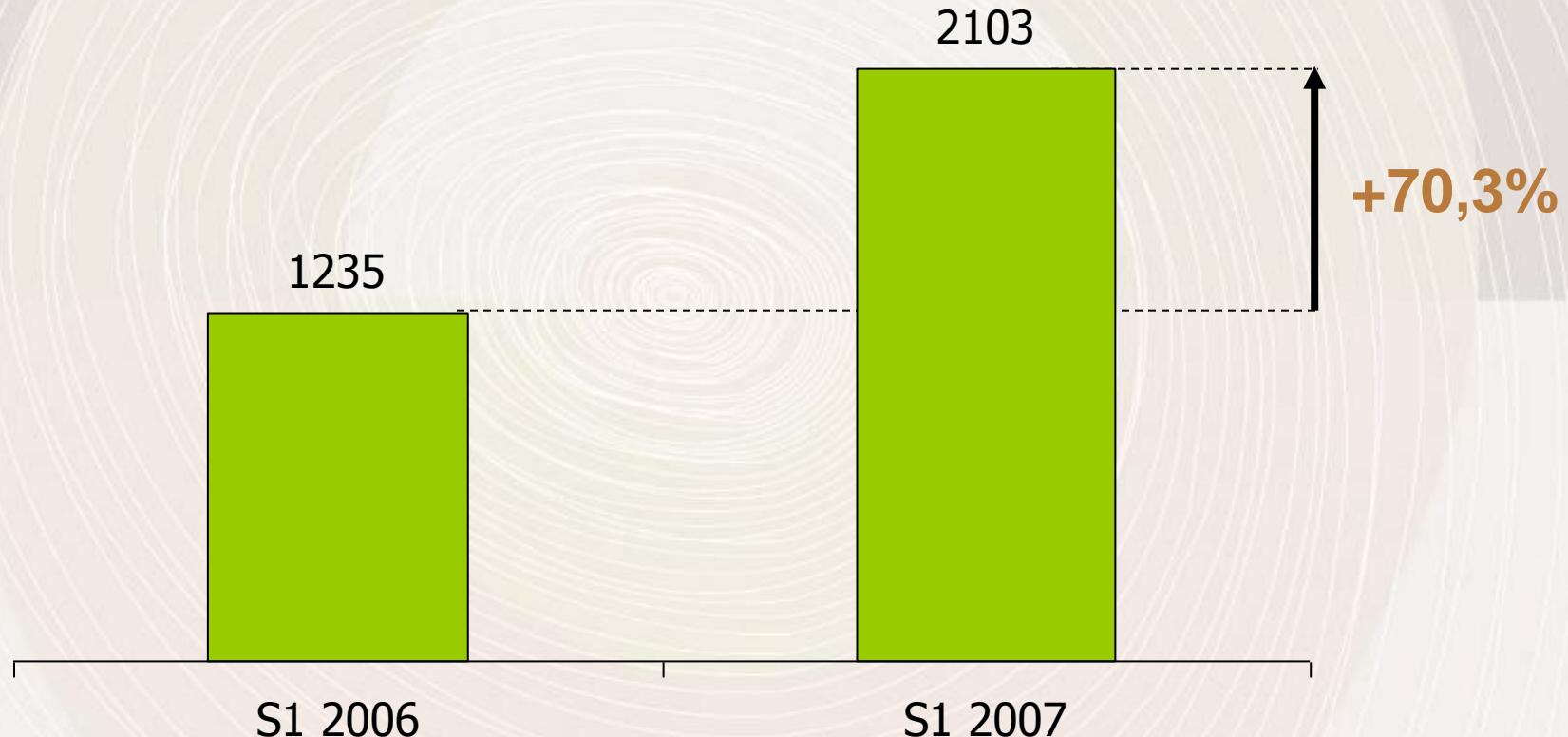
Un bilan sain et solide

Bilan consolidé au 30 juin 2007 (en K€)



Une trésorerie nette renforcée

Evolution de la position créitrice* (en K€)



* Trésorerie – dettes financières

Tableau de financement

Données en K€	S1 2007	2006
Marge brute d'autofinancement	1.696	2.300
Variation du besoin en fonds de roulement	(243)	(952)
Flux net de trésorerie généré par l'activité	1.453	1.349
Flux de trésorerie lié aux opérations d'investissement	(435)	(4.259)
Flux de trésorerie lié aux opérations de financement	(231)	6.391
Flux net de trésorerie	787	3.481

- Des flux influencés en 2006 par l'acquisition de Marotte et l'augmentation de capital corrélative à l'introduction en Bourse
- Un 1^{er} semestre 2007 qui illustre la capacité de génération de cash

Une stratégie centrée sur la création de valeur



Des fondamentaux solides

- **Une position dominante pour Ober grâce à :**
 - La maîtrise et l'expérience d'un process de qualité
 - Une gamme large et complète de produits
 - Deux marques incontournables : Oberflex et Marotte
 - Une présence internationale
- **Une stratégie de développement simple**
 - Innovation
 - Communication
 - Production
 - Ecologie

La puissance de l'offre

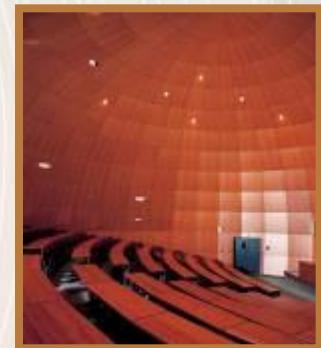
- Le bois, produit de première nécessité et matériau décoratif pour le mobilier et la décoration



> Queen Mary



> Mobilier Kookaï



> Université d'Artois

- Des produits fortement esthétiques
 - Choix sélectif des placages
 - Assemblage et finition haut de gamme

- Des solutions décoratives et techniques pour :
 - Plafond
 - Mur
 - Sol
 - Mobilier...

- Une politique active d'enrichissement des gammes avec le développement de nouvelles collections chaque année



> Orangina

Des investissements stratégiques en 2007

- **Outil de production : machine à commande numérique**
 - Amélioration des capacités de production,
 - Elargissement des gammes
 - Gains de productivité
- **Poursuite de la stratégie d'innovation et renforcement de la structure R&D**
 - Des investissements soutenus au S1 2007, identiques à ceux réalisés sur l'ensemble de l'année 2005
 - 1,4% du CA S1 2007, en croissance de 20% par rapport à S1 2006.
- **Protection de l'environnement** : nouvelle chaudière bois pour réduire les coûts énergétiques
- **Intégration d'un système d'information commun**

Le développement à l'international

■ Les atouts

- Un produit à forte valeur ajoutée qui voyage très bien
- Un produit universel
- Un potentiel sans limite

■ Des moyens renforcés en 2007

- 4 responsables de zones export
- 15 nouveaux agents et distributeurs en 2007 (10 en 2006)
- Fusion des forces commerciales Ober et Marotte
- Ouverture d'un bureau à New York

Des objectifs réalistes



Objectif 2007

- **Une croissance organique supérieure à 10 %**
- **Des résultats en forte progression**
- **Des objectifs confortés par la bonne tenue du carnet de commandes**

A long terme, des ambitions dans la rentabilité

- Renforcer le leadership
- Participer à la concentration du marché
- Accroître la part de l'international avec un objectif de CA 2009 de 10 M€

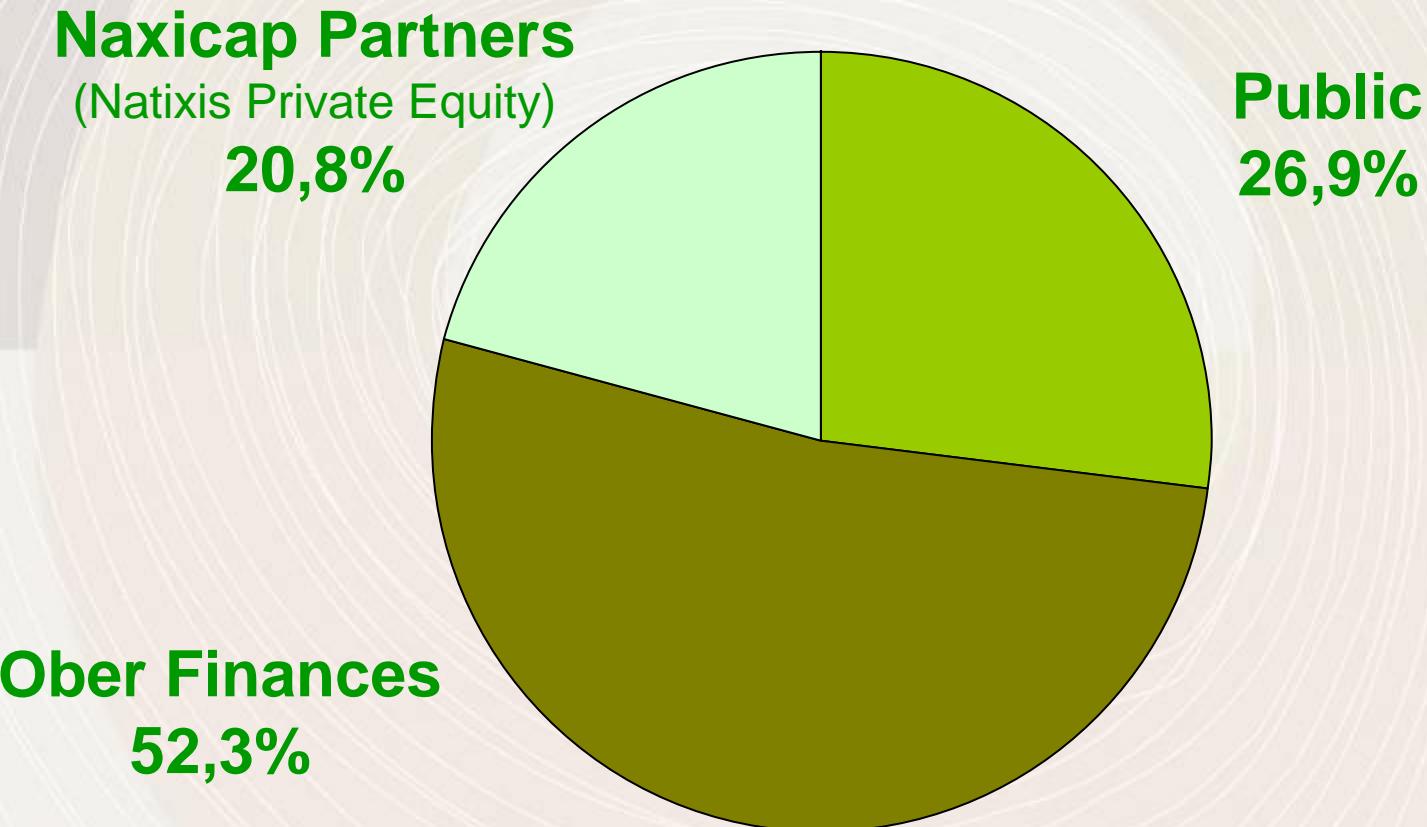
La bourse



Evolution du cours de bourse



Répartition du capital





COBER

Questions - Réponses