



Ober

groupe

Résultats
du 1^{er} semestre 2009
Octobre 2009



Ober en bref

- **Une expérience centenaire du bois**
 - Création dans les années 20 par la famille Ober
- **Depuis 1968, Oberflex®**
 - La plus large gamme de panneaux décoratifs bois au monde
 - La tradition 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
- **Un industriel au carrefour du luxe et du design**
 - La tradition artisanale perpétuée grâce aux dernières technologies.
 - La qualité de fabrication toujours élevée au rang d'excellence
 - La proximité entretenue avec le monde de la création



Un acteur incontournable de la décoration d'intérieur

 Oberflex®



 Marotte®



Ober

groupe

Une bonne résistance
de la rentabilité
dans un contexte difficile

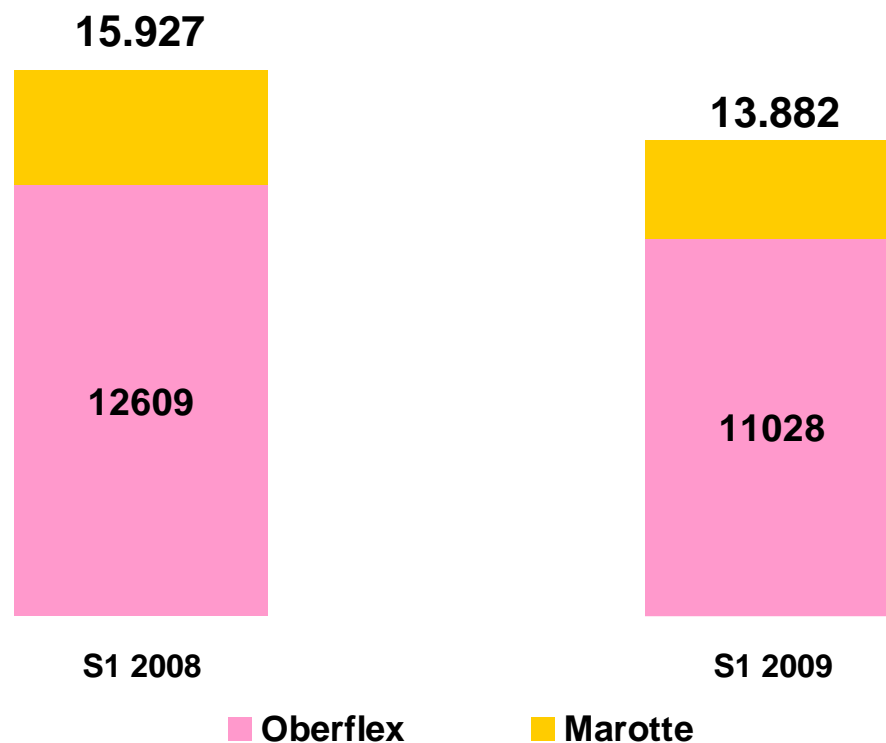


Faits marquants du semestre

- **Une crise économique mondiale sans précédent**
 - Une conjoncture radicalement différente du 1^{er} semestre 2008 qui avait été dynamique en dépit d'incertitudes
 - Des marchés financiers fortement ralentis
 - La restriction verticale et la réduction de la concurrence, une opportunité de développement pour Ober
- **Une politique commerciale offensive**
 - le développement des contacts commerciaux
 - La diversification géographique de l'offre avec une présence renforcée en Asie-Pacifique et en Amérique
 - Le maintien d'une stratégie de marketing actif
- **Une gestion prudente**
 - Le contrôle attentif des coûts et des investissements
 - La réduction progressive des charges opérationnelles chez Marotte
 - La réduction des stocks chez Oberflex
- **Des résultats semestriels de qualité, malgré une ambiance économique défavorable**

Baisse conjoncturelle de l'activité

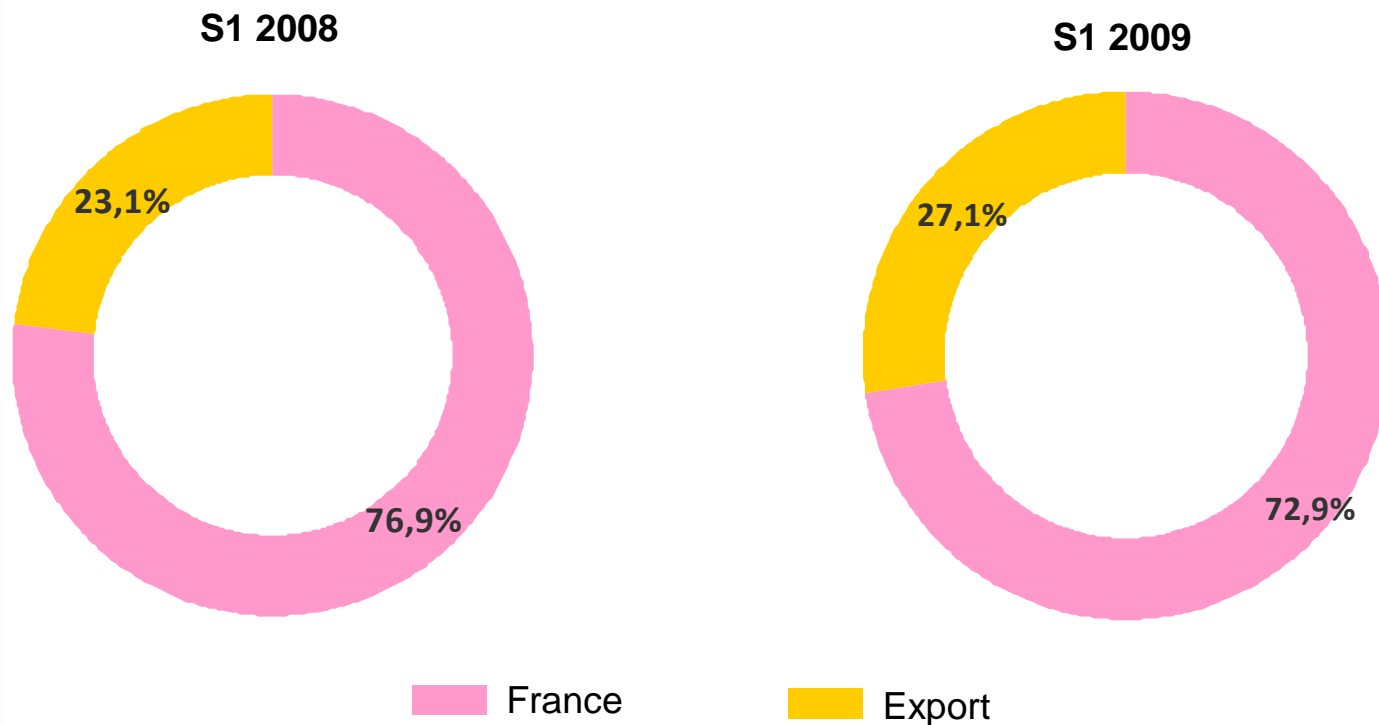
Évolution du chiffre d'affaires (en K€)



- **Une base de comparaison 2008 défavorable**

Meilleure tenue des ventes à l'export

Évolution des ventes par zones géographiques



- Progression des ventes export de 15,2% au 2^{ème} trimestre

Compte de résultats consolidés

Données consolidées en K€	S1 2009	S1 2008
Chiffre d'affaires	13.933	15.854
Marge brute en % CA	9.566 68,4%	11.010 69,4%
EBITDA en % CA	2.036 14,6%	2.754 17,4%
Résultat d'exploitation en % CA	1.773 12,7%	2.537 16,0%
Résultat financier	(23)	(52)
Résultat courant en % CA	1.750 12,6%	2.484 15,7%
Résultat exceptionnel	(53)	90
Impôt sur les bénéfices	(392)	(654)
Participation	(136)	(213)
Résultat net en % CA	1.170 8,4%	1.707 10,8%

Bonne tenue des marges Oberflex

(en K€)	Oberflex		Marotte		Consolidé
	S1 2009	S1 2008	S1 2009	S1 2008	S1 2009
CA	11.165	12.722	2.989	3.353	13.933
Résultat d'exploitation	1.830	2.578	(34)	(34)	1.773
<i>Marge en %</i>	<i>16,4%</i>	<i>20,3%</i>	<i>(0,3%)</i>	<i>(1,0%)</i>	<i>12,7%</i>
Résultat courant	1.822	2.530	(49)	(38)	1.750
<i>Marge en %</i>	<i>16,3%</i>	<i>19,9%</i>	<i>(0,4%)</i>	<i>(1,0%)</i>	<i>12,6%</i>
Résultat net	1.253	1.631	(54)	96	1.170
<i>Marge en %</i>	<i>11,2%</i>	<i>12,8%</i>	<i>(0,5%)</i>	<i>2,9%</i>	<i>8,4%</i>

Bilan sain et solide

Bilan consolidé au 30 juin 2009 (en K€)

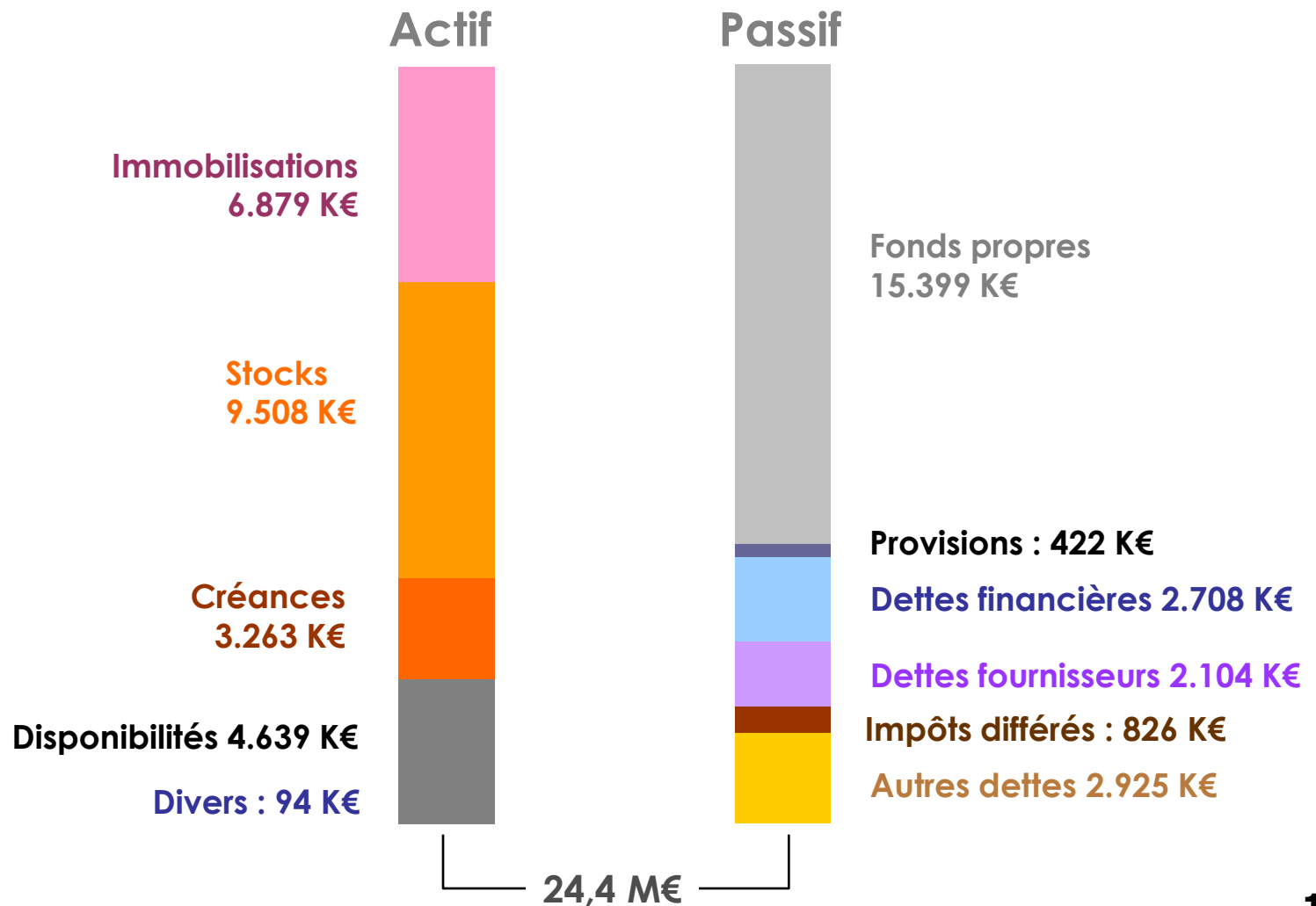


Tableau résumé des flux de trésorerie

Données en K€	S1 2009	S1 2008	2008
Marge brute d'autofinancement	1.384	1.907	3.151
Variation du besoin en fonds de roulement	(2.037)	(2.310)	(1.722)
Flux généré par l'activité	(653)	(403)	1.429
Flux lié aux opérations d'investissement	(101)	(194)	(414)
Flux lié aux opérations de financement	(961)	(800)	(1.398)
Variation de la trésorerie	(1.715)	(1.397)	(383)

▪ **Bonne tenue de la MBA à 10 % du CA**

▪ **Dégradation ponctuelle de la trésorerie au 1^{er} semestre 2009**

-Variation du BFR influencée par la saisonnalité (juin-juillet ~ 20% du CA consolidé)

-Flux de financement affectés par le versement du dividende 2008 comptabilisé au S1 2009



Ober
groupe

Une stratégie
d'expansion dynamisée



Les fondements du développement organique (1/3)

- **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

Les fondements du développement organique (2/3)

- **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)



Les fondements du développement organique (3/3)

- **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...)
 - Le partenariat avec les designers days depuis 2005
- **Une nouvelle gamme Oberflex**
 - « *Chic et Pop* » : quand l'élégance des placages blanchis, gris ou chocolat côtoie l'esprit décalé et audacieux des placages fluos...



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



Une nouvelle étape dans la croissance externe

- **Un contrat de coentreprise à 60/40 en phase de finalisation**
 - Des négociations exclusives portant sur l'acquisition par Ober de 60 % des actifs et fonds de commerce d'une société spécialisée dans l'industrie de deuxième et troisième transformation du bois
- **Une opportunité de croissance exceptionnelle**
 - Un chiffre d'affaires de l'ordre de 15 M€
 - Une activité bien gérée
- **Une opération créatrice de valeur dès 2010**
- **Une opération qui conforte une coopération ancienne**
 - Un socle pour des opportunités de développement futures

Une stratégie de croissance accélérée

- **Renforcer le leadership d'Ober sur un marché atomisé**
- **Objectif : créer une masse critique**
 - Consolider les parts de marché pour optimiser le retour sur investissement marketing
 - Élargir la base clients et accroître la proximité avec les marchés finaux
 - Optimiser la complémentarité des gammes de produits
 - Renforcer le développement de nouveaux produits



Ober
groupe

Les perspectives

Les perspectives

- **Un recul de l'activité en 2009**
 - Chiffre d'affaires au 30 septembre de 19 M€ en baisse de 17,3 % par rapport au 30 septembre 2008
- **Une réduction contenue de la rentabilité sur l'ensemble de l'exercice**
- **Un potentiel de développement à moyen et long terme renforcé par la croissance externe**



Ober
groupe

La bourse



Evolution du cours de l'action

OBER - Historic chart (in %)

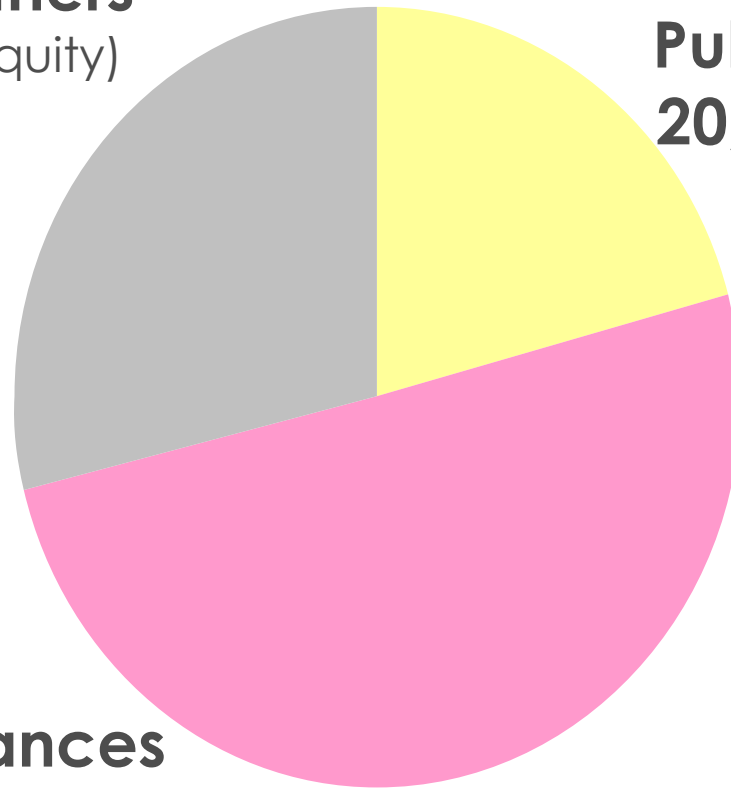


Répartition du capital

Naxicap Partners
(Natixis Private Equity)
29%

Public
20,9%

Ober Finances
50,1%





Ober
groupe

Questions - Réponses

