

## Résultats 1<sup>er</sup> semestre 2010/2011

En millions d'euros	31/01/2011 6 mois	31/01/2010 6 mois	31/07/2010 12 mois
Chiffre d'affaires consolidé	30,2	32,9	64,2
Marge brute	11,3	13,4	25,9
en % CA	37,5 %	40,7 %	40,3 %
Résultat opérationnel	- 0,4	1,4	2,1
Résultat avant impôt	- 0,8	1,0	1,3
Résultat net	- 0,5	0,7	0,8
Capitaux propres	17,8	18,3	18,3
Gearing hors emprunt obligataire	70 %	56 %	55 %

Au 31 janvier 2011, le chiffre d'affaires s'établit à 30,2 M€ contre 32,9 M€ au 31 janvier 2010. La baisse d'activité, doublée d'effets de change et d'effets matières premières moins favorables, vient pénaliser temporairement la marge brute du groupe sur la période.

### Produits à Marque propre : CA = 15,8 M€ (52 % des ventes)

L'activité à Marque Propre affiche un recul de 10 % de ses ventes, impactée par la perte du marché des produits de protection (H1N1 sur le S1 09/10). Parallèlement, la division a subi sur les six premiers mois de l'exercice 2010/11 d'une part, de fortes hausses de prix sur deux matières naturelles (latex, coton) qui n'ont pu être répercutées qu'au 1<sup>er</sup> janvier 2011 et d'autre part, un cours euro/dollar défavorable. Ces deux éléments ont eu pour conséquence une dégradation sensible de la marge brute sur la division.

### Distribution : CA = 14,4 M€ (48 % des ventes)

En dépit d'une baisse d'activité (-5,8 %) maîtrisée – désengagement des marchés à faible marge - l'activité Distribution a très sensiblement réduit ses pertes et gagne près de 4 points de marge brute. Cette évolution favorable résulte :

- de la nouvelle organisation centralisée des achats
- d'une amélioration des conditions avec ses fournisseurs partenaires,
- de la réorientation du réseau vers le Maintien à Domicile
- le développement de la location et des ventes à destination de la clientèle du particulier
- le développement des produits confort pour les séniors.

### Une rentabilité temporairement impactée

La Marge Brute consolidée s'élève à 11,3 M€, soit un taux de marge de 37,5 % contre 40,7 % au 31 janvier 2010. Cette évolution traduit la dégradation ponctuelle de la marge brute de l'activité Produits à Marque Propre, atténuée en partie par le net redressement de l'activité Distribution.

Grâce à une bonne maîtrise des frais de personnel (-250 K€) et des frais généraux (-260 K€) et malgré un recul de la marge brute, le groupe a limité la baisse de son résultat opérationnel qui ressort à -400 K€.

Globalement le groupe affiche un résultat net de -530 K€.

Au 31 janvier 2011 les fonds propres s'élevaient à 17,8 M€ pour un endettement financier net de 12 M€ (hors Obligations Convertibles), soit un gearing de 70 %.

*EUROMEDIS GROUPE est un acteur majeur de l'industrie des Dispositifs Médicaux et de l'Assistance Médicale à Domicile en France, à travers la conception de produits à usage unique et la vente de produits médicaux et de services associés pour les professionnels de la Santé, les collectivités médicales et les particuliers.*

### Perspectives

Comme annoncé, le second semestre 2010/11 se présente favorablement et ouvre des perspectives prometteuses sur les mois à venir.

### Produits à marque propre :

Le groupe a enregistré pour plus de 12 M€ de commandes supplémentaires sur l'ensemble de ses marchés - Hôpitaux, Pharmacie et Export - ce qui permet d'anticiper une hausse des ventes sur le S2 supérieure à 20 %, avec une parité €/dollar plus favorable et, des prix sur les matières premières qui devraient sensiblement s'améliorer. Par ailleurs, la répercussion des hausses des matières auprès de la plupart des clients devrait contribuer à un redressement de la marge brute de la division.

### Distribution :

Plusieurs éléments devraient contribuer à une croissance des ventes sur le 2<sup>nd</sup> semestre :

- montée en puissance de la force commerciale renouvelée d'un tiers en 2010 ;
- développement du chiffre d'affaires après réimplantation des surfaces de ventes et mise en place d'assortiments standardisés tournés vers les personnes âgées en recherche d'autonomie ;
- proposition de solutions de financement pour les collectivités et professionnel de santé.

Parallèlement dans un contexte de pression sur les prix de vente, Paramat entend poursuivre ses efforts d'amélioration des marges (réduction des stocks, meilleur sourcing des produits, réorganisation des régions, outils de reporting) visant un retour à l'équilibre dans les mois à venir.

Globalement, le Groupe confirme une croissance anticipée de l'ordre de 5 % sur l'ensemble de l'exercice 2010/11. La stratégie développée dans la distribution ainsi que les nouveaux marchés signés pour une période de 3 ans contribuent à une bonne visibilité à moyen terme.

Par ailleurs, l'augmentation de capital de 2,7 M€, réalisée avec succès en mars et la cession d'actifs non stratégiques envisagée pour un montant supérieur à 1 M€ ainsi que le remboursement annuel de 1,6 M€ d'emprunt moyen terme vont contribuer à la poursuite du désendettement de Euromédis Groupe, en ligne avec ses objectifs.

### Prochaine communication :

Chiffre d'affaires du 3<sup>ème</sup> trimestre 10/11, mi juin 2011.