

**MEMORANDUM DE PRESENTATION
VALORIMER**



Strictement Confidentiel

Septembre 2011

218 600

Avertissement

La présente note a été rédigée par **JSC Consultants** dans le but d'être remise à un nombre restreint d'investisseurs susceptibles d'être intéressés par l'opération envisagée.

Ce rapport a été élaboré sur la base des informations communiquées par l'actionnaire majoritaire de **VALORIMER Sarl** (ci-après « la Société ») relatives à sa situation financière, ses caractéristiques, ses objectifs et sa qualité de personne morale. **JSC Consultants** a procédé avec soin à la collecte des informations nécessaires et a réalisé à partir de celles-ci les analyses contenues dans le présent document, mais n'assume néanmoins aucune responsabilité quant à l'exactitude et au caractère exhaustif de ces informations et analyses.

Le présent document ne saurait se substituer à un audit que le candidat a toujours la possibilité de solliciter auprès de ses propres conseils. Le destinataire de ce document admet par la simple réception de celui-ci, que la Société Valorimer et la Société JSC Consultants ne pourront être tenues pour responsables d'une quelconque inexactitude ou omission qu'il pourrait contenir, ni d'aucune opinion qui y serait formulée.

JSC Consultants diffuse cette note sous le sceau de la confidentialité la plus stricte, avec comme seul objectif de permettre à ses destinataires de se déterminer sur la possibilité de s'intéresser ou non et d'étudier ou non la transaction qui y est décrite.

Le destinataire s'engage à se conformer à l'engagement de confidentialité précédemment signé et à ne transmettre ce document qu'à ceux de ses collaborateurs et conseils qui en auront besoin pour préparer sa décision, après les avoir informés du caractère confidentiel du dossier et leur avoir donné les directives nécessaires aux fins d'éviter toute divulgation. Il s'engage également à utiliser cette note de bonne foi et dans le seul cadre de l'étude de l'opération. En cas de décision de ne pas participer à cette opération, le destinataire devra retourner la présente note ainsi que tout document complémentaire envoyé à JSC Consultants.

transmis

218 600

page

SOMMAIRE

Centrer →

I - SYNTHÈSE

- 1.1 Description synthétique
- 1.2 Principales considérations d'investissement
- 1.3 Transaction proposée

II - DESCRIPTION DE L'ACTIVITE

- 2.1 Historique
- 2.2 Offre produits
- 2.3 Répartition du chiffre d'affaires
- 2.4 Processus de création de valeur
- 2.5 Commercialisation B2C
- 2.6 Voies de développement
- 2.7 Personnel

III - ELEMENTS FINANCIERS

- 3.1 Résultats historique + ~~marques~~ plan à 3 ans.
- 3.2 ~~bilans~~ comptes de financement
- 3.3 Perspectives à long ~~terme~~ moyen terme bilans

3.4 analyse du BFR
3.5 Cash flow normalif

pages

IV - ANNEXES



I - SYNTHÈSE

1.1 Description synthétique

- **Opération proposée** : vente de 100% des parts de la société due au départ à la retraite de son dirigeant M. Bernard DEWAGHE, 66 ans *propriétaire*
- **Secteur** : Compléments Alimentaires.
- **Société à responsabilité limitée** au capital de 24 000 €, immatriculée au RCS de Quimper n° 420 569 030. **Créée**: 1998
- **Produits** : 26 références exclusivement issues de la mer ; domaine d'action : "vitalité, bien-être, minceur", système articulaire et veineux (gélules, produits d'application)
- **Chiffre d'affaires 2010** : 548 k€, Marge brute = 68%, EBIT = 8%, BFR= 8% du CA
- **Mode distribution** : vente par correspondance sur catalogue, internet et salons, directement auprès des consommateurs finaux
- **Effectif** : 4 personnes

I - SYNTHÈSE

1.2 Principales considérations d'investissement

Valorimer représente une opportunité d'investissement car en 10 ans, elle a su fidéliser ses clients grâce à la qualité reconnue de ses produits :

- Qualité des produits liée à ~~leur dosage efficace~~, *l'efficacité du dosage*,
- Préparation du lancement d'une nouvelle gamme Bio végétal, Perspectives d'évolution du CA, ←
- Des marchés encore inexploités,
- La réputation de Valorimer dont l'image (Mer) est actuellement recherchée,
- Un établissement ~~de localisable~~ compte tenu de son canal de distribution,
- Un site internet ~~pleinement~~ opérationnel (marketing + E-commerce),
- Un chiffre d'affaires récurrent, ↗

1.3 Transaction proposée

S/ Actionnaire majoritaire de la société, M. Dewaghe, 66 ans, souhaite prendre sa retraite mais reste ouvert à une convention de consultant si nécessaire. *transitaire*

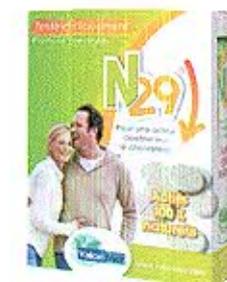
Périmètre de la transaction :

- 100 % de la société, avec ~~en propre~~ *notamment* :
 - son portefeuille de marques,
 - ses formules produits,
 - ses fichiers clients.
 - *ses contrats fournisseurs.*

II – DESCRIPTION DE L'ACTIVITE

2.2 L'offre produits

- La société commercialise une gamme de produits de compléments alimentaires marins :
- 26 références produits,
- 15 marques françaises déposées :
 - Arthro confort, Arthro-protect, Calci Marin, Uro-live, GSH, Florimer, Psorimer, Choll-Inn, O'Meno, Arthro-Canin, ~~Novastatine~~, Ricor, Argiflex, Equimer, ~~Lovastatine~~.
- Produit phare : Arthro Confort,
- Portefeuille de produits en développement :
 - *possible* N29 prévue à moyen terme, *selon accord avec repreneur,*
 - Gamme Bio : Osmose (Digestion, Forme, Circulation, Beauté, Zen - Sommeil)



II - DESCRIPTION DE L'ACTIVITE

2.3 Répartition du Chiffre d'affaires par produit :

Indiquer de quelle Marge brute il s'agit !

indiquer ce que cela signifie
Marge

C.A. Annuel							Qtés fournisseur MGD			Marge brute				
Réf. Tarif	Réf bilan	CA / Produits / An	2008	2009	2010	% CA	2008	2009	2010	P.V.U. TTC	Prix de revient unitaire	M.B. u	% Marge Brute Unitaire	P.V.U HT
D001	70706	Arthro-confort	256457	263913	266943	49,08	6975	5381	3043	45,0	8,95	33,7	79%	42,7
D026	707054	Oméga DHA	29047	21570	24386	4,48	1500	1005	999	30	5,27	23,2	81%	28,4
D017	70705	GSH	29171	28356	23597	4,34	978	832	1056	46	27	16,6	38%	43,6
D021	707039	Neuro vital	28471	22749	21416	3,94	1497	1099	1003	30	5,03	23,4	82%	28,4
D016	707034	Neuro vital 60 cap./Chimere	35799	21983	19755	3,63	3850	1800	2270	18	3,11	14,0	82%	17,1
D034	707044	Collagène marin	2211	10602	17152	3,15	550	2287	1777	15	2,92	11,3	79%	14,2
D015	707053	Magnesium	17513	16506	15630	2,87	1200	1300	1310	20	5,33	13,6	72%	19,0
D005	707032	omega3 +	21844	16400	15422	2,84	1012	598	995	15	3,5	10,7	75%	14,2
D002	707061	Creme arthro-confort 19.6	15775	15203	14961	2,75		1067		25	5,79	17,9	76%	23,7
D099	707021	N29			11818	2,17			1239			0,0		0,0
D019	707037	Litho1hamne	12662	12030	11498	2,11	2150	2050	2130	6	2,66	3,0	53%	5,7
D003	707052	Calcimarin	11634	9125	9570	1,76	1350	1250	1569	10	2,81	6,7	70%	9,5
D018	707049	Arthro canin	6856	5821	7496	1,38	492	436	759	30	2,53	25,9	91%	28,4
D024	707033	Omega3	5898	5950	6142	1,13	1398	1485	997	28	7,79	18,8	71%	26,5
D032	707067	Urolive/ProslacUv	10255	6558	5916	1,09	300	304	450	42	7,72	32,1	81%	39,8
D027	707059	Eau de mer isotonique	4699	164	5899	1,08				18	3,6	13,5	79%	17,1
D037	70702	Huile de krill			5870	1,08				45	10,51	32,1	75%	42,7
D029	707063	Psorimer	10830	7023	5797	1,07	529		137	65	11,77	49,8	81%	61,6
D008	707031	Huile de foie de morue	4007	3904	5554	1,02	650	450	662	15	3,18	11,0	78%	14,2
D017	70725	GSH -export			5200	0,96				25	4,88	18,8	79%	23,7

II – DESCRIPTION DE L'ACTIVITE

2.4 Processus : De la conception à la fabrication



De la fabrication à la livraison finale



II – DESCRIPTION DE L'ACTIVITE

2.5 Commercialisation en B2C

- La société dispose actuellement d'un fichier de 20 000 clients en Vente par Correspondance et 10 000 clients par internet
- Valorimer dispose de 2 sites internet www.valorimer.com exploité depuis 5 ans et www.osmoseinternational.com
- Valorimer est la seule à commercialiser une gamme de compléments alimentaires marins,
- Voir aussi les liens :
 - www.brankinfo.com
 - www.doctissimo.fr
 - www.naturemania.com
- Valorimer est propriétaire de son nom de domaine et gère directement son hébergement.
- Le système informatique relie automatiquement le nom du prescripteur à son client final

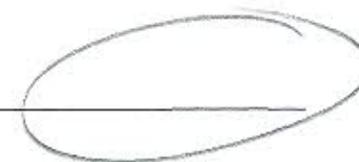


Le prescripteur est-il rémunéré ?

2.6 Politique marketing et communication

- Valorimer a développé son activité grâce :
 - Au bouche à oreille : "Notre force, c'est la reconnaissance de la qualité de nos produits",
 - Aux conseils de 300 prescripteurs à leur clientèle (naturopathes, kinésithérapeutes, ostéopathes, médecins allopathiques, etc...),
 - A la répercussion des conseils d'éminents spécialistes français, (Dr Cloarec Fondateur de l'ANPM, biologistes, Inserm),
 - A sa présence sur les plus grands salons du bien-être et de la santé (salon Zen, Marjolaine, Médecine douce, Bien-être....)
- Prise de commandes reçues par courrier, internet et appels entrants
- Dépenses publicitaires sur les 2 ans : 20 000 € pour l'ensemble de la gamme.

? par an ou pour 2 ans?



II – DESCRIPTION DE L'ACTIVITE

2.7 Voies de développement

- Les possibilités de développement de l'activité sont importantes et diversifiées :
 - L'exploitation des richesses marines dans le domaine des compléments alimentaire recèle un potentiel très important
 - Certains ^{COMMERCE} ~~marchés~~ non encore exploités :
 - Magasins de diététique, parapharmacies, grandes surfaces, vétérinaires non investigués et ce malgré une forte demande.
 - A l'exportation : les pays de l'Est, la Chine et le Japon (très demandeurs des compléments alimentaires marins),

2.8 Personnel = 4 personnes.

Le géant, 1 commerciale sédentaire, 1 secrétaire administrative, 1 comptable (salarié 2 jours par semaine).

Gérant
=

III – ELEMENTS FINANCIERS

3.1 Comptes d'exploitation

EXPLOITATION		2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Chiffre d'affaires	3%	607,0	584,0	532,0	543,0	550,0	566,5	583,5	601,0
dont export		-8,0		-5,0					
autres produits		2,0	-1,2	10,0	0,0	0,0			
Total produits		609,0	582,8	542,0	543,0	550,0	566,5	583,5	601,0
PRI		150,0	169,5	181,0	185,0	176,8	182,1	187,6	193,2
Marge Brute		459,0	413,3	361,0	358,0	373,2	384,4	395,9	407,8
Marge Brute/CA		76%	71%	68%	68%	68%	68%	68%	68%
AACE	0,02	232,0	176,0	183,0	174,0	172,2	174,5	176,8	179,1
Dont Logistique			16,0	14,0	15,0	15,4	15,9	16,3	16,8
log%CA			2,7%	2,6%	2,8%	2,8%	2,8%	2,8%	2,8%
Dont Marketing			74,0	65,0	80,0	77,0	76,5	75,9	75,1
Mkg%CA			12,7%	12,2%	14,7%	14,0%	13,5%	13,0%	12,5%
Dont FG			86,0	104,0	79,0	79,8	82,1	84,6	87,1
FG%CA			14,7%	19,5%	14,5%	14,5%	14,5%	14,5%	14,5%
IT		5,4	7,0	4,0	2,7	3,0	3,0	3,0	3,0
IT%CA			1,2%	0,8%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%
Masse salariale	0,01	144,0	142,0	141,0	143,0	150,0	151,5	153,0	154,5
MS%CA		23,7%	24,3%	26,5%	26,3%	27,3%	26,7%	26,2%	25,7%
Autres			1,0						
EBE		77,4	87,3	33,0	38,3	48,1	55,4	63,1	71,2
Dotations		34,0	17,0	8,0	5,3	5,0	5,0	5,0	5,0
Résultat d'exploitation		43,4	70,3	25,0	33,0	43,1	50,4	58,1	66,2
EBIT % CA		7%	12%	5%	6%	8%	9%	10%	11%
Résultat financier	5%	0,3	-10,0	3,0	1,0	0,0	0,0	0,0	0,0
RCAI		43,7	60,3	28,0	34,0	43,1	50,4	58,1	66,2
REXCEP		1,0		-12,0	-12,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Impôts	20%	-6,0	-17,0	10,0	-6,0	-8,6	-10,1	-11,6	-13,2
RN		38,7	43,3	26,0	16,0	34,5	40,3	46,5	52,9

Ce n'est pas si bon !
La logistique
forme par CIB
est aux alentours
de 10%

3.2 Comptes de financement

FINANCEMENT	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
MBA	72,7	60,3	34,0	21,3	39,5	45,3	51,5	57,9
Capitaux		-0,3	0,0	-1,0				
Dettes financières		0,0	0,0	0,0				
Escompte								
Socfisc		11,3	-21,3	11,0				
autres passifs		0,0	0,0	0,0	19,0			
Immobilisations		-6,6	-2,0	2,7	-5,0	-5,0	-5,0	-5,0
BFR		-3,5	17,5	2,0	1,4	-1,3	-1,3	-1,4
Autres actifs		40,6	-27,0	24,0				
Dispo DP		242,0	343,8	345,0	405,0	459,9	498,9	544,1
Dispo FP		343,8	345,0	405,0	459,9	498,9	544,1	595,6
Check		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Attention: un certain nombre d'opérations en cours sur la fin de l'exercice 2011 modifieront la position de Trésorerie fin 2011. Ces modifications ne sont pas prises en compte dans le tableau ci-dessus.

3.3 Bilans

BILANS	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
capitaux propres	353,0	396,0	422,0	437,0	471,5	511,8	558,3	611,2
Dettes financières					0,0	0,0	0,0	0,0
Escompte					0,0	0,0	0,0	0,0
Dettes fournisseurs	24,0	40,0	31,0	15,0	30,7	31,6	32,5	33,5
Socfisc	30,0	41,3	20,0	31,0	31,0	31,0	31,0	31,0
Autres passifs	2,0	2,0	2,0	2,0	21,0	21,0	21,0	21,0
Immobilisations	34,4	24,0	18,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0
Stocks	80,0	96,5	76,0	58,0	72,7	74,8	77,1	79,4
Clients	5,0	8,0	2,0	2,0	1,6	1,6	1,7	1,7
Autres Actifs	47,6	7,0	34,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0
Dispo	242,0	343,8	345,0	405,0	459,9	498,9	544,1	595,6
total actif	409,0	479,3	475,0	485,0	554,1	595,4	642,8	696,7
contrôle	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Attention: même remarque que sur tableau précédent concernant la position de trésorerie en 2011 et après.

3.4 Analyse du BFR

BFR	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Stocks	80,0	96,5	76,0	58,0	72,7	74,8	77,1	79,4
Clients	5,0	8,0	2,0	2,0	1,6	1,6	1,7	1,7
Fournisseurs	24,0	40,0	31,0	15,0	30,7	31,6	32,5	33,5
BFR	61,0	64,5	47,0	45,0	43,6	44,9	46,2	47,6
BFR%CA	10%	11%	9%	8%	8%	8%	8%	8%
Delta BFR		-3,5	17,5	2,0	1,4	-1,3	-1,3	-1,4
jours stocks	195	208	153	114	150	150	150	150
jours clients	3	5	1	1	1	1	1	1
jours fournisseurs	55	82	59	28	60	60	60	60
TVA	5,5%	5,5%	5,5%	5,5%	5,5%	5,5%	5,5%	5,5%

3.5 Cash flow normatif

Cash flow normatif	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Chiffre d'affaires	532	543	550	567	583	601
Marge brute	361	358	373	384	396	408
MB%CA	68%	66%	68%	68%	68%	68%
Charges excl amort amortissement	328 8	320 5	325 5	329 5	333 5	337 5
Ebit	25	33	43	50	58	66
Ebit % CA	5%	6%	8%	9%	10%	11%
IS	10	-6	-9	-10	-12	-13
RN	35	27	34	40	47	53
Cash flow norm	43	32	39	45	52	58
Investissements	-2	3	-5	-5	-5	-5
Delta BFR	18	2	1	-1	-1	-1
FCF normatif	59	37	36	39	45	52