

OENOBIOI[®]

RAPPORT ANNUEL
2007/2008



SOMMAIRE

Mot d'accueil de la Présidente	P 1
Profil d'Oenobiol	P 2
Mot du Directeur Général	P 3
Stratégie et valeurs de l'entreprise	P 4
Historique	P 5
L'entreprise	P 6
Nouveautés 2007-2008	P 8
Les produits par gamme	P 10
Développement international	P 14
Recherche et développement	P 16
La politique de sous-traitance	P 17
Marketing	P 18
Sites Internet	P 19
Publications Oenobiol	P 20
Éléments financiers	P 21





Le projet OENOBIOIOL

«OENOBIOIOL, UNE MARQUE PIONNIÈRE»

Le concept Oenobiol est né d'une ambition : innover, ne pas imiter ce qui existait déjà mais imaginer de nouvelles solutions pour répondre aux besoins des consommatrices. Pour y parvenir, je me suis appuyée sur mon expérience auprès des femmes, sur le dialogue noué avec elles pendant 10 ans au sein de mon cabinet de médecine esthétique. Oenobiol m'a permis de développer à grande échelle les compléments de beauté qui allaient les aider à se sentir belles et bien dans leur corps.

Aujourd'hui, ce concept, qui associe **nutrition et beauté**, est bien implanté en France. Et nous bénéficions d'un contexte favorable pour étendre ce succès à l'Europe. En effet, l'environnement réglementaire européen devient à la fois plus homogène mais aussi plus contraignant sur le plan scientifique.

Dans ce contexte, Oenobiol, qui a toujours eu une vision scientifique et médicale gardera sa position de leader. En effet, la marque s'appuie sur le conseil du pharmacien et la distribution exclusive en pharmacies et parapharmacies. Cette approche, profondément inscrite dans les gènes de la marque, est aujourd'hui un véritable atout.

Pour innover, nous continuons à écouter les femmes, dont la marque reste très proche, notamment grâce à Internet. Cette proximité nous permet de capter les nouvelles attentes, comme le désir de mincir. Face à cette demande qui concerne toutes les femmes, nous proposons une méthode nouvelle associant compléments alimentaires minceur et régime personnalisé en ligne oenobioldiet.com. Là encore, nous restons fidèles aux racines de la marque, conçue pour les consommatrices et grâce à elles.

Docteur Marie Béjot

Présidente, fondatrice du laboratoire Oenobiol

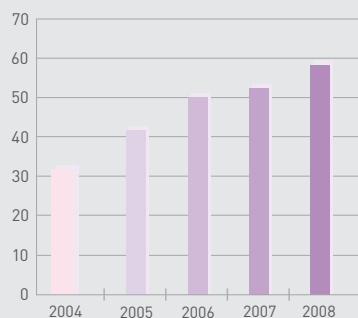
Oenobiol, la beauté par la nutrition

LES CHIFFRES CLÉS

RÉSULTATS TOTAUX

CA

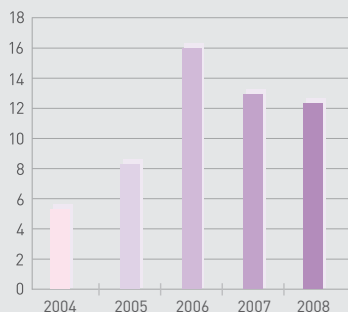
(en millions d'euros)



Chiffre d'affaires

Résultat opérationnel

(en millions d'euros)



Résultat opérationnel

Profit après impôts

(en millions d'euros)

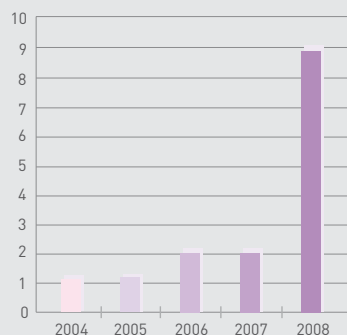


Profit après impôts

RÉSULTATS INTERNATIONAUX

CA

(en millions d'euros)



Chiffre d'affaires à l'international

RÉSULTATS FRANCE

CA France

(en millions d'euros)

● Parts de marché (%)



Chiffre d'affaires France + DOM-TOM



Une croissance en beauté

OENOBIOL A ENREGISTRÉ UNE FORTE CROISSANCE À L'INTERNATIONAL EN 2007/2008. COMMENT ANALYSEZ-VOUS CETTE PROGRESSION ?

Cette bonne performance est due à une forte croissance sur nos marchés existants, notamment en Belgique avec un nouveau distributeur, combinée avec l'ouverture de six nouveaux marchés : l'Espagne, l'Italie, la Slovénie, l'Autriche, la Grèce et la Pologne. En Espagne et en Italie, nous figurons déjà parmi les dix plus grandes marques dans les segments les plus importants que sont le solaire, le capillaire, la peau et la minceur. Nous avons un potentiel de développement très important dans ces pays puisque notre niveau de distribution y est aujourd'hui inférieur de moitié à celui de la France.

QUE S'EST-IL PASSÉ EN FRANCE, OÙ LE CHIFFRE D'AFFAIRES EST EN REcul DE 1,7 % ?

Le marché français des compléments alimentaires de beauté (CAB), qui avait progressé en 2006/2007, a reculé de 7,1 % en 2007/2008. En dépit de cet environnement très défavorable, notre chiffre d'affaires en pharmacie a progressé de 4,7 %. En revanche, les parapharmacies ont été réticentes à accepter nos préventes, préférant déstocker les produits qu'elles détenaient. Cela a entraîné une baisse de nos ventes de 15,6 %. Le chiffre d'affaires global en léger recul ne doit pas faire oublier une très belle progression en parts de marché, de 15,9 % à 18,0 % en valeur, soit +13,2 %, alors qu'elle était stable en 2006/2007 et en baisse en 2005/2006. Nous consolidons donc notre position de leader sur les compléments alimentaires de beauté et prenons, pour la première fois, la deuxième place en valeur du marché total des compléments alimentaires.

LA BAISSÉ DES VENTES EN FRANCE A-T-ELLE AFFECTÉ LES RÉSULTATS FINANCIERS ?

Un contrôle rigoureux de nos coûts nous a permis d'investir fortement à l'international et de compenser les effets de la baisse des ventes en France. Notre profit net s'élève à 8,342 M€, soit un montant quasiment identique à celui réalisé en 2006/2007. Sur les cinq dernières années, nous avons multiplié le profit net plus de six fois et les ventes plus de deux fois.

QUELLE EST LA PART DE L'INNOVATION DANS CE SUCCÈS ?

36 % de notre chiffre d'affaires de l'année a été généré par de nouveaux produits. Nous sommes entrés dans le segment des femmes de plus de 45 ans, nous avons étendu notre gamme en minceur et nous avons lancé un régime en ligne associé à nos produits. Par ailleurs, nous sommes encore plus actifs dans les points de vente afin de théâtraliser la présence de notre marque pour stimuler les décisions d'achat. De même, nous nous attachons à satisfaire les consommatrices lorsqu'elles utilisent nos produits, de façon à favoriser le réachat. Nous y parvenons puisque certains de nos produits, comme le solaire, affichent un taux de satisfaction de plus de 95 %.

QUEL EST L'IMPACT DE CE DÉVELOPPEMENT POUR LES ÉQUIPES OENOBIOL ?

Tout d'abord, elles sont pleinement associées à ce succès, auquel elles ont contribué par leur engagement et leur créativité. Notre croissance va élargir l'éventail des fonctions disponibles et créer de nouvelles possibilités d'évolution, notamment dans l'innovation, le marketing et bien sûr à l'international. De surcroît, elles donnent un sens à leur travail en promouvant le projet d'Oenobiol, « la prévention par la nutrition », qui reste un point essentiel dans notre société.

Philippe Charrier
Directeur Général

L'exigence au service de la beauté

Oenobiol conjugue la rigueur et le sérieux de l'autorité médicale avec le glamour et la créativité du luxe. Ses produits innovants s'adaptent en permanence à la demande des consommatrices et à leur style de vie.

Oenobiol s'est donné pour mission d'embellir efficacement, durablement et naturellement les femmes de l'intérieur. La marque a pour ambition de devenir le leader des compléments alimentaires de beauté en Europe. Pour réaliser cet objectif, Oenobiol s'appuie sur plusieurs atouts :

UNE MARQUE LEADER

Référent connu du marché des compléments alimentaires, Oenobiol consolide année après année sa position de leader. La marque jouit du meilleur taux de notoriété du marché avec 70 % des femmes qui déclarent connaître Oenobiol en juillet 2008, un score en progression de 15 points sur les deux dernières années. Le nombre de consommatrices de la marque a progressé de 6 points sur la même période. Aujourd'hui, 41 % d'utilisatrices de compléments alimentaires ont déjà consommé Oenobiol.

DES INNOVATIONS QUI RÉPONDENT AUX BESOINS DES CONSOMMATRICES

Le choix des produits se fait d'une part en fonction d'actifs innovants bénéficiant d'études cliniques, et d'autre part en fonction des besoins des consommatrices. En 2007-2008, plusieurs produits ont ainsi été lancés : Topslim, Diet, Solaire Intensif Protecteur, Purifiant Peau, Ultra Hydratant, et pour la ménopause 3 produits dans la gamme Femme 45+.

UNE APPROCHE MARKETING EFFICACE

Plus d'un cinquième du budget annuel d'Oenobiol est consacré au marketing. La stratégie marketing est l'un des savoir-faire clés de l'entreprise : elle fait connaître

les produits à travers une communication ciblée, multimédia. Oenobiol propose une vision contemporaine et aspirationnelle de la beauté, mélange de perfection et de singularité, dans des codes toujours actuels, voire novateurs.

UNE EXIGENCE PERMANENTE

Les équipes Oenobiol font preuve de la même exigence, qu'il s'agisse de recherche et développement, de marketing, de commercialisation ou de mise en avant sur le point de vente.

DES EFFECTIFS JEUNES, FORTEMENT RESPONSABILISÉS

L'âge moyen du comité de direction de l'entreprise est aujourd'hui de 38 ans. Lorsqu'elle recrute, l'entreprise recherche systématiquement des salariés à haut potentiel et confie très tôt des responsabilités aux nouveaux collaborateurs. Les diplômés de l'enseignement supérieur représentent ainsi près de 80 % des effectifs.

UNE CULTURE FORTE ET VIVANTE

Pionnière sur le marché des compléments alimentaires, elle conserve toujours une longueur d'avance sur ses concurrents. Fidèle à sa philosophie et à sa culture, elle place au premier rang la valeur et le professionnalisme de ses collaborateurs et de ses partenaires. Elle garantit la fiabilité et l'efficacité de ses produits à travers une information transparente sur les contrôles et les études cliniques dont ils font l'objet. Le docteur Marie Béjot incarne depuis le départ le sérieux de la marque qu'elle a créée.

Un concept novateur

Oenobiol a développé un concept novateur : les compléments alimentaires de beauté. Les compléments alimentaires sont des « denrées alimentaires dont le but est de compléter le régime alimentaire normal et qui constituent une source concentrée de nutriments ou d'autres substances ayant un effet nutritionnel ou physiologique seuls ou combinés, commercialisés sous forme de doses, à savoir les formes de présentation telles que les gélules, les pastilles, les comprimés, les pilules et autres formes similaires, ainsi que les sachets de poudre ».

La saga d'une marque pionnière

Depuis plus de 20 ans, la marque Oenobiol développe, dans un esprit pionnier, un nouvel univers de beauté et d'innovation.

LA BEAUTÉ PAR LA NUTRITION

Oenobiol a été créé par le docteur Marie Béjot, médecin nutritionniste. Issue d'une famille médicale, elle passe son enfance en Afrique auprès d'un père botaniste et c'est là-bas qu'elle puisera son goût pour les plantes et les compléments alimentaires à base de plantes.

1978

Elle ouvre un cabinet médical entièrement voué à l'esthétique et plus particulièrement aux traitements du surpoids et du vieillissement. Elle développe dès cette époque le concept de beauté par la nutrition.

NAISSANCE D'UNE MARQUE

1985

Elle fonde le laboratoire Oenobiol. Pour répondre aux besoins de ses patientes, elle met au point ses premiers compléments beauté. Le premier produit, une capsule hydratante aux acides gras oméga 3, fait son apparition sur le marché.

1989

Elle lance **Oenobiol Solaire**, la capsule solaire qui deviendra le fer de lance de la marque; l'entreprise prend son envol...

Par la suite, de nombreux autres compléments alimentaires vont voir le jour pour répondre aux besoins des consommatrices.

Aujourd'hui, la marque Oenobiol innove en offrant à la fois des services en ligne avec www.oenobioldiet.com, et des compléments alimentaires de beauté.

À LA CONQUÊTE DE L'INTERNATIONAL

La marque est en pleine expansion depuis l'arrivée en 2006 de Philippe Charrier comme vice-Président et Directeur Général (PDG de Procter & Gamble France de 1999 à 2006).

D'abord présente au Canada, au Portugal, au Liban, en Suisse et en Belgique, elle s'étend aujourd'hui en Espagne, Slovénie, Italie, Autriche, Grèce et Pologne.

Un succès reconnu

Marie Béjot a reçu en 2000 le prix Veuve Clicquot de la Femme d'Affaires de l'Année et en 2004 l'insigne de Chevalier de la Légion d'Honneur.

Les produits Oenobiol ont été récompensés à plusieurs reprises par les journalistes de beauté et les consommatrices.

Oenobiol Anti-Âge :

Prix Excellence Marie Claire 1993.

Oenobiol Aquadrainant :

- Médaille d'or Votre Beauté 2003.
- Victoires de la Beauté Cosmétique Magazine 2004.
- Prix Venus Version Femina 2007.

Oenobiol Ultra Hydratant :

Grand Prix Avantages de la Beauté 2007.

Oenobiol Solaire :

Médaille d'or Votre Beauté 2008.

L'entreprise



250 millions
de capsules consommées par an
en France



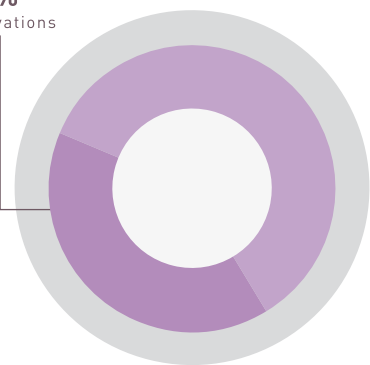
4,7 millions
de boîtes vendues par an
en France



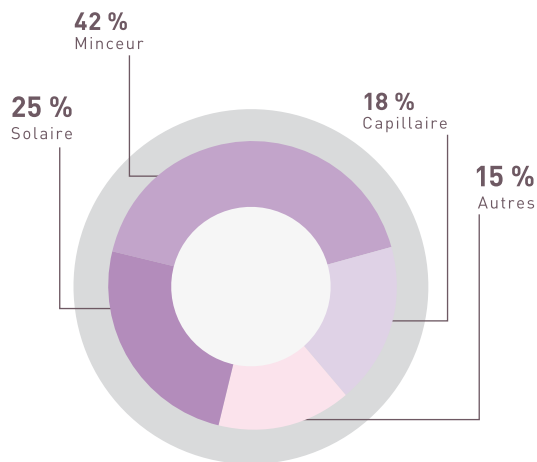
1 million
de consommatrices fidèles

50 salariés, 32 ans d'âge moyen, accord d'intéressement depuis 2004,
un niveau d'études élevé : plus de 80 % de cadres, parité homme-femme.

36 %
Innovations



Part des innovations
dans le CA 2008



Part de chaque gamme
dans le CA 2008



Nouveautés 20

Une innovation majeure vient compléter l'offre du laboratoire pour renforcer le conseil et l'accompagnement des consommatrices.



07/2008

WWW.OENOBIOI.DIET.COM RÉGIME MINCEUR EN LIGNE

Le laboratoire Oenobiol a développé et mis en ligne en janvier 2008 le programme minceur personnalisé en ligne www.oenobioldiet.com.

Ce programme, élaboré scientifiquement, repose sur un système expert unique en son genre mis au point en milieu hospitalier pour les patients en surpoids. Il s'agit d'un régime totalement personnalisé qui permet une perte de poids efficace et durable grâce à un suivi diététique hebdomadaire. L'originalité du programme www.oenobioldiet.com réside dans sa capacité à faire mincir sans faim et sans restrictions.

Pour la première fois, le pharmacien peut proposer à sa cliente un régime personnalisé correspondant à son âge et à ses besoins :

- **Cellulite** : pour réduire les capitons et la peau d'orange
- **Express** : pour déclencher plus rapidement la perte de poids
- **Liberté** : pour perdre du poids à son rythme
- **Femme 45+** : pour garder la ligne après 45 ans



Mince et
séduisante
après
45 ans

Catherine Bailey

OENOBIOI FEMME 45+

Le marché des compléments alimentaires s'adressant aux femmes ménopausées a fortement progressé en 2008, car les femmes sont de plus en plus attirées par une approche naturelle : compléments alimentaires à base de plantes.

Oenobiol a lancé avec succès en 2008 une gamme de compléments alimentaires spécifiques dont les actifs sont testés cliniquement : Oenobiol Femme 45+. Les nouveautés Femme 45+ (Ventre Plat et Rétention d'eau) ont représenté 24 % des sorties consommateurs minceur et 10 % des sorties consommateurs totales sur 2007/2008. Cette gamme comprend 3 produits :

- **Femme 45+ Ventre plat** agit spécifiquement sur le ventre et le tour de taille en réduisant la masse grasse.
- **Femme 45+ Rétention d'eau** favorise l'élimination et réduit les sensations de gonflement.
- **Femme 45+ Beauté des cheveux** freine la perte des cheveux, active la pousse et leur redonne volume et épaisseur.

Régime personnalisé Oenobiol Femme 45+ sur le site : www.oenobioldiet.com.



LA GAMME SOLAIRE

En 2008, le marché des compléments alimentaires solaires a connu une baisse de 5,5 % et représente 10,2 % des compléments alimentaires de beauté. Oenobiol, pionnier dans le domaine des compléments alimentaires solaires, réalise pour sa part 39,6 % des ventes globales de ce marché, avec une part de marché en hausse de 2,9 %.

Oenobiol Solaire permet de mieux bronzer tout en s'exposant moins au soleil.

Oenobiol Solaire privilégie l'apport de caroténoïdes végétaux filtrants, présents physiologiquement dans la peau.

Lycopène, lutéine, phytoène et phytofluène permettent de protéger la peau des radicaux libres induits par les UV et de stimuler la synthèse de mélanine, pigment responsable du bronzage naturel.

Les produits de la gamme Oenobiol Solaire activent le bronzage et améliorent la tolérance au soleil, tout en préservant le capital jeunesse de la peau.

La gamme Oenobiol Solaire a été testée cliniquement sous contrôle dermatologique.

Selon les types de peau :

- **Oenobiol Solaire Intensif**, peaux normales ou mixtes.
- **Oenobiol Solaire Intensif Hydratant**, enrichi en oméga 3 d'origine végétale : peaux sèches et très sèches.
- **Oenobiol Solaire Intensif Protecteur**, enrichi en caroténoïdes filtrants : peaux claires et sensibles.





LA GAMME PEAU

Le marché des compléments ciblés sur les soins de la peau représente près de 10 % des ventes des compléments alimentaires de beauté. Ce secteur du marché a enregistré, en 2008, une baisse des ventes d'environ 12 % par rapport à l'année précédente. Oenobiol réalise 23,1 % de part de marché, un chiffre en augmentation de 12 % par rapport à l'année 2007.

Oenobiol a mis au point des produits dont l'efficacité sur la peau est démontrée par des études cliniques :

- **Oenobiol Ultra Hydratant** s'adresse à toutes celles qui ont la peau sèche et réactive. Il hydrate la peau, la protège du dessèchement et diminue les irritations. La peau redevient souple, douce et éclatante.
- **Oenobiol Purifiant Peau** réduit visiblement les imperfections et régule la sécrétion de sébum.
- **Oenobiol Regard** diminue le volume des poches et la couleur des cernes.
- **Oenobiol Anti-Rides Q10 Anti-Âge dès 30 ans** prévient l'apparition des rides, lisse la peau et active sa radiance.
- **Oenobiol Lifting Anti-Âge dès 40 ans** densifie et active l'éclat de la peau.

LA GAMME CAPILLAIRE

Le marché des compléments alimentaires destinés aux soins des cheveux représente environ 13 % des ventes globales. Ce secteur connaît une évolution de presque 5 % entre 2007 et 2008. Le laboratoire Oenobiol détient presque 29 % de part de marché, et ce chiffre reste quasiment stable.

Les compléments Oenobiol Capillaire offrent aux cheveux brillance, vitalité, force et éclat.

- **Oenobiol Anti-Chute Capillaire** diminue la chute des cheveux, active la pousse et améliore la densité capillaire.
- **Oenobiol Fortifiant Cheveux et Ongles** favorise la synthèse de kératine ; les cheveux sont plus forts et les ongles brillants et plus résistants.





LA GAMME MINCEUR

Les produits minceur représentent les deux tiers du marché des compléments alimentaires de beauté. Oenobiol détient en 2008 10,3 % de part de marché. Ce taux a augmenté de 39 % par rapport à l'année précédente.

Chaque complément alimentaire minceur Oenobiol répond à un besoin spécifique :

Oenobiol Diet

agit sur le surpoids.

Testé cliniquement en double aveugle contre placebo, il entraîne une perte de poids chez le sujet en surpoids.

Pour obtenir des résultats plus rapides, les consommatrices peuvent utiliser le régime personnalisé www.oenobioldiet.com.

The screenshot shows the Oenobioldiet website with the following elements:

- Header:** Oenobioldiet logo and navigation links.
- Main Content:**
 - Section: "Nos différents programmes minceur" with four sub-sections: "cellulite", "express", "liberte", and "femme 45+".
 - Section: "Perdez 3 à 4 kg dès le 1^{er} mois avec le régime." with a "Faire un bon choix" button.
 - Section: "Optimisez vos résultats avec les compléments alimentaires OENOBIOI MINCEUR" featuring a product box image.
- Footer/Additional Info:**
 - "Mes engagements" with a list of points.
 - "Où le trouver" section.
 - "MCC et bien nutritionnel gratuits" section with input fields for name, email, and phone number.

Oenobiol Aquadrainant Rétention d'eau

lutte contre les sensations de gonflements des jambes et l'excès d'eau.

Sa formule à l'Aquadrainol, un extrait actif de pépins de raisin aux propriétés anti-eau, affine, allège et regalbe les jambes.

Oenobiol Cellulite

réduit la cellulite et l'aspect peau d'orange de la peau.

Sa formule, testée cliniquement contre placebo, associe des extraits actifs de pépins de raisin anti-eau et des lipides minceur végétaux.



Oenobiol Remodelant Liporéducteur

**cible les rondeurs rebelles localisées sur la taille,
le ventre et les hanches.**

Il associe des lipides minceur végétaux et du chélate de chrome. Il réduit la taille des adipocytes et le stockage des lipides. Les résultats apparaissent dès la sixième semaine.

Oenobiol Topslim

2 formules aux extraits de plante dont l'efficacité est scientifiquement démontrée. Une technologie sachet innovante qui garantit la fraîcheur des actifs et leur efficacité.

- **Topslim Brûleur**
permet de brûler des calories en activant la thermogenèse et contribue à affiner la silhouette.
- **Topslim Draineur**
agit sur l'excès d'eau.



Développement International

L'objectif stratégique d'Oenobiol est de devenir le leader des compléments alimentaires de beauté en Europe. Une ambition que la prochaine harmonisation des législations européennes devrait favoriser.

Depuis 2006, Oenobiol acquiert peu à peu une dimension internationale. La marque est historiquement présente au Canada, au Portugal, au Liban, en Suisse et en Belgique. A partir de 2007 elle s'est implantée en Autriche, Espagne, Grèce, Italie, Pologne et Slovénie. Une stratégie plus ambitieuse a permis de renforcer sa présence en Belgique, au Canada et au Portugal.

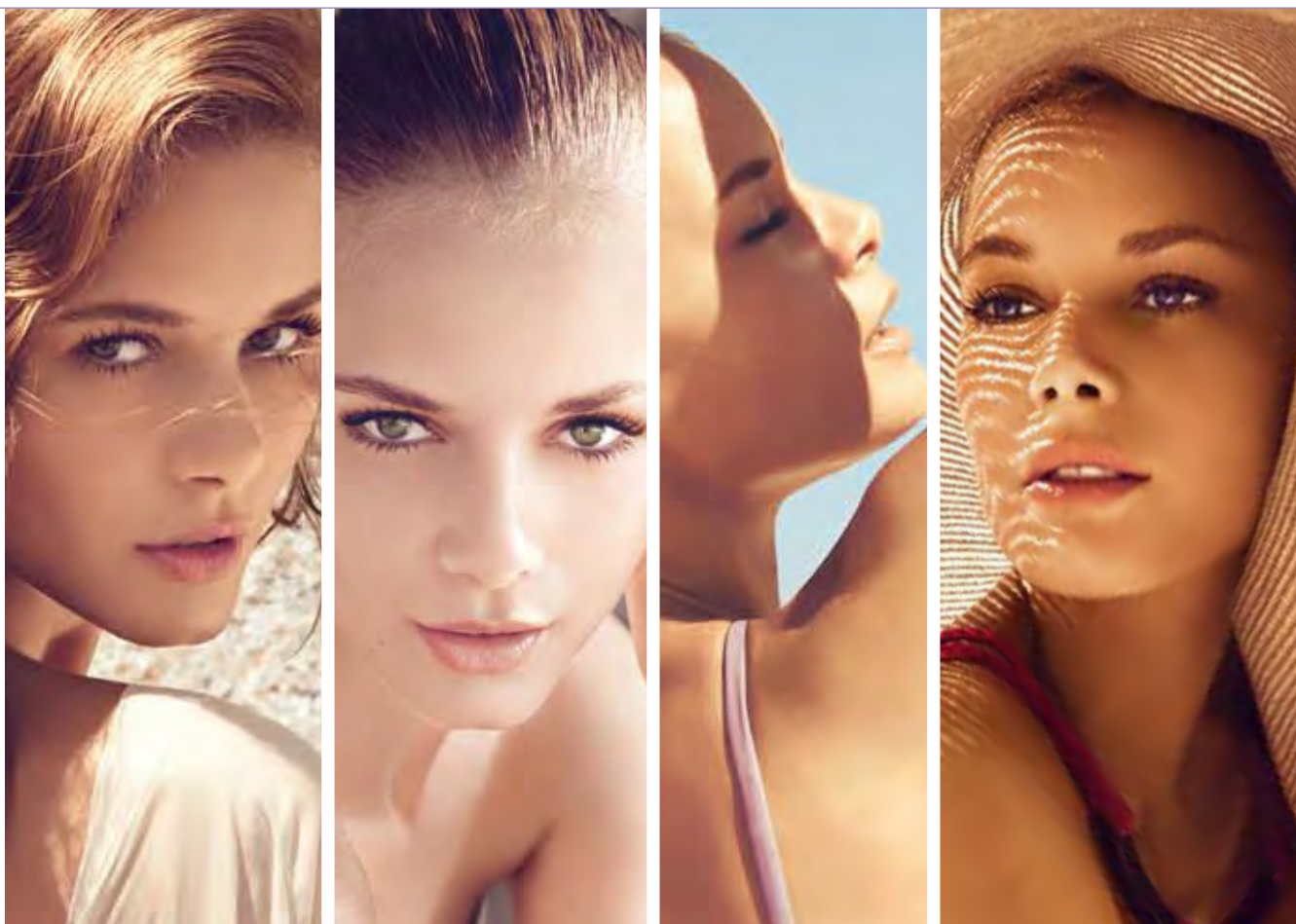
Dans le droit fil de cette stratégie, la distribution s'étendra à de nouveaux pays en 2009 tels que l'Allemagne, la Bulgarie, la Russie, le Mexique, l'Arabie Saoudite et les Emirats Arabes Unis.

OENOBIOL DANS LE MONDE



○ Marchés visés pour l'année 2008-2009

● Implantations actuelles



EUROPE : UNE OPPORTUNITÉ HISTORIQUE

Oenobiol ambitionne de devenir leader des compléments alimentaires de beauté en Europe. La maturité et la taille des marchés européens sont aujourd'hui très diverses.

Les marchés du Sud (péninsule ibérique et Italie) sont proches de la France, bien que plus jeunes. Les marchés du Nord sont davantage axés sur la santé et sont très concurrentiels. Enfin, les marchés de l'Est, faiblement développés, sont néanmoins prometteurs à moyen terme car les modes de consommation, soutenus par la croissance du pouvoir d'achat, y évoluent rapidement.

Après s'être attaquée avec succès aux gros marchés du Sud de l'Europe, la marque remonte désormais vers le Nord, et aura ouvert tous les pays frontaliers de la France en 2009 avec le lancement d'Oenobiol en Allemagne.

A l'horizon 2010, l'harmonisation européenne de législations, jusqu'alors disparates, va permettre à l'entreprise d'avoir une vision de marché unique. C'est pour Oenobiol une opportunité d'étendre son leadership à toute l'Europe

alors que la concurrence dans ce segment s'accroît. Oenobiol se doit en effet de rester le pionnier, acteur incontournable de la catégorie aux côtés d'autres marques dont la dimension est le plus souvent nationale ou dominante sur un ou deux marchés.

UNE APPROCHE CIBLÉE DES MARCHÉS

Aujourd'hui, le développement stratégique global d'Oenobiol s'appuie donc sur trois typologies de marchés :

- **Les pays cœur** : ce sont les poids lourds économiques de l'Europe et des grandes régions du monde.
- **Les pays stratégiques** : ces marchés de moyenne importance mais assez bien établis permettent aussi d'approcher des pays cœur.
- **Les pays émergents ou pays d'opportunités** : dans ces pays de puissance modérée mais avec une bonne croissance, la marque, sans avoir à s'acquitter d'un « ticket d'entrée » élevé, peut trouver sa place et grandir avec le marché.

L'information des consommateurs, un enjeu majeur pour la R&D

Alors que l'environnement réglementaire se durcit, Oenobiol a depuis longtemps construit sa réputation sur une information transparente et sur la qualité des études et contrôles auxquels sont soumis ses produits.

La Charte de qualité Oenobiol

Les compléments alimentaires Oenobiol font l'objet d'une recherche constante et d'une exigence permanente:

- Actifs sélectionnés en fonction de besoins constatés.
- Formules mises au point en collaboration avec des nutritionnistes et des dermatologues.
- Fabrication dans le strict respect des normes pharmaceutiques garantissant leur traçabilité.
- Efficacité démontrée par des études de biodisponibilité et des études cliniques sous contrôle médical.
- Compléments alimentaires conformes à la réglementation européenne (Directive 2002/46/CE et règlement numéro 1924/2006 du parlement européen et du conseil du 20 décembre 2006).

DES ÉTUDES CLINIQUES POUR CHAQUE NOUVELLE FORMULE

Des études cliniques sous contrôle médical garantissant la biodisponibilité, l'efficacité et la bonne tolérance des compléments alimentaires Oenobiol. Voir liste des études publiées en annexe.



Getty Images



Un réseau de partenaires industriels experts

Oenobiol se focalise sur son cœur de métier. L'entreprise fait fabriquer ses produits par des sous-traitants dans un environnement pharmaceutique, tout en conservant la maîtrise de certains processus de fabrication.

ACTIVITÉ INDUSTRIELLE OENOBIOL

Elle se décompose en 3 étapes principales :

1. Achat et contrôle des matières premières
2. Fabrication de semi-finis
3. Contrôle des produits finis

Ces étapes sont sous-traitées chez différents prestataires de service européens reconnus pour leur expertise, leur réactivité et leur compétitivité. Ils répondent aux critères internationaux de qualité (Certificat GMP, HACCP, ISO).



1. ACHAT ET CONTRÔLE DES MATIÈRES PREMIÈRES

Cette activité garantit la qualité des produits et maintient un prix compétitif des matières premières.

Pour les principales matières premières utilisées, l'entreprise valide au minimum deux fournisseurs (« dual sourcing »). Chaque fournisseur de matière première fait l'objet d'une qualification passant par un audit qualité de la part du service assurance qualité d'Oenobiol.

entreprises classées pharmaceutiques respectant les « good manufacturing practices » (GMF), équivalant aux bonnes pratiques de fabrication en France.

Les formes galéniques sont les suivantes :

- Capsules molles (3 fournisseurs européens)
- Comprimés pelliculés et gélules (3 fournisseurs français)
- Sticks (2 fournisseurs français)

2. FABRICATION DE SEMI-FINIS

Oenobiol fait sous-traiter l'ensemble de la fabrication des semi-finis (capsules, comprimés, sticks, boissons) auprès de sous-traitants hautement qualifiés.

Les sous-traitants de semi-finis doivent respecter des règles internationales de qualité et Oenobiol choisit des

3. CONTRÔLE DES PRODUITS FINIS

Les produits sont analysés systématiquement après chaque fabrication avant d'être autorisés à la vente.

En fonction de la nature des produits contrôlés et du type de tests réalisés (chimiques et/ou bactériologiques), Oenobiol travaille avec des laboratoires de contrôle indépendants.

La force d'un positionnement unique

Le marketing joue un rôle-clé dans le succès d'Oenobiol. De la conception des produits en passant par l'écoute des consommatrices, jusqu'à la politique de distribution exclusive en pharmacies, la marque occupe un territoire original et place la nutrition au cœur de la beauté et du bien-être.

- Oenobiol est distribué en pharmacies et parapharmacies.
- Les 8 000 clients directs du laboratoire se répartissent de la manière suivante : 7 500 pharmacies et 500 parapharmacies.

Les consommatrices s'adressent à des professionnels de santé pour acheter leurs produits. Les points de vente sont fidèles à l'image d'Oenobiol : fiabilité scientifique et suivi personnalisé du client. Le laboratoire cherche ainsi à obtenir la préférence des consommatrices et à devenir le partenaire privilégié des pharmaciens.

OENOBIOL, N°1 EN FRANCE

Leader sur son marché, la marque couvre tous les segments de la beauté : peau, minceur, capillaire et solaire. Son succès repose sur l'efficacité des produits testés cliniquement et sur la confiance des consommatrices. « La beauté par la nutrition, nous y avons cru avant les autres », se félicite le docteur Marie Béjot.

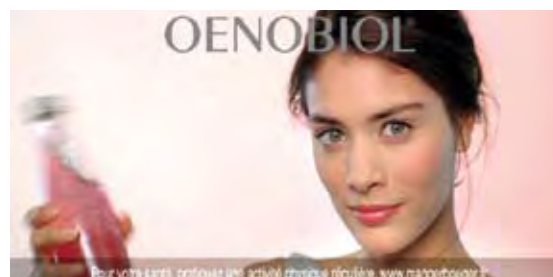
UN DIALOGUE CONSTANT AVEC LES CONSOMMATRICES

Les diététiciennes du Service Consommateurs aident les consommatrices dans leur choix et répondent à leurs questions tant sur la nutrition que sur les produits.

Ces échanges permettent de mieux répondre aux besoins des consommatrices.

PUBLICITÉ, ENTRE GLAMOUR ET RIGUEUR SCIENTIFIQUE

En 2008, la communication a représenté 22 % du CA d'Oenobiol en France (soit presque 11 millions d'euros), dont 58 % pour les dépenses de médias. Le positionnement original et constant d'Oenobiol a toujours oscillé entre la rigueur et le sérieux de l'autorité médicale et le glamour et la créativité du luxe. La marque répond aux besoins d'une clientèle féminine, active et moderne. En 2008, Oenobiol a développé une approche multimédia : affichages, Internet, presse, radio, télévision, déclinés en fonction des cibles.



Oenobiol soutient Étincelle

Installée dans le Centre de Santé Municipal d'Issy-les-Moulineaux, Étincelle est la première association en France, en dehors de l'hôpital, consacrée à la qualité de vie des femmes atteintes d'un cancer du sein. Étincelle propose à ces femmes une prise en charge globale gratuite orientée vers la préservation de l'image et de la féminité mises à mal par la maladie. Oenobiol soutient l'association en proposant les services d'une diététicienne qui assure sur place des consultations de diététique.

Plus proche des consommatrices avec Internet

Le site internet www.oenobiol.com permet aux consommatrices d'obtenir des informations sur les produits, sur la nutrition et des régimes en ligne avec oenobioldiet.com.

L'abonnement gratuit au cercle Oenobiol permet aux membres de recevoir des informations et des offres exclusives.

OENOBIOLE + **LeDiet.fr** = **Oenobioldiet™**
NUTRITION ET BEAUTE LA CIRCUITE DU POUCE Une perte de poids efficace et durable

Votre programme minceur

Toutes les conditions sont réunies pour que vous ne vous sentiez plus "au régime"

- Vous gardez l'essence de ce que vous aimez avec une grande liberté de choix d'aliments.
- Vous gardez le plaisir de la table et des repas en famille ou entre amis.
- Le niveau calorique de votre Programme Minceur est calculé, individuellement, dans votre cas, sans restriction inutile.
- Votre capital santé est préservé : vos éventuels excès ou carences en nutriments, vitamines et minéraux sont corrigés.
- C'est une condition déterminante pour stabiliser votre poids, sans effort, une fois votre objectif de poids atteint.
- Votre Programme Minceur ne comporte ni médicaments ni substituts d'aliments.

Pour atteindre votre objectif de poids de 62 kg, choisissez votre formule Oenobioldiet :

cellulite	express	liberté	femme 45+
			
Pour réduire les capots et la peau d'orange	Pour déclencher plus rapidement la perte de poids	Pour perdre du poids à votre rythme	Pour garder la ligne à la ménopause

Si vous bénéficiez d'un code avantage, entrez le cd :

Maintenant, choisissez votre formule :

Je commande **Oenobioldiet Cellulite**

Je commande **Oenobioldiet Express**

Je commande **Oenobioldiet Liberté**

Je commande **Oenobioldiet Femme 45+**

L'accompagnement diététique Oenobioldiet™ : nous veillons à votre confort

- Chaque semaine, nous ajustons votre programme nutritionnel en fonction de votre comportement alimentaire, de votre perte de poids et de vos souhaits.
- Nos diététiciennes sont à votre disposition au 01 55 66 26 52 du lundi au vendredi pour répondre à vos questions.

► Témoignages

- BRAVO POUR VOTRE PROGRAMME, il n'est pas très contraignant, et permet de perdre des kilos malgré les écarts

- Je tiens à vous dire que votre site est génial et extrêmement bien fait.

- d'abord bravo pour votre méthode qui n'est pas fantaisiste (comme d'autres sites en proposant et je tiens à vous dire que j'ai déjà perdu 10kg)

[Lire les témoignages](#)



Réduit l'aspect peau d'orange

Pour optimiser votre perte de poids

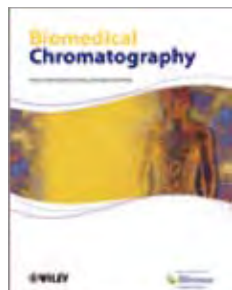
utilisez conjointement le complément alimentaire **Oenobiol Diet**



Efficacité prouvée (document)

CONTACTONS-NOUS | CONFIDENTIALITE | NOTIFICATION | RESPONSABILITE | INTERNETMILIEU ET LIBERTES

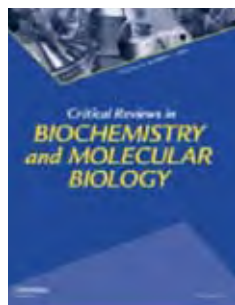
PUBLICATIONS OENOBIOL



Postaire E, Kouyate D, Rousset G, Regnault C, Lati E, Béjot M, Gossieux P, Hazebrucq G. **Plasma Concentrations of β -Carotene, Vitamin A and Vitamin E after β -Carotène and Vitamin E intake.** Biomedical Chromatography, 1993 7(3) pp 136-138.



Regnault C, Postaire E, Rousset GJ, Béjot M, Hazebrucq G. **Influence of β -Carotene, vitamin E and vitamin C on endogenous antioxidant defenses in erythrocytes.** The Annals of Pharmacotherapy, 1993 27 pp 1349-1350.



Postaire E, Regnault C, Simonet L, Rousset G, Béjot M. **Increase of singlet oxygen protection of erythrocytes by vitamin E, vitamin C, and β -Carotene intakes.** Biochemistry and Molecular Biology, 1995 35(2) pp 371-374.



Cesarini JP, Michel L, Maurette JM, Adhoute H, Béjot M. **Immediate effects of UV radiation on the skin: modification by an antioxidant complex containing carotenoids.** Photodermatology, Photoimmunology & Photomedicine, 2003 19 pp 182-189.

Postaire E, Jungmann H, Béjot M, Heinrich U, Tronnier H. **Evidence for antioxidant nutrients-induced pigmentation in skin: results of a clinical trial.** Biochemistry and Molecular Biology International, 1997 42(5) pp 1023-1033.

Maurette JM, Grivet C, Béjot M. **Evaluation d'Oenobiol Regard® dans le soin des poches sous-palpebrales.** Les Nouvelles Dermatologiques, 2004 23 pp 517-521.

Djian B, Maillet P, Maurette JM, Béjot M. **Evaluation de l'amélioration symptomatique et de la tolérance d'Oenobiol Aquadrainant® chez les femmes présentant une symptomatologie de « jambes lourdes ». Un essai randomisé prospectif comparant deux doses d'Oenobiol Aquadrainant® et un placebo.** Angéiologie, 2006 58(3) pp 517-521.

Heinrich U, Tronnier H, Stahl W, Béjot M, Maurette JM. **Antioxydant Supplements Improve Parameters Related to Skin Structure in Humans.** Skin Pharmacol Physiol, 2006 19 pp 224-231.



De Spirt S, Stahl W, Tronnier H, Sies H, Béjot M, Maurette JM, Heinrich U. **Intervention with flaxseed and borage oil supplements modulates skin condition in women.** British Journal of Nutrition, 2008 20(3) pp 1-6.



Gandia P, Bour D, Maurette JM, Donazzolo Y, Duchène P, Béjot M, Houin G. **A Bioavailability Study Comparing Two Oral Formulations Containing Zinc (Zn Bis-Glycinate vs. Zn Gluconate) After a Single Administration to Twelve Healthy Female Volunteers.** International Journal Vitamin and Nutrition Research, 2007 77(4) pp 243-248.

Sommaire

ÉLÉMENTS FINANCIERS

Bilan actif	P 22
Bilan passif	P 23
Compte de résultat	P 24
Compte de résultat sur 10 ans	P 26
Soldes intermédiaires de gestion - négoce	P 28
Règles et méthodes comptables	P 29
Immobilisations	P 31
Amortissements	P 32
Provisions et dépréciations inscrites au bilan	P 33
État des créances et des dettes	P 34
Produits à recevoir et charges à payer	P 35
Produits et charges constatés d'avance	P 36
Composition du capital social	P 36
Ventilation du chiffre d'affaires net	P 37
Ventilation de l'impôt sur les bénéfices	P 37
Écart de conversion sur créances et dettes en monnaies étrangères	P 38
Accroissements et allègements de la dette future d'impôt	P 38
Effectif moyen	P 39
Rapport général du commissaire aux comptes	P 40

BILAN ACTIF

	31/08/2008			31/08/2007
	Brut	Amort. dépréciat.	Net	Net
CAPITAL SOUSCRIT NON APPELÉ				
ACTIF IMMOBILISÉ				
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES				
Frais d'établissement				
Frais de recherche et développement				
Concessions, brevets, licences, logiciels, droits et valeurs similaires	2 282 468	885 417	1 397 052	1 452 341
Fonds commercial ⁽¹⁾				
Autres immobilisations incorporelles				
Immobilisations incorporelles en cours	45 832		45 832	229
Avances et acomptes				
IMMOBILISATIONS CORPORELLES				
Terrains	11 434		11 434	11 434
Constructions	92 323	11 955	80 368	84 353
Installations techniques, matériel et outillage industriels	1 329 487	1 017 786	311 702	223 358
Autres immobilisations corporelles	1 721 367	1 449 052	272 316	198 354
Immobilisations corporelles en cours	846 487		846 487	189
Avances et acomptes				
IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES ⁽²⁾				
Participations				
Créances rattachées à des participations				
Titres immobilisés de l'activité de portefeuille				
Autres titres immobilisés				
Prêts	45 000		45 000	
Autres immobilisations financières	116 312		116 312	99 871
	6 490 710	3 364 209	3 126 501	2 070 128
ACTIF CIRCULANT				
STOCKS ET EN-COURS				
Matières premières et autres approvisionnements	2 271 285	61 120	2 210 165	1 703 560
En-cours de production (biens et services)				
Produits intermédiaires et finis	5 726 118	199 125	5 526 993	2 358 065
Marchandises				
AVANCES ET ACOMPTES VERSÉS SUR COMMANDES				
CRÉANCES ⁽³⁾				
Clients et comptes rattachés	437 499		437 499	316 500
Autres créances	13 172 435	28 340	13 144 095	10 984 918
Capital souscrit - appelé, non versé				
VALEURS MOBILIÈRES DE PLACEMENT				
Actions propres				
Autres titres	2 235 526		2 235 526	6 007 488
Instruments de trésorerie				
DISPONIBILITÉS	58 454		58 454	365 585
Charges constatées d'avance ⁽³⁾	768 967		768 967	554 931
	24 670 284	288 585	24 381 699	22 291 048
Charges à répartir sur plusieurs exercices				
Primes de remboursement des emprunts				
Écarts de conversion actif	18 599		18 599	
TOTAL GÉNÉRAL	31 179 593	3 652 794	27 526 800	24 361 175

(1) Dont droit au bail

(2) Dont à moins d'un an (brut)

(3) Dont à plus d'un an (brut)

Bilan au 31 août 2008

BILAN PASSIF

	31/08/2008	31/08/2007
	Net	Net
CAPITAUX PROPRES		
Capital (dont versé : 691 900)	691 900	691 900
Primes d'émission, de fusion, d'apport	3 397 885	3 397 885
Écarts de réévaluation		
Écart d'équivalence		
Réserves :		
- Réserve légale	69 190	69 190
- Réserves statutaires ou contractuelles		
- Réserves réglementées		
- Autres réserves	14 515	996
Report à nouveau		
RÉSULTAT DE L'EXERCICE (BÉNÉFICE OU PERTE)	8 341 633	8 454 699
Subventions d'investissement		
Provisions réglementées		
	12 515 124	12 614 670
AUTRES FONDS PROPRES		
Produits des émissions de titres participatifs		
Avances conditionnées		
Autres fonds propres		
PROVISIONS		
Provisions pour risques	213 599	500 000
Provisions pour charges	310 865	147 907
	524 464	647 907
DETTES ⁽¹⁾		
Emprunts obligataires convertibles		
Autres emprunts obligataires		
Emprunts et dettes auprès d'établissements de crédit ⁽²⁾	873 136	357 484
Emprunts et dettes financières	30 084	29 893
Avances et acomptes reçus sur commandes en cours		
Fournisseurs et comptes rattachés	10 582 659	7 866 890
Dettes fiscales et sociales	1 903 292	1 271 082
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés		
Autres dettes	1 097 540	1 562 176
Instruments de trésorerie		
Produits constatés d'avance ⁽¹⁾	500	500
	14 487 211	11 088 025
Écarts de conversion passif		10 573
TOTAL GÉNÉRAL	27 526 800	24 361 175
(1) Dont à plus d'un an ^(a)	1 000	4 400
(1) Dont à moins d'un an ^(a)	14 486 211	11 083 625
(2) Dont concours bancaires courants et soldes créditeurs de banque	842 874	327 459
(3) Dont emprunts participatifs		

(a) À l'exception des avances et acomptes reçus sur commandes en cours

Compte de résultat du 1^{er} septembre 2007 au 31 août 2008

COMPTE DE RÉSULTAT

	31/08/2008			31/08/2007
	France	Export.	Total	Total
PRODUITS D'EXPLOITATION ⁽¹⁾				
Ventes de marchandises				
Production vendue (biens)	49 229 135	9 104 320	58 333 456	52 911 050
Production vendue (services)	135 084		135 084	55 500
CHIFFRE D'AFFAIRES NET	49 364 219	9 104 320	58 468 539	52 966 550
Production stockée			2 727 627	- 31 216
Production immobilisée				
Produits nets partiels sur opération à long terme				
Subventions d'exploitation				
Reprises sur provisions et transfert de charges			2 067 639	1 127 713
Autres produits			1 323	9 141
			63 265 128	54 072 188
CHARGES D'EXPLOITATION ⁽²⁾				
Achats de marchandises				
Variation de stocks				
Achat de matières premières et autres approvisionnements			7 974 938	4 564 611
Variation de stocks			- 426 812	74 874
Autres achats et charges externes ^(a)			36 320 452	29 720 036
Impôts, taxes et versements assimilés			581 415	544 649
Salaires et traitements			3 574 136	3 109 968
Charges sociales			1 768 598	1 462 487
Dotations aux amortissements, dépréciations et provisions :				
- Sur immobilisations : dotations aux amortissements			295 343	293 432
- Sur immobilisations : dotations aux provisions				
- Sur actif circulant : dotations aux dépréciations			260 245	798 812
- Pour risques et charges : dotations aux provisions			282 319	70 342
Autres charges			894	1 830
			50 631 527	40 641 042
RÉSULTAT D'EXPLOITATION			12 633 601	13 431 145
QUOTES-PARTS DE RÉSULTAT SUR OPÉRATIONS FAITES EN COMMUN				
Bénéfice attribué ou perte transférée				
Perte supportée ou bénéfice transféré				
PRODUITS FINANCIERS				
De participations ⁽³⁾				
D'autres valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé ⁽³⁾				
Autres intérêts et produits assimilés ⁽³⁾			39 981	39 999
Reprises sur dépréciations, provisions et tranfert de charges				
Différences positives de change			55 888	5 023
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement				
			95 869	45 022
CHARGES FINANCIÈRES				
Dotations aux amortissements, dépréciations et provisions			18 599	
Intérêts et charges assimilées ⁽⁴⁾			414 421	341 543
Différences négatives de change			44 403	10 186
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement				
			477 423	351 730
RÉSULTAT FINANCIER			- 381 554	- 306 707
RÉSULTAT COURANT AVANT IMPÔTS			12 252 047	13 124 438

Compte de résultat du 1^{er} septembre 2007 au 31 août 2008

COMPTE DE RÉSULTAT (suite)

	31/08/2008	31/08/2007
	Total	Total
PRODUITS EXCEPTIONNELS		
Sur opérations de gestion	424 915	151 791
Sur opérations en capital		
Reprises sur dépréciations, provisions et transferts de charges	500 762	321 000
	925 678	472 791
CHARGES EXCEPTIONNELLES		
Sur opérations de gestion	815 781	627 463
Sur opérations en capital	762	
Dotations aux amortissements dépréciations, et provisions	195 000	500 000
	1 011 543	1 127 463
RÉSULTAT EXCEPTIONNEL	- 85 866	- 654 672
Participation des salariés aux résultats de l'entreprise		- 3 815
Impôts sur les bénéfices	3 824 548	4 018 882
TOTAL DES PRODUITS	64 286 675	54 590 001
TOTAL DES CHARGES	55 945 041	46 135 302
BÉNÉFICE OU PERTE	8 341 633	8 454 699

(a) Y compris :

- Redevances de crédit-bail mobilier
- Redevances de crédit-bail immobilier

(1) Dont produits afférents à des exercices antérieurs

(2) Dont charges afférentes à des exercices antérieurs

(3) Dont produits concernant les entités liées

(4) Dont intérêts concernant les entités liées

Compte de résultat du 1^{er} septembre 1998 au 31 août 2008

COMPTE DE RÉSULTAT SUR 10 ANS

	1998	1999	2000	2001	2002 Sur 8 mois
Produits d'exploitation	20 364 704,55	23 954 601,60	25 367 566,47	28 236 168,00	23 240 904,00
Dont chiffre d'affaires net	20 052 463,80	23 000 629,77	23 323 899,43	28 026 603,00	21 408 835,00
Charges d'exploitation	17 460 404,42	20 551 907,98	22 217 792,48	25 347 437,00	21 442 609,00
Résultat d'exploitation	2 904 300,13	3 402 693,62	3 149 773,99	2 888 730,00	1 798 295,00
Résultat financier	- 38 901,79	- 57 582,43	- 119 522,93	-106 477,00	- 110 825,00
Résultat courant avant impôts	2 865 398,34	3 345 111,19	3 030 251,22	2 782 253,00	1 687 471,00
Résultat exceptionnel	- 833 424,29	223 359,31	405 504,32	- 1 197 731,00	- 146 954,00
Bénéfice ou perte	1 190 238,69	2 129 886,56	2 140 472,01	980 500,00	987 854,00

COMPTE DE RÉSULTAT SUR 10 ANS

2003	2004	2005	2006	2007	2008
26 485 591,00	33 581 313,00	43 008 876,00	51 471 075,00	54 072 188,00	63 265 128,00
27 320 547,00	32 477 733,00	41 554 926,00	49 690 863,00	52 966 550,00	58 468 539,00
23 670 941,00	28 073 689,00	34 451 004,00	35 667 355,00	40 641 042,00	50 631 527,00
2 814 650,00	5 507 624,00	8 557 872,00	15 803 720,00	13 431 145,00	12 633 601,00
- 269 553,00	- 141 336,00	- 92 527,00	- 76 158,00	- 306 707,00	- 381 554,00
2 545 097,00	5 366 288,00	8 465 345,00	15 727 562,00	13 124 438,00	12 252 047,00
- 495 796,00	- 590 726,00	109 479,00	119 020,00	- 654 672,00	- 85 866,00
1 311 994,00	2 966 935,00	5 355 345,00	10 507 309,00	8 454 699,00	8 341 633,00

SOLDES INTERMÉDIAIRES DE GESTION - NÉGOCE

	31/08/2008		31/08/2007		31/08/2006	
	Montant	%	Montant	%	Montant	%
CHIFFRE D'AFFAIRES	58 468 539	100,0	52 966 550	100,0	49 690 863	100,0
Ventes de marchandises		100,0		100,0		100,0
- Coût d'achat des marchandises vendues						
MARGE COMMERCIALE ^(a)						
Production vendue	58 468 539	95,5	52 966 550	100,1	49 690 863	98,5
+ Production stockée ou déstockage	2 727 627	4,5	- 31 216	- 0,1	768 564	1,5
+ Production immobilisée						
PRODUCTION DE L'EXERCICE	61 196 166	100,0	52 935 334	100,0	50 459 427	100,0
- Achats de matières premières et approvisionnement	7 974 938	13,0	4 564 611	8,6	5 060 940	10,0
- Variation de stocks	- 426 812	-0,7	74 874	0,1	- 683 092	- 1,4
- Sous-traitance directe	7 304 551	11,9	5 280 567	10,0	4 640 155	9,2
MARGE BRUTE DE PRODUCTION ^(b)	46 343 490	75,7	43 015 282	81,3	41 441 423	82,1
MARGE BRUTE GLOBALE ^(a+b)	46 343 490	79,3	43 015 282	81,2	41 441 423	83,4
- Autres achats et charges externes	29 015 902	49,6	24 439 469	46,1	21 599 315	43,5
VALEUR AJOUTÉE	17 327 588	29,6	18 575 813	35,1	19 842 108	39,9
+ Subventions d'exploitation						
- Impôts et taxes	581 415	1,0	544 649	1,0	505 967	1,0
- Rémunérations	3 574 136	6,1	3 109 968	5,9	2 702 673	5,4
- Charges sociales	1 768 598	3,0	1 462 487	2,8	1 327 261	2,7
EXCÉDENT BRUT D'EXPLOITATION	11 403 440	19,5	13 458 708	25,4	15 306 207	30,8
+ Reprises sur amort., dépr., provisions, transfert de charge	2 067 639	3,5	1 127 713	2,1	1 011 621	2,0
+ Autres produits de gestion courante	1 323	0,0	9 141	0,0	27	0,0
- Dotations aux amortissement, dépréciations et provisions	837 907	1,4	1 162 586	2,2	481 842	1,0
- Autres charges de gestion courante	894	0,0	1 830	0,0	32 294	0,1
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	12 633 601	21,6	13 431 145	25,4	15 803 720	31,8
+ Quote-part sur opérations faites en commun						
+ Produits financiers	95 869	0,2	45 022	0,1	39 173	0,1
- Charges financières	477 423	0,8	351 730	0,7	115 331	0,2
RÉSULTAT COURANT	12 252 047	21,0	13 124 438	24,8	15 727 562	31,7
Produits exceptionnels	925 678	1,6	472 791	0,9	357 068	0,7
- Charges exceptionnelles	1 011 543	1,7	1 127 463	2,1	238 048	0,5
RÉSULTAT EXCEPTIONNEL	- 85 866	- 0,1	- 654 672	- 1,2	119 020	0,2
- Participation des salariés			- 3 815	- 0,0	484 866	1,0
- Impôt sur les bénéfices	3 824 548	6,5	4 018 882	7,6	4 854 407	9,8
RÉSULTAT NET	8 341 633	14,3	8 454 699	16,0	10 507 309	21,1

Plus ou moins-values sur cessions d'actif

- 762

RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES

ANNEXE au bilan avant répartition de l'exercice clos le 31 août 2008, établi en euros, dont le total est 27 526 800 euros et au compte de résultat de l'exercice, présenté sous forme de liste dont le total est de 64 286 675 euros et dégageant un bénéfice de 8 341 633 euros.

PRINCIPES ET MÉTHODES COMPTABLES

1. Les comptes annuels de l'exercice clos le 31 août 2008 ont été élaborés et présentés conformément aux règles générales applicables en France en la matière et dans le respect du principe de prudence. L'exercice couvre une période de 12 mois du 1^{er} septembre 2007 au 31 août 2008.

Les conventions suivantes ont été respectées : Continuité d'exploitation, indépendance des exercices, permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre.

2. L'évaluation des éléments inscrits en comptabilité a été pratiquée par référence à la méthode dite des coûts historiques. Plus particulièrement les modes et méthodes d'évaluation ci-après décrits ont été retenus pour les divers postes des comptes annuels.

NOTE 1 : IMMOBILISATIONS INCORPORELLES

Les immobilisations incorporelles figurent au bilan à leur valeur d'acquisition.

L'essentiel des immobilisations incorporelles est constitué des brevets et marques (montant 1 373 524 €) non amortis et non dépréciés. En effet, dans le cas d'une marque entretenue, bien qu'elle fasse l'objet d'une protection juridique, la durée de consommation des avantages économiques n'est pas déterminable et la marque ne fait donc pas l'objet d'un plan d'amortissement (Avis CNC n° 2002-07, § 1.1).

Les amortissements pour dépréciation sont calculés sur le coût d'acquisition et suivant le mode linéaire en fonction de la durée d'utilisation prévue.

Durée d'amortissement pratiquée :
- Logiciels : 1 an

NOTE 2 : IMMOBILISATIONS CORPORELLES

La société **Laboratoire Oenobiol** a appliqué pour la première fois au cours de l'exercice clos le 31 août 2006 la méthode des composants pour ses constructions. La décomposition et les durées d'amortissements pratiquées sont les suivantes :

Immobilisation	Linéaire	Décomposition	
Terrain	Non	Amortis	
Structure	70 ans	1.42 %	50.00 %
Étanchéité	30 ans	3.33 %	15.00 %
Façade	30 ans	3.33 %	15.00 %
Ascenseurs	25 ans	4.00 %	0.00 %
Autres installations techniques	25 ans	4.00 %	10.00 %
Aménagements	10 ans	10.00 %	10.00 %

Pour les autres actifs non décomposés, les amortissements pour dépréciation sont calculés sur le coût d'acquisition et suivant le mode linéaire ou dégressif en fonction de la durée d'utilisation prévue.

La valeur brute des immobilisations corporelles correspond à la valeur d'entrée des biens dans le patrimoine, compte-tenu des frais nécessaires à la mise en état d'utilisation de ces biens. Ces éléments n'ont fait l'objet d'aucune réévaluation légale ou libre. Les amortissements pour dépréciation sont calculés suivant le mode linéaire sur les durées d'utilisation suivantes :

Immobilisation	Linéaire	Dégressif	
Outils	5 ans	20 %	
Agencements	6 - 8 ans	12.5 - 15 %	
Matériel de bureau et informatique	4 ans	25 %	3 ans 50 %
Mobilier	4 - 5 ans	20 - 25 %	

NOTE 3 : IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES

Les titres en portefeuille sont comptabilisés à leur coût d'acquisition, hors frais accessoires.

NOTE 4 : STOCKS ET EN COURS

Les stocks de matières premières ont été évalués au dernier prix d'achat qui se rapproche de la méthode FIFO. Les stocks de produits en cours et de produits finis ont été évalués en ajoutant au prix de revient matière évalués selon la méthode FIFO les coûts des opérations de production évalué au coût réel. Une provision pour dépréciation a été comptabilisée afin de tenir compte de l'ancienneté des stocks.

NOTE 5 : CRÉANCES ET DETTES

Les créances et les dettes ont été évaluées à leur valeur nominale. Les créances ont, le cas échéant, été dépréciées par voie de provision afin de tenir compte des difficultés de recouvrement auxquelles elles étaient susceptibles de donner lieu.

NOTE 6 : DISPONIBILITÉS

Les liquidités disponibles en banque ont été évaluées pour leur valeur nominale.

NOTE 7 : PROVISIONS

Provisions pour retours de produits et arrêts de gamme :

La provision pour retours de produits est établie sur la base de l'historique des retours constatés et des dates de péremption des produits. Lorsque la décision d'arrêt de gamme est annoncée, une provision spécifique pour dépréciation des stocks et retours de produits est constituée.

Provisions offre de fidélité :

La société applique les principes définis par l'avis 2004-E du comité d'urgence du CNC relatifs à la comptabilisation des offres de fidélité. La provision est déterminée sur la base des retours constatés au cours des exercices antérieurs.

NOTE 8 : AUTRES INFORMATIONS**Indemnités de départ à la retraite**

Il s'agit des droits acquis par les salariés à la clôture de l'exercice au 31 août 2008.

Le montant de cet engagement a été déterminé sur la base des critères suivants : l'âge de départ à la retraite est fixé à 65 ans, le taux d'actualisation retenu est de 3.5 % (inflation comprise), l'augmentation annuelle des salaires est en moyenne de 3 %, le taux de rotation du personnel est moyen.

Les charges pour indemnités de départ à la retraite déterminées sont provisionnées à hauteur de 39 032 €. Compte tenu de la prise en compte de la nouvelle législation relative au nombre de trimestres nécessaire à l'ouverture des droits à la retraite, la provision a diminué au cours de l'exercice.

Engagements hors bilan**A. Droit individuel à la formation**

Le nombre d'heures cumulées relatives au droit individuel à la formation acquises par l'ensemble des salariés est de 2 388 heures. Le nombre d'heures de formation n'ayant pas donné lieu à demande est de 2 308 heures.

B. Vente de marchandises avec compensation

La société Oenobiol s'est engagée à vendre à une société prestataire de services pour 300 K€ HT et s'est engagée à acheter pour 857 K€ HT d'espaces publicitaires, prestations de services & produits qui seront payés par Oenobiol par compensation à hauteur des achats de marchandises, le solde étant réglé par chèques. Dans le cas où la société Oenobiol n'exercerait pas son droit à compensation dans un délai de 3 ans, elle perdrait tout droit à compensation et renoncerait à sa créance.

Au 31 août 2008, la société Oenobiol a vendu à la société prestataire de services les 300 K€ HT de marchandises et aucune prestation de services n'a été rendue en échange et a acheté pour 273 816 € d'espaces publicitaires. Le solde des engagements d'achat publicitaire s'élève à 583 K€ HT.

C. Autres engagements

Se reporter à l'annexe « Accroissement et allègements de la dette future d'impôt » page 19.

FAITS CARACTERISTIQUES

Néant

IMMOBILISATIONS

CADRE A

		Valeur brute début d'exercice	Augmentations	
			Réévaluation	Acquisitions
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES				
Frais d'établissement et de développement	TOTAL I			
Autres postes d'immobilisations incorporelles	TOTAL II	2 271 382		56 918
IMMOBILISATIONS CORPORELLES				
Terrains		11 434		
Constructions sur sol propre		92 323		
Constructions sur sol d'autrui				
Installations générales, agencements et aménagements des constructions				
Installations techniques, matériel et outillage industriels		1 153 282		176 206
Installations générales, agencements et aménagements divers		561 527		70 007
Matériel de transport				
Matériel de bureau et informatique, mobilier		948 987		140 846
Emballages récupérables et divers		189		846 487
Immobilisations corporelles en cours				
Avances et comptes				
	TOTAL III	2 767 741		1 233 546
IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES				
Participations évaluées par mise en équivalence				
Autres participations		762		
Autres titres immobilisés				
Prêts et autres immobilisations financières		99 871		61 441
	TOTAL IV	100 633		61 441
TOTAL GÉNÉRAL (I+II+III+IV)		5 139 756		1 351 905

CADRE B

		Diminutions		Valeur brute début d'exercice.	Réévaluations Valeur d'origine
		Par virement	Par cession		
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES					
Frais d'établissement et de développement	TOTAL (I)				
Autres postes d'immobilisations incorporelles	TOTAL (II)			2 328 300	
IMMOBILISATIONS CORPORELLES					
Terrains				11 434	
Constructions sur sol propre				92 323	
Constructions sur sol d'autrui					
Installations générales, agencements et aménag. des constructions					
Installations techniques, matériel et outillage industriels				1 329 487	
Installations générales, agencements et aménag. divers				631 534	
Matériel de transport					
Matériel de bureau et informatique, mobilier				1 089 834	
Emballages récupérables et divers					
Immobilisations corporelles en cours			189	846 487	
Avances et comptes					
	TOTAL III		189	4 001 098	
IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES					
Participations évaluées par mise en équivalence					
Autres participations			762		
Autres titres immobilisés					
Prêts et autres immobilisations financières				161 312	
	TOTAL IV		762	161 312	
TOTAL GÉNÉRAL (I+II+III+IV)			951	6 490 710	

AMORTISSEMENTS

CADRE A - SITUATION ET MOUVEMENTS DE L'EXERCICE

Immobilisations Amortissables		Valeur en début d'ex.	Augment. Dotations	Diminutions Sorties / Rep.	Valeur en fin d'exercice
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES					
Frais d'établissement et de développement	TOTAL I				
Autres immobilisations incorporelles	TOTAL II	818 812	66 604		885 417
IMMOBILISATIONS CORPORELLES					
Terrains					
Constructions sur sol propre		7 970	3 985		11 955
Constructions sur sol d'autrui					
Instal. générales, agencements et aménag des constructions					
Installations techniques, matériel et outillage industriels		929 923	87 862		1 017 786
Installations générales, agencements et aménagements divers		461 703	48 834		510 537
Matériel de transport					
Matériel de bureau et informatique, mobilier		850 457	88 057		938 514
Emballages récupérables et divers					
	TOTAL III	2 250 054	228 738		2 478 792
TOTAL GÉNÉRAL (I+II+III)		3 068 866	295 343		3 364 209

CADRE B - VENTILATIONS DES MOUVEMENTS AFFECTANT LA PROVISION POUR AMORTISSEMENTS DÉROGATOIRES

Immobilisations Amortissables		Dotations			Reprises			Mouvements nets amortissements à fin d'ex.
		Différentiel de durée	Mode dégressif	Amort. fiscal exceptionnel	Différentiel de durée	Mode dégressif	Amort. fiscal exceptionnel	
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES								
Frais d'établissement	TOTAL I							
Autres immo. incorporelles	TOTAL II							
IMMOBILISATIONS CORPORELLES								
Terrains								
Constructions sur sol propre								
Constructions sur sol d'autrui								
Inst. générales, agencements, amén. const.								
Inst. techniques, matériel et outil. indus.								
Inst. générales, agencements, amén. divers								
Matériel de transport								
Matériel bureau et informatique, mobilier								
Emballages récupérables et divers								
	TOTAL III							
Frais acq. titres part.	TOTAL IV							
TOTAL GÉNÉRAL (I+II+III+IV)								

CADRE C - MOUVEMENTS DE L'EXERCICE AFFECTANT LES CHARGES RÉPARTIES SUR PLUSIEURS EXERCICES

	Montant net début d'ex.	Augmentations.	Dotations ex. aux amort.	Montant net en fin d'ex.
Frais d'émission d'emprunt à étaler				
Primes de remboursement des obligations				

PROVISIONS ET DÉPRÉCIATIONS INSCRITES AU BILAN

	Montant au début de l'ex.	Augment. : Dotations ex.	Diminutions : Reprises ex.	Montant à la fin de l'ex.
PROVISIONS RÉGLEMENTÉES				
Provisions pour reconstitution gisements miniers et pétroliers				
Provisions pour investissements				
Provisions pour hausse des prix				
Amortissements dérogatoires				
Dont majorations exceptionnelles de 30 %				
Provisions fiscales pour implantation à l'étranger av. 01/01/92				
Provisions fiscales pour implantation à l'étranger ap. 01/01/92				
Provisions pour prêts d'installation				
Autres provisions réglementées				
TOTAL I				
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES				
Provisions pour litiges	500 000	195 000	500 000	195 000
Provisions pour garanties données aux clients				
Provisions pour pertes sur marchés à terme				
Provisions pour amendes et pénalités				
Provisions pour pertes de change		18 599		18 599
Provisions pour pensions et obligations similaires	108 820	10 486	80 274	39 032
Provisions pour impôts				
Provisions pour renouvellement des immobilisations				
Provisions pour grosses réparations				
Provisions pour charges sociales et fiscales sur congés payés				
Autres provisions pour risques et charges	39 087	271 833	39 087	271 833
TOTAL II	647 907	495 918	619 361	524 464
DÉPRÉCIATIONS				
Sur immobilisations incorporelles				
Sur immobilisations corporelles				
Sur titres mis en équivalence				
Sur titres de participation	762		762	
Sur autres immobilisations financières				
Sur stocks et en-cours	781 339	260 245	781 339	260 245
Sur comptes clients				
Autres dépréciations	28 340			28 340
TOTAL III	810 441	260 245	782 101	288 585
TOTAL GÉNÉRAL (I+II+III)	1 458 348	756 163	1 401 462	813 049
Dont dotations et reprises :				
- d'exploitation		542 564	900 700	
- financières		18 599		
- exceptionnelles		195 000	500 762	
Titres mis en équivalence : montant de la dépréciation de l'exercice (Art. 39-1-5 du CGI)				

ÉTAT DES CRÉANCES ET DES DETTES

CADRE A - ÉTAT DES CRÉANCES

	Montant brut	À 1 an ou plus	À plus d'1 an
DE L'ACTIF IMMOBILISÉ			
Créances rattachées à des participations			
Prêts ^{(1) (2)}	45 000	45 000	
Autres immobilisations financières	116 312		116 312
DE L'ACTIF CIRCULANT			
Clients douteux ou litigieux			
Autres créances clients	437 499	437 499	
Créances représentatives de titres prêtés			
Personnel et comptes rattachés	2 160	2 160	
Sécurité sociale et autres organismes sociaux			
Impôts sur les bénéfices			
Taxe sur la valeur ajoutée	3 163 968	3 163 968	
Autres impôts taxes et versements assimilés			
Divers			
Groupe et associés ⁽²⁾			
Débiteurs divers	10 006 307	10 006 307	
Charges constatées d'avance	768 967	768 967	
TOTAL	14 540 213	14 423 901	116 312

(1) Dont prêts accordés en cours d'exercice

(1) Dont remboursements obtenus en cours d'exercice

(2) Prêts et avances consenties aux associés

CADRE B - ÉTAT DES DETTES

	Montant brut	À 1 an ou plus	De 1 à 5 ans	À plus de 5 ans
Emprunts obligataires convertibles ⁽¹⁾				
Autres emprunts obligataires ⁽¹⁾				
Emprunts et dettes auprès d'établissements de crédit : ⁽¹⁾				
- À un an maximum à l'origine	873 136	873 136		
- À plus d'un an à l'origine				
Emprunts et dettes financières diverses ^{(1) (2)}	4 591	3 591	1 000	
Fournisseurs et comptes rattachés	10 582 659	10 582 659		
Personnel et comptes rattachés	558 448	558 448		
Sécurité sociale et autres organismes sociaux	459 734	459 734		
Impôts sur les bénéfices	516 739	516 739		
Taxe sur la valeur ajoutée				
Obligations cautionnées				
Autres impôts, taxes et versements assimilés	368 371	368 371		
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés				
Groupe et associés ⁽²⁾	25 493	25 493		
Autres dettes	1 097 540	1 097 540		
Dettes représentatives de titres empruntés				
Produits constatés d'avance	500	500		
TOTAL	14 487 211	14 486 211	1 000	

(1) Emprunts souscrits en cours d'exercice

191

(1) Emprunts remboursés en cours d'exercice

(2) Emprunt, dettes contractés auprès des associés

PRODUITS À RECEVOIR ET CHARGES À PAYER

(Articles R. 123-195 et R. 123-196 du code de commerce)

PRODUITS À RECEVOIR

Produits à recevoir inclus dans les postes suivants du bilan	31/08/2008	31/08/2007
Créances rattachées à des participations		
Autres titres immobilisés		
Prêts		
Autres immobilisations financières		
Créances clients et comptes rattachés	3 924	
Autres créances	340 626	226 671
Valeurs mobilières de placement		
Disponibilités	1 642	558
TOTAL	346 192	227 229

CHARGES À PAYER

Charges à payer incluses dans les postes suivants du bilan	31/08/2008	31/08/2007
Emprunts obligataires convertibles		
Autres emprunts obligataires		
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	30 262	30 025
Emprunts et dettes financières divers		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	4 047 817	2 627 962
Dettes fiscales et sociales	1 179 132	986 395
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés		
Autres dettes	1 097 540	1 562 176
TOTAL	6 354 750	5 206 558

PRODUITS ET CHARGES CONSTATÉS D'AVANCE

[Articles R. 123-195 et R. 123-196 du code de commerce]

Produits constatés d'avance	31/08/2008	31/08/2007
Produits d'exploitation	500	500
Produits financiers		
Produits exceptionnels		
TOTAL	500	500
Charges constatées d'avance	31/08/2008	31/08/2007
Charges d'exploitation	768 967	554 931
Charges financières		
Charges exceptionnelles		
TOTAL	768 967	554 931

COMPOSITION DU CAPITAL SOCIAL

[Articles R. 123-195 et R. 123-196 du code de commerce]

Différentes catégories de titres	Valeur nominale		Nombre de titres			
	Au début de l'exercice	En fin d'exercice	Au début de l'exercice	Créés pendant l'exercice	Remboursés pendant exercice	En fin d'exercice
Actions	100,00000	100,00000	6 919			6 919

VENTILATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES NET

[Articles R. 123-195 et R. 123-196 du code de commerce]

	France	Étranger	Total
Ventes de produits finis	49 229 135	9 104 320	58 333 456
Ventes de produits intermédiaires			
Ventes de produits résiduels			
Travaux			
Études			
Prestations de services	129 084		129 084
Ventes de marchandises			
Produits des activités annexes	6 000		6 000
TOTAL	49 364 219	9 104 320	58 468 539

VENTILATION DE L'IMPÔT SUR LES BÉNÉFICES

[Articles R. 123-195 et R. 123-196 du code de commerce]

	Avant impôt	Impôt correspondant	Après impôt
+ Résultat courant	12 252 047	3 852 909	8 399 138
+ Résultat exceptionnel	- 85 866	- 28 361	- 57 505
- Participations des salariés			
RÉSULTAT COMPTABLE	12 166 181	3 824 548	8 341 633

ÉCART DE CONVERSION SUR CRÉANCES ET DETTES EN MONNAIES ÉTRANGÈRES

(Articles R. 123-195 et R. 123-196 du code de commerce)

Nature des écarts	Actif montant	Différence compensée par couverture de change	Provision pour perte de change	Passif montant
Sur immobilisations non financières				
Sur immobilisations financières				
Sur créances				
Sur dettes financières				
Sur dettes d'exploitation	18 599		18 599	
Sur dettes sur immobilisations				
TOTAL	18 599		18 599	500

ACCROISSEMENTS ET ALLÈGEMENTS DE LA DETTE FUTURE D'IMPÔT

(Articles R. 123-195 et R. 123-196 du code de commerce)

Accroissements de la dette future d'impôt	Montant
PROVISIONS RÉGLEMENTÉES	
- Amortissements dérogatoires	
- Provisions pour hausse des prix	
- Provisions pour fluctuation des cours	
AUTRES	
TOTAL	

Allégements de la dette future d'impôt	Montant
PROVISIONS NON DÉDUCTIBLES L'ANNÉE DE LEUR COMPTABILISATION :	
- Provisions pour congés payés	
- Participation des salariés	
Participation construction	9 287
Provision Indemnité Départ à la retraite	39 032
AUTRES :	
Organic	74 733
Plus values latentes SICAV	987
TOTAL	124 039

Amortissements réputés différés
Déficits reportables
Moins-values à long terme

L'impôt différé latent correspondant calculé au taux de 33,33% s'élève à 41 346 €.

EFFECTIF MOYEN

[Articles R. 123-195 et R. 123-196 du code de commerce]

	Personnel salarié	Personnel mis à disposition de l'entreprise
Cadres	37	
Agents de maîtrise et techniciens		
Employés	12	
Ouvriers		
TOTAL	49	0

Effectif Moyen de l'exercice clos le 31 août 2003 : 41

Effectif Moyen de l'exercice clos le 31 août 2004 : 39

Effectif Moyen de l'exercice clos le 31 août 2005 : 41

Effectif Moyen de l'exercice clos le 31 août 2006 : 43

Effectif Moyen de l'exercice clos le 31 août 2007 : 47

RAPPORT GÉNÉRAL DU COMMISSAIRE AUX COMPTES

Exercice clos le 31 août 2008

Mesdames, Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre assemblée générale, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 31 août 2008, sur :

- le contrôle des comptes annuels de la société Laboratoire Oenobiol S.A.S., tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la justification de nos appréciations ;
- les vérifications spécifiques et les informations prévues par la loi.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le Président. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

OPINION SUR LES COMPTES ANNUELS

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

JUSTIFICATION DES APPRÉCIATIONS

En application des dispositions de l'article L.823-9 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

Votre société constitue des provisions pour couvrir les risques et charges, comme indiqué dans la note « Provisions inscrites au bilan » de l'annexe. Nos travaux ont consisté à apprécier les données et les hypothèses sur lesquelles se fondent ces estimations, à revoir les calculs effectués par la société, à comparer les estimations comptables des périodes précédentes avec les réalisations correspondantes et à examiner les procédures d'approbation de ces estimations par la direction.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes annuels, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion exprimée dans la première partie de ce rapport.

VÉRIFICATIONS ET INFORMATIONS SPÉCIFIQUES

Nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du Président et dans les documents adressés aux associés sur la situation financière et les comptes annuels.

Paris La Défense, le 12 novembre 2008

KPMG Audit
Département de KPMG S.A.

Didier Oger
Associé

OENOBIOLO[®] PARIS

59, boulevard Exelmans
75016 Paris
www.oenobiol.com