



PREMIER BILAN DE L'ANNEE 2006 ET PERSPECTIVES MOYEN TERME

Nous avons le plaisir de vous transmettre les faits significatifs déjà enregistrés par MILLET INNOVATION pour l'année 2006 et les perspectives à moyen terme correspondantes.

Réalisations 2006.

Celles-ci sont données en reprenant chacun des axes de croissances qui sous-tendent la stratégie de l'entreprise :

1^{er} axe de croissance : Planter la marque EPITACT® comme la référence incontournable pour le soin des pieds en pharmacie, en France.

Grâce à l'action combinée de la force commerciale et des investissements significatifs engagés pour le développement de la notoriété, EPITACT® est désormais présente dans 35 % des pharmacies françaises. 2000 d'entre elles disposent d'un présentoir de 10 références dont 1400 depuis le début de cette année. La projection à fin d'année du chiffre d'affaires réalisé par la force de vente laisse augurer une croissance de 56 % par rapport à l'année 2005. La croissance des sorties produits se fait au même rythme selon une source indépendante IMS Health.

Nous avons cependant enregistré un effet pervers de cette exceptionnelle pénétration dans la diminution significative des ventes par l'intermédiaire des répartiteurs qui n'ont pas progressé comme nous l'avions budgété.

Le lancement de la gamme de cosmétiques pour les pieds engagée en 2006 a connu un succès significatif atteignant près de 100 000 unités vendues, mais est restée en retrait par rapport aux prévisions.

2^{ème} axe de croissance : Assurer notre croissance à l'export

Un cadre dirigeant issu d'un groupe français de premier plan nous a rejoint début septembre pour s'engager dans l'objectif de faire passer le chiffre d'affaire export de 6% à 30% de l'activité en 5 ans.

3^{ème} axe de croissance : Exploiter notre potentiel de brevets et d'innovations :

Un patch universel rechargeable et réutilisable :

Le brevet déposé par la société en 2005 concernant un patch universel rechargeable supposait pour être mis en exploitation que soit maîtrisée la connaissance des mécanismes de diffusion vers la peau.

La mise au point d'une méthode de mesure interne à l'entreprise a permis d'aboutir à cette connaissance plus d'un an avant la date objectif.

Cela conduit à la possibilité de lancement dès de début 2007 d'une nouvelle marque correspondant à un nouveau domaine abordé par MILLET INNOVATION : le traitement de la douleur par la peau sous la marque DERMANTALGIC.

Une gamme de produits unique pour les pieds des diabétiques :

Les travaux engagés depuis 18 mois pour tester dans un contexte clinique des produits destinés aux pieds des diabétiques ont abouti au cours de l'été 2006.

L'aboutissement concomitant d'un nouveau procédé de production a rendu possible la décision de lancement début 2007 de cette gamme spécialisée et unique sur le marché. La position de spécialiste de MILLET INNOVATION au travers de sa marque EPITACT s'en trouvera renforcée.

La conclusion de deux projets de développement dont une étude clinique au premier semestre 2006 :

Une alternative pour le traitement des cicatrices chéloïdes :

L'étude conduite avec un laboratoire indépendant a montré que le patch de MILLET INNOVATION destiné à ce traitement pouvait rivaliser avec les produits du marché.

Un nouveau patch breveté à vocation cosmétique :

Nous avons abouti au second semestre à la mise au point d'un nouveau patch à visées cosmétiques dans le cadre d'un partenariat industriel avec une grande entreprise multinationale.

L'ensemble de ces faits concrets nous conduit à inscrire une ligne budgétaire pour les activités de B to B et à inscrire les premiers chiffres d'affaires en 2008.

Perspectives 2007 – 2008

Les perspectives 2007 -2008 s'appuient sur :

- La prise en compte de la tendance de croissance des ventes de produits EPITACT en pharmacie enregistrée en 2006 sur la gamme actuelle.
- Le lancement d'une gamme de 5 produits pour les pieds des diabétiques.
- Les développements à l'export conduits par un dirigeant qualifié.
- Le lancement d'une gamme de 11 premiers produits sous une nouvelle marque DERMANTALGIC exploitant la technologie des patchs rechargeables.
- L'initialisation d'une activité de B to B destinée à valoriser les actifs technologiques de MILLET INNOVATION dans les segments de marché auxquels elle n'a pas accès soit par exemple : les cosmétiques de luxe, les réseaux hospitaliers et des maisons de retraites.
- La confirmation de la capacité de MILLET INNOVATION à développer des outils de production propres basés sur des secrets de fabrique conduisant à une grande productivité et une grande capacité. Les outils créés et mis en service fin 2006 permettent de produire entre 4 et 8 fois plus que les ventes de l'année à effectif constant.

Données financières prévisionnelles

Compte tenu de l'ensemble des éléments ci-dessus, le plan de développement de MILLET INNOVATION à moyen terme est maintenu.

Le lancement de la nouvelle marque DERMANTALGIC, et l'accompagnement de la dynamique de développement à l'export, conduisent à faire supporter des investissements sur l'exercice 2007 en vue de retombées significatives dès 2008. Ce plan est réalisé en maintenant le niveau d'endettement par rapport aux capitaux propres en dessous de 25 %.

BUDGET K€	2006	2007	2008
CA VPC	2 670	2 550	2 678
CA PHARMA	8 033	10 265	12 424
CA EXPORT	615	1 407	4 301
CA DISTRI	449	500	525
CA B To B	43	40	800
TOTAL CA	11 810	14 762	20 728
CROISSANCE	17%	25%	40%
RN	879	890	1 517
RN/CA	7,4%	6,0%	7,3%

Contact

Damien MILLET, Président du Directoire
Tél. 04.75.85.02.01 – Fax 04.75.85.02.04 – contact@milletinnovation.com