



1^{er} GROUPE FRANÇAIS INDÉPENDANT DE MENUISERIE INDUSTRIELLE DISCOUNT

Résultats annuels 2007

Avril 2008



SOMMAIRE



- 1 - 2007 : accélération du développement du réseau de magasins
- 2 - Résultats annuels 2007
- 3 - 2008 : consolidation du modèle intégré et poursuite du développement
- 4 - Annexes



GROUPE VIAL



- 1 -

**2007 : accélération du
développement du réseau de
magasins**

Accélération des implantations en France : + 18 nouveaux magasins ouverts en 2007



■ Une forte capacité de **sourcing** des emplacements correspondant aux attentes

■ **Expansion** du réseau de distribution par

➤ **Croissance externe** : acquisition de Batigro

(spécialiste en sanitaire et carrelage)

12 magasins acquis en fév-07, début des transformations en mars-07

➤ **Croissance organique** : 7 nouvelles implantations

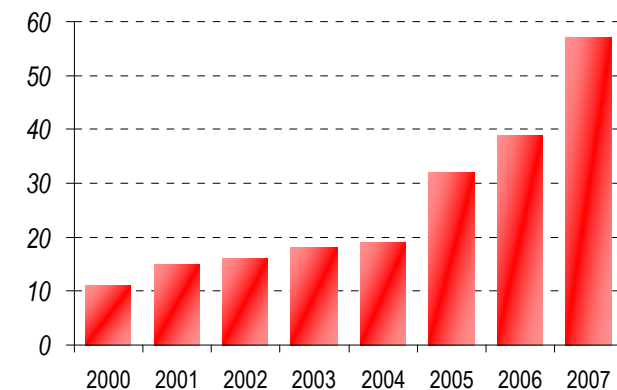
avec des ouvertures progressives

■ Respect des **critères d'acquisition** :

- Situation géographique à proximité d'une nationale
- Surfaces entre 1.500 et 3.000 m²
- Loyers modérés

■ Un **réseau de 57 magasins ouverts en France** :
triplément de la taille du réseau en 3 ans

Évolution du nombre de magasins en France



➔ **Un maillage rapide de l'ensemble du territoire**

Réseau de distribution au 31.12.07 : 57 magasins ouverts en France



Complémentarité géographique avec le réseau existant pour mailler la France :

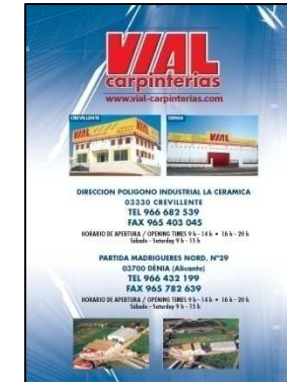
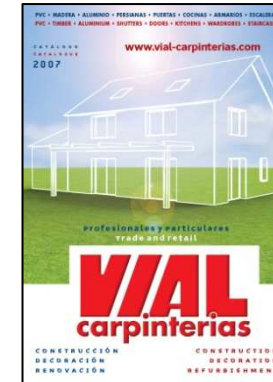
- Région Est avec une implantation en « étoile » (11 magasins)
- Région parisienne (2 magasins)
- Région Ouest : densification de l'implantation



Développement du réseau en Espagne : + 2 nouveaux magasins ouverts en 2007



- **Ciblage du Sud de l'Espagne** : clientèle nord européenne avec un fort besoin dans la rénovation
- Développement d'une **gamme de produits propres** au marché espagnol
- **Outils marketing** adaptés à la clientèle cible :
 - Catalogue anglais / espagnol
 - Site web anglais / espagnol
- **Recrutements** de collaborateurs multilingues (français / anglais / espagnol)
- **2 nouvelles implantations** :
 - Denia (Province de Valence) ouvert en avril 2007
 - Murcia (Province d'Alicante) ouvert en novembre 2007



**Un réseau de 3 magasins ouverts en Espagne
au 31.12.07**

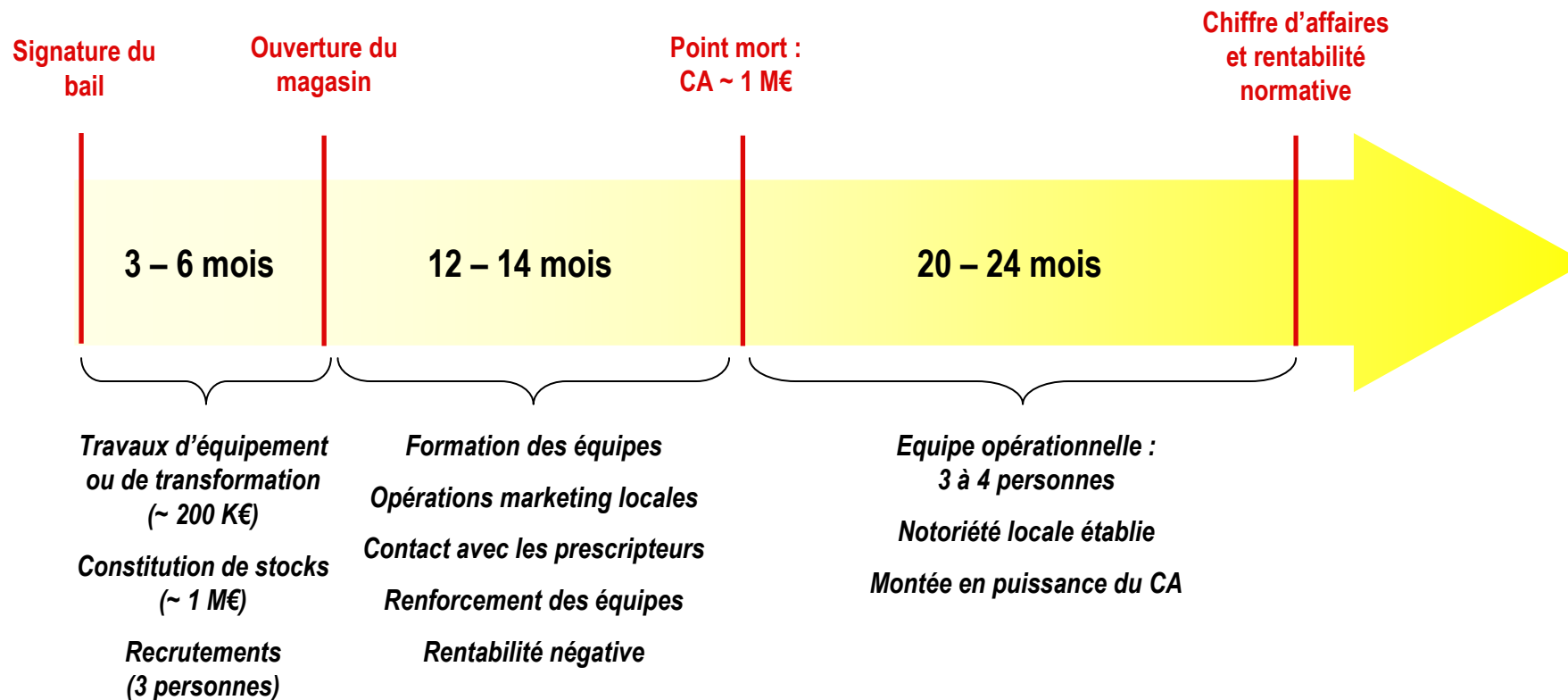


■ Magasins existants au 31.12.06 ● Nouveaux magasins de 2007

Processus d'intégration au réseau Vial Menuiseries



Processus de croissance externe et organique



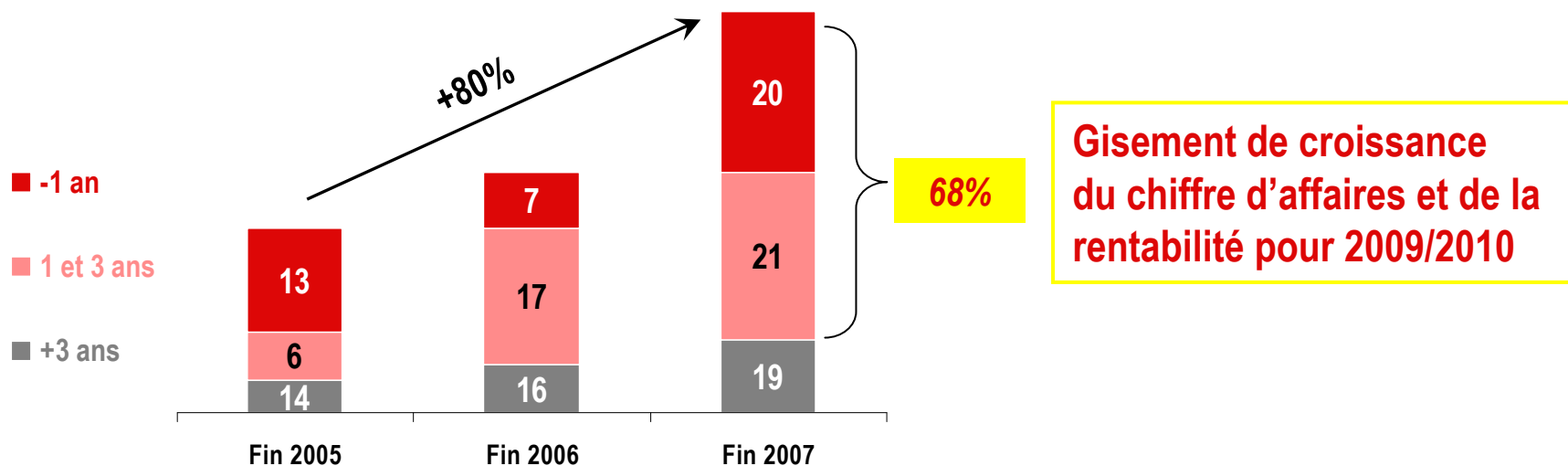
Un processus d'intégration maîtrisé pour une montée en puissance progressive des magasins sur 3 ans

Un réseau dimensionné pour une montée en puissance de l'activité



- Un réseau de **60 magasins au 31.12.07** :
 - 1/3 des magasins ont - 1 an avec une **rentabilité négative**
 - 1/3 des magasins ont entre 1 et 2 ans avec un chiffre d'affaires et une **rentabilité inférieurs à la moyenne**
 - 1/3 des magasins ont + 3 ans avec une activité et une **rentabilité à rythme de croisière**

Evolution du nombre de magasins en fonction de leur année d'ouverture :



➔ **2/3 du réseau en cours d'intégration**

Renforcement des équipes



- **Mise en place d'une cellule recrutement / formation** en février 2007 pour accompagner la croissance du réseau et des fonctions supports :
 - Une équipe solide et expérimentée : 2 recruteurs + 4 formateurs
 - Utilisation de tous les canaux pour effectuer des recrutements diversifiés sur l'ensemble de la France
 - Une efficacité prouvée : 8.600 CV reçus et près de 1.800 candidats rencontrés
- Dynamisme du recrutement avec des **effectifs en hausse de près de 50% sur l'exercice**
- Des recrutements dans les différentes activités et zones géographiques

	31.12.06	31.12.07	Var. 07/06
Nombre de collaborateurs	266	388	46%
Usines	71	116	63%
Magasins	159	229	44%
Services administratifs	36	43	19%

- Renforcement du pôle magasin lié à l'extension du réseau
- Renforcement parallèle de la production
- Maîtrise des effectifs administratifs



Efficacité du nouveau département recrutement avec 120 nouveaux collaborateurs recrutés en 1 an

Une équipe de formation dédiée



- **La menuiserie** : un métier sans formation qualifiante existante
- **Création d'une Ecole Vial Menuiseries** pour apprendre le métier et les méthodes du groupe :
 - 4 formateurs permanents en 2007 + 1 en 2008
 - Des salles de cours sur le site de Gignac
 - Implication de tous les acteurs de la chaîne de valeur : départements achats, comptabilité, production, direction et vente
 - Des sessions par zone géographique
- **Des méthodes créatives** :
 - Formations sur Internet (utilisation de vidéos)
 - Des books de formation par métier
 - Une expérience nécessaire sur le terrain
 - Des séances de groupes et des séances individuelles
- Succès de la méthode : **un turnover très faible**

➔ **La formation : clef de la réussite de l'intégration des collaborateurs**

Développement de la notoriété et de la visibilité



- Nécessité de **renforcer la notoriété** de l'enseigne Vial Menuiseries parallèlement à l'expansion du réseau et à son implantation dans des régions nouvelles
- **Une double approche de la communication** : locale et nationale

Approche locale, personnalisée

- Campagne dans les journaux gratuits, notamment lors de l'implantation ou à l'occasion d'offres spéciales
- Mailing auprès personnes ayant déposé un permis de construire
- Relance personnalisée des professionnels par le responsable de magasin

Approche nationale

- Campagne de publicité TV : sponsoring des grands prix de Formule 1 sur TF1
- Des effets de notoriété facilement mesurables : forte hausse des demandes de devis
- Site Internet complet, dynamique, interactif



Une répartition équilibrée et mesurée des budgets marketing pour optimiser le retour sur investissement



GROUPE VIAL



- 2 -

Résultats annuels 2007

Chiffres clés de l'exercice



Nouveaux magasins

+ 20 magasins + 50%

Chiffre d'affaires

107,3 M€ + 22%

Marge brute

64,4 M€ + 28%

EBITDA

24,5 M€ - 4%

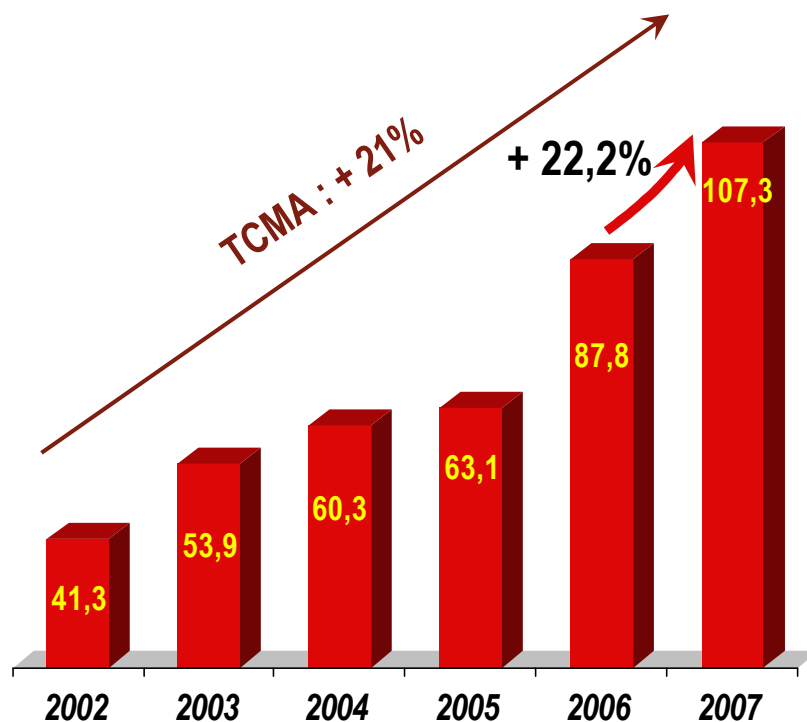
Résultat net

12,7 M€ - 20%

Evolution du chiffre d'affaires



Évolution du chiffre d'affaires en M€



- Taux de croissance moyen annualisé sur les 5 dernières années = **21%**
- 2007 : **croissance de 22,2% en 2007** malgré un ralentissement au 4^e trimestre
- **Croissance 2007 hors magasins ouverts ou intégrés en 2007** (21 magasins) : **+13,1%**
- **Croissance 2007 à périmètre équivalent** (excluant les magasins ouverts en 2007 et 2006, soit 28 magasins) : **+6%**

Marge brute et EBITDA



En M€ (IFRS)	2006	2007	Var.
Chiffre d'affaires	87,8	107,3	+22%
Achats	- 37,4	- 42,9	+15%
Marge brute	50,4	64,4	+28%
<i>En % du CA</i>	<i>57,4%</i>	<i>60,0%</i>	
Frais de personnel	- 8,9	- 13,0	+46%
Loyers et charges locatives	-3,7	-5,0	+35%
Charges commerciales et marketing	-2,6	-5,2	+100%
Autres charges externes	-8,5	-14,5	+71%
Impôts et taxes	- 1,2	- 1,9	+58%
Autres produits et charges d'exploitation	0	- 0,3	-
EBITDA	25,6	24,5	- 4%
<i>En % du CA</i>	<i>29,2%</i>	<i>22,8%</i>	

Progression de la marge brute : +2,6 points

Une **politique d'achat** et de sourcing très rigoureuse

Un **effet \$** favorable : près de 20% des achats en 2007 contre 13% en 2006

EBITDA impacté par le développement du réseau : forte hausse des frais de personnel, de formation, des loyers des charges marketing alors que 2/3 des magasins n'ont pas encore atteint leur vitesse de croisière

Résultat opérationnel et Résultat net



<i>En M€ (IFRS)</i>	2006	2007	Var.
EBITDA	25,6	24,5	- 4%
Dotations aux amortissements	- 1,6	- 2,1	+31%
Provisions et reprises sur provisions	- 0,3	- 0,7	-
Résultat Opérationnel Courant	23,6	21,7	- 8%
<i>En % du CA</i>	<i>26,9%</i>	<i>20,2%</i>	
Ecart d'acquisition	0,9	0	-
Autres produits et charges non récurrents	0,2	0,1	-
Résultat Opérationnel	24,7	21,8	- 12%
<i>En % du CA</i>	<i>28,1%</i>	<i>20,3%</i>	
Produits financiers nets de charges	0,5	1,6	+220%
Coût de l'endettement financier brut	- 1,7	- 4,2	+147%
Charge d'impôt	-7,8	- 6,6	- 13%
Résultat net consolidé	15,9	12,7	- 20%
<i>En % du CA</i>	<i>18,1%</i>	<i>11,8%</i>	

Résultat opérationnel courant = 20,2% du CA, correspondant à :

ROC négatif des magasins < 1 an
 ROC faible des magasins 1 à 3 ans
 ROC positif des magasins + 3 ans

Produits financiers liés au placement de la trésorerie

Coût de l'endettement financier en hausse lié à l'émission de l'OCEANE en septembre 2007

Taux d'intérêt moyen de la dette : 4,97% en 2007 contre 4,19% en 2006

Bilan consolidé



<i>En M€ (IFRS)</i>		31.12.06	30.06.07	31.12.07
ACTIF	Actifs non-courants	31,6	41,7	40,1
	Ecart d'acquisition	20,2	27,4	27,4
	Immobilisations corporelles	8,4	8,5	9,9
	Actifs courants	101,2	108,3	192,4
	Stocks et encours	38,2	65,7	75,7
	Créances clients et comptes rattachés	13,0	11,2	13,8
	Autres actifs courants	8,5	12,6	11,2
	Trésorerie, équivalent et actifs financiers	41,6	18,8	91,7
Total de l'actif		132,8	150,0	232,5
PASSIF	Capitaux propres	61,0	70,3	75,1
	Passifs non-courants	36,3	24,8	115,0
	Emprunts et dettes financières à LT	35,1	21,8	114,5
	Passifs courants	35,5	54,9	42,4
	Fournisseurs et comptes rattachés	8,8	14,2	13,3
	Partie courante des dettes financières LT	5,5	24,1	6,2
	Autres passifs courants	13,1	13,6	11,7
	Concours bancaires courants	8,0	3,0	11,2
Total du passif		132,8	150,0	232,5
Endettement financier net		7,8	30,2	40,2

Une structure financière dimensionnée pour la croissance



■ Commentaires sur l'actif :

- Hausse du poste stocks et encours liée à l'accroissement du nombre de magasins et à l'augmentation du stock moyen de sécurité.
- Créances clients constituées pour 5,6 M€ d'avances commerciales et 4,9 M€ pour des créances sur l'Etat et des avances fournisseurs
- Très forte hausse de la trésorerie et des actifs financiers liée au produit de l'émission d'OCEANE

■ Emission d'obligations à option de conversion et/ou échange en actions nouvelles ou existantes (OCEANE) pour 80 M€ en septembre 2007 avec un taux actuariel de 4,75% à l'émission

■ Capitaux propres de 75,1 M€ en hausse par rapport au 31.12.06 suite à l'intégration d'une partie du résultat net 2007 et 2,9 M€ pour la composante capitaux propres de l'OCEANE

■ Endettement financier maîtrisé

- Endettement financier brut total : 132 M€
- Ventilation des dettes financières brutes :
 - A moins d'un an : 17,5 M€
 - De 1 à 5 ans : 35,1 M€
 - A plus de 5 ans : 79,5 M€
- Taux d'endettement financier net = 53,7%

Flux de trésorerie



<i>En M€ (IFRS)</i>	2006	2007
Résultat net consolidé	15,9	12,7
Capacité d'autofinancement après coût de l'endettement financier net et Impôt	17,4	15,6
Coût de l'endettement financier net	1,8	2,6
Charge d'impôt (y compris impôts différés)	7,8	6,6
Capacité d'autofinancement avant coût de l'endettement financier net et Impôt	27,0	24,7
Impôts versés	-8,4	-7,7
Variation de BFR	-26,2	-40,4
Autres flux générés par l'activité	-0,6	0
Flux net généré par l'activité	- 8,2	-23,3
Flux net lié aux opérations d'investissement	- 32,6	-11,1
Flux net lié aux opérations de financement	+ 69,3	+81,4
Variation de la trésorerie nette	+ 28,5	+46,9
Trésorerie de clôture	+ 33,1	+79,9

Maintien d'une **solide capacité d'autofinancement**

Flux généré par l'activité impacté par une forte hausse du BFR essentiellement liée à l'accroissement des stocks pour fournir les nouveaux magasins (~ 1 M€ de stock par magasin à l'ouverture)

Flux d'investissement : acquisition de Batigro et d'équipements pour les nouveaux magasins

Flux de financement essentiellement lié au produit de l'OCEANE



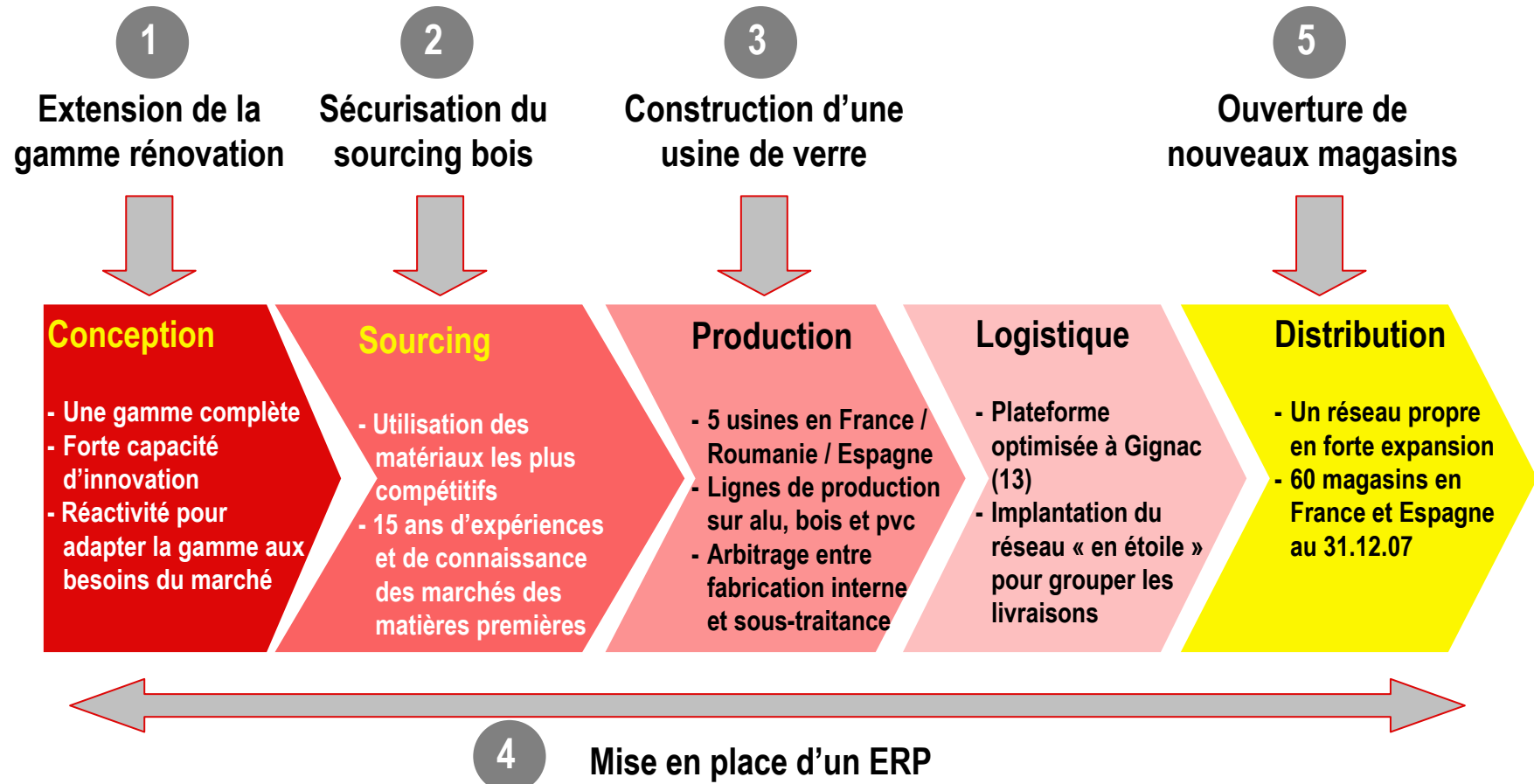
GROUPE VIAL



- 3 -

**2008 : consolidation du modèle intégré
et poursuite du développement**

Consolidation du modèle intégré de distributeur-fabricant



➔ **Objectif : sécuriser le modèle sur le long terme**

Extension de la gamme vers des produits de rénovation



Objectifs de l'extension de la gamme de produits de rénovation :

- S'adapter à l'environnement économique (baisse des mises en chantier)
- Répondre à une demande croissante des consommateurs
- Préparer la mise en place de la norme RT 2010

Lancement d'innovations majeures : des produits sur-mesure adaptés à la rénovation :

- Panneaux de volets avec possibilité de différentes recoupes
- Produits en aluminium et en pvc de couleur (discountés dans les gammes de prix élevés)
- Une gamme «escaliers en bois» sur-mesure à prix unique
- Fenêtres bois sur-mesure avec profil standard
- Portes coupe-feu avec Procès Verbal normes 2010 (idéal hôpitaux, maisons de retraite, hôtels, ...)

Engagement à participer à la reforestation : création du label « Eco Vial »



Refonte intégrale de la gamme Cuisine avec 28 nouveaux modèles :

- « Cuisine Stock » rattachée au site Internet de Vial Menuiseries
- Des modèles conçus en interne et adaptés aux goûts actuels des consommateurs
- Vente en ligne et distribution à travers le réseau Vial Menuiseries



Sortie du nouveau catalogue et mise en place de la nouvelle gamme en mai 2008



■ Rachat d'une société bolivienne de produits semi-finis en bois :

- Des droits de coupe sur des concessions forestières
- 3 usines pour réaliser des produits semi-finis : scierie, séchage et rabotage
- 1 usine de fabrication de façades de placards
- Des équipes locales expérimentées : 70 personnes
- Un historique de 15 années de collaboration ente les dirigeants de Groupe Vial et de la société

■ Une acquisition stratégique :

- Marché du bois dans le monde saturé avec de fortes tensions sur les prix
- Sécurisation de 100% des besoins en bois du Groupe pour les 7 prochaines années au minimum
- Garantie de prix du bois dans un environnement fortement haussier
- Une qualité de bois certifiée FSC
- Découvrir de nouvelles essences de bois
- Un outil permettant de créer des produits sur-mesure à des prix très attractifs



**Un investissement permettant de sécuriser prix et quantité
d'une matière première stratégique**



- **Construction d'une usine à Istres (13)** pour produire du double vitrage
 - Localisation stratégique à proximité du site de Gignac et du port de Fos-sur-mer
 - Investissement total de 7 M€ sur 2008/2009
 - Permis de construire obtenu et commandes des machines effectuées
 - Début des travaux prévu en juin et livraison de l'usine au 1^{er} semestre 2009, opérationnelle en 2010

- **Objectifs : sécurisation et optimisation des délais de livraison**
 - Sécurisation des approvisionnements en double vitrage
 - Indépendance vis-à-vis des fournisseurs
 - Optimisation des délais de production

- **Une usine à la pointe de la technologie** qui permettra de fournir 100% des doubles vitrages du Groupe



Une offre unique sur le marché : réalisation de fenêtres bois / pvc / alu sur-mesure en moins de 4 jours



- **Objectif** : automatiser l'ensemble des flux d'informations et améliorer la productivité globale :
 - Gestion des flux d'information du magasin vers les usines, les stocks, les fournisseurs
 - Automatisation de l'ensemble de la chaîne : stocks, approvisionnement, comptabilité, commandes, ...
 - Accroissement des capacités de traitement des informations
 - Amélioration des indicateurs de suivi d'activité

- **Historique** du déploiement :
 - Acquisition d'un logiciel SAP, sélection d'un intégrateur en 2006 pour une livraison initialement prévue mi 2007
 - Mise en place d'une équipe dédiée en interne au Groupe Vial avec recrutement d'un spécialiste SAP
 - Retard dans la livraison et identification de problèmes de conception fin 2007
 - Report du basculement initialement prévu début 2008 impliquant une perturbation de l'ensemble de la chaîne

- **Adaptation** de l'ERP développé avec un intégrateur SAP



Des investissements nécessaires pour améliorer la productivité

Poursuite de l'expansion du réseau : objectif de 15 nouveaux magasins



- **Décision stratégique de poursuivre les ouvertures de magasins en 2008 :**
 - L'environnement économique et financier morose favorise les opportunités de nouvelles implantations à des prix très attractifs
 - Optimisation des moyens humains et de la structure mise en place pour sourcer des emplacements
 - Une capacité financière pour réaliser les nouveaux investissements

- **France : poursuite du maillage avec un objectif d'environ 12 nouvelles implantations**
 - Déjà 9 nouvelles implantations signées depuis début janvier 2008 avec des ouvertures prévues sur l'année 2008 : Lille, Rouen, Laval, Blois, Nantes, Grenoble, Bourges, Ales et Etampes (91)
 - Au 31 mars 2008 : un réseau de 66 magasins dont 57 ouverts

- **Espagne : objectif de 2 nouvelles implantations dans le Sud du pays**
 - Déjà 2 nouvelles implantations signées à Malaga et Almeria (ouvertures prévues S2 2008)
 - Au 31 mars 2008 : un réseau de 5 magasins dont 3 ouverts

- **Portugal : première implantation**
 - Etude de marché concluante
 - Première implantation en 2008 à Faro (70.000 anglais)



Objectif fin 2008 : ~ 75 magasins ouverts en France, Espagne et Portugal

Objectif IPO : 64 magasins fin 2008

Objectif 2008 : 75 magasins fin 2008

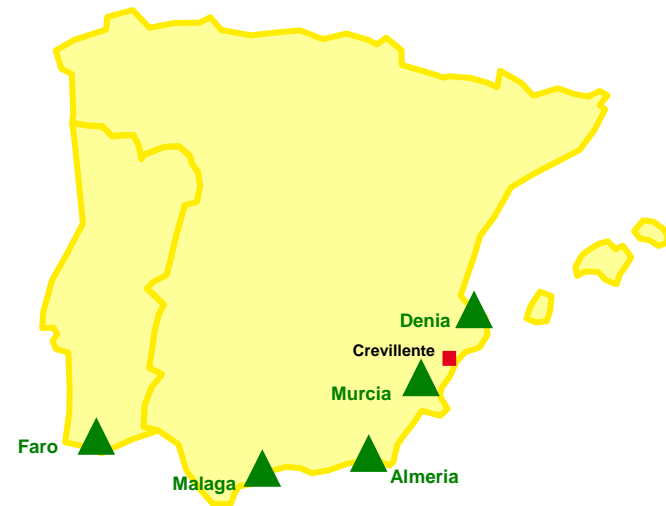


France : 39 magasins + 30 magasins



Espagne : 1 magasin + 4 magasins

Portugal : 1 magasin



Perspectives 2008 - 2010



■ **2008 : consolidation du modèle** et poursuite de la dynamique d'ouverture de magasins (~15)

■ **2009 – 2010 : montée en puissance du modèle**

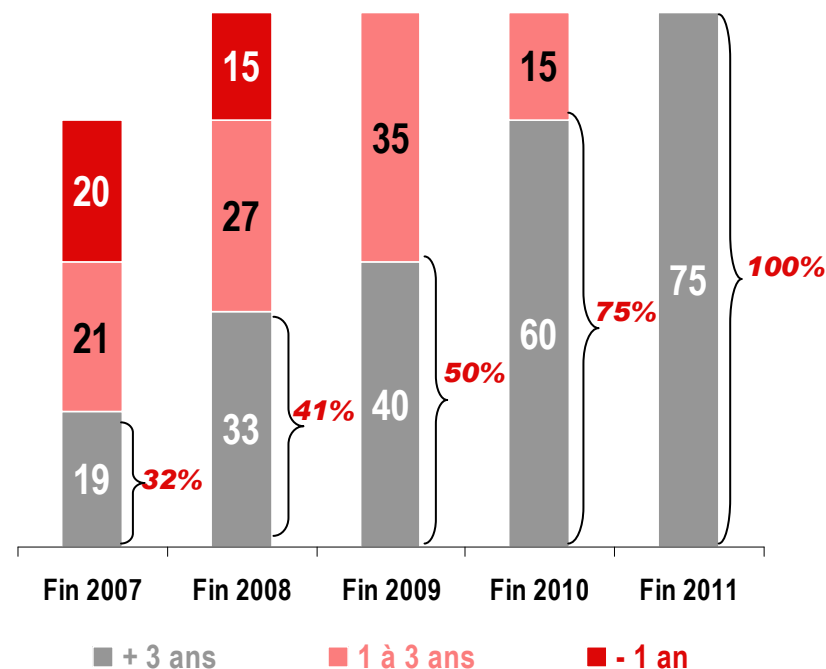
■ Arrivée à maturité (3 ans) des 45 magasins ouverts sur la période 2006/2008

■ Concrétisation des investissements 2008 (approvisionnement et production)

■ Déploiement du nouveau système d'informations

➔ **Croissance du CA et du résultat opérationnel à partir de 2009**

Evolution de la maturité du réseau de magasins avec le périmètre prévu à fin 2008





GROUPE VIAL



**- 4 -
Annexes**

Groupe Vial et la Bourse

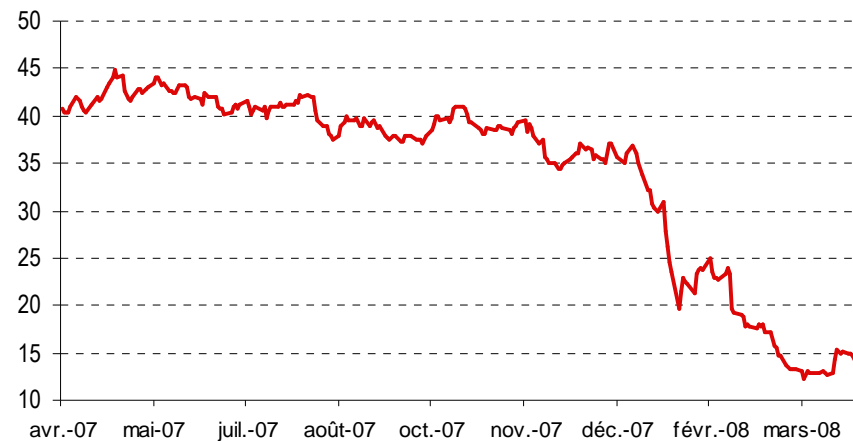


Données boursières (12 mois) :

- Cours : 11,98 €
- Plus haut : 45,30 €
- Plus bas : 11,80 €
- Volume moyen : 9.592 titres / jour
- Turnover : 26%
- Capitalisation : 113 M€
- Nb de titres : 9.434.179

Données au 17 avril 2008

Évolution du cours de bourse



Agenda financier :

- Chiffre d'affaires T1 2008 : 8 mai 2008 après clôture du marché

Contacts :

- Groupe VIAL – Jean-François Buigues – Directeur Administratif et Financier –
E-mail : investisseurs@groupe-vial.com
- NewCap – Communication financière & Relations Investisseurs – Tél. : 01 44 71 94 94 –
E-mail : vial@newcap.fr

Historique de Groupe Vial



2007

Acquisition d'un réseau de 12 magasins dans l'Est de la France, nouvelles ouvertures par croissance organique de 7 magasins en France et 2 en Espagne, soit **60 magasins à l'enseigne VIAL**

2006

Introduction en bourse sur Eurolist by Euronext™ Paris – Ouverture de 7 magasins – **39 magasins** au 31 octobre 2006 à l'enseigne VIAL Menuiseries et **1 magasin** en Espagne

2005

Organisation et **structuration du groupe** pour préparer l'accélération de la croissance
Croissance externe : acquisition de 10 magasins – 32 magasins + 1 en Espagne

2003

Regroupement sur un site unique de fabrication Alu et PVC à Gignac (5.000 m²) - **4 usines et 18 magasins**

2002

Création d'une usine portes bois en Espagne et de 2 ateliers PVC à Gignac - **16 magasins**

2001

Création d'une usine de fabrication bois en Roumanie - **Ouverture de 4 magasins**

2000

Mise en place d'unités de production dans les Bouches-du-Rhône (alu, bois et PVC) pour accéder à l'autonomie

1994

Édition du **1^{er} catalogue** à l'enseigne VIAL Menuiseries - Ouverture de 5 nouveaux magasins

1993

Collaboration étroite avec les fournisseurs sur **achats de matières premières** et l'élaboration de produits

1982

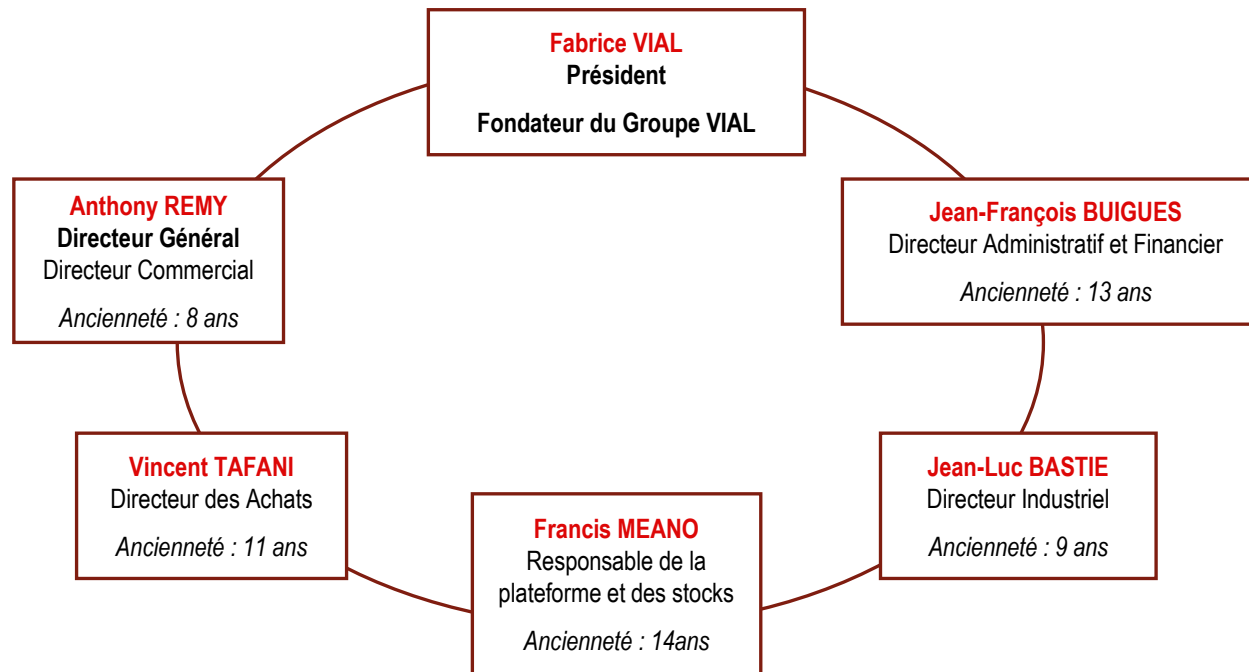
Création d'une solderie (menuiserie) à Gignac (13) par les parents de M. Fabrice VIAL

Comité de direction



Nouvelle organisation du comité de direction :

- Fabrice VIAL : focalisation sur le développement international
- Anthony REMY nommé Directeur Général**



Le comité de direction élargi pour partager l'information : responsables de lignes de production, responsable logistique, responsables de secteurs et responsables de magasins

Positionnement du Groupe Vial



- 1 concurrent direct fabricant distributeur : Lapeyre
- Des distributeurs purs : Bricorama, Castorama, ...
- Des fabricants poseurs spécialisés : K par K, ...
- Une multitude de TPE familiales, avec des coûts de production importants

