

Rapport d'activité semestriel 30 juin 2008

I. Résultats financiers au 30 juin 2008

Au 30 juin 2008, le groupe MG International a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 3 792 K€, qui s'est traduit par un résultat d'exploitation négatif de -2 348 K€. Après prise en compte des frais financiers et d'un produit d'impôt au titre du carry back, le résultat net des entreprises intégrées atteint -2 073 K€.

Le résultat net part du groupe de -1 962 K€ au premier semestre impacte négativement les fonds propres qui s'établissent à 22 493 K€ pour un total de bilan de 35 716 K€. Au 30 juin 2008, la position de trésorerie s'élevait à 2 756 K€.

II. Point sur l'activité

1. Branche systèmes d'alarmes pour piscines privées en France

Avec une météo très défavorable, le début de saison 2008 (démarrant traditionnellement en avril pour se finir en septembre) connaît un démarrage en demi-teinte pour l'ensemble des professionnels de la piscine et plus particulièrement ceux dont l'activité est liée à la vente d'équipements et d'accessoires.

Pour ce qui est de la période qui concerne le présent rapport d'activité, il est à constater que les produits "alarmes pour piscines privées" du groupe n'échappent pas à ce constat et continuent, au-delà d'une météo en demi-teinte, à être pénalisés par :

- le non contrôle de l'application de la loi par les pouvoirs publics

Malgré les chiffres de la sécurisation des piscines qui n'évoluent pas, les autorités sont dans l'impossibilité de faire appliquer la loi sauf à mettre les collectivités locales à contribution. De plus, les contrôles chez les particuliers sont impossibles du fait du cadre réglementaire de la propriété et des coûts engendrés.

- le non-respect de la réglementation par les usagers

Les particuliers ayant équipé leurs piscines entre 2004 et 2006 ont été ceux pour lesquels la loi représente soit une opportunité pour une piscine plus sûre soit une menace pesant sur leur responsabilité. Ils représentent à cette date 50% des propriétaires de piscine. Les 50% restants repoussent leur achat à une date ultérieure voire défient la réglementation en arguant du non contrôle des autorités.

- une conjoncture économique moins favorable aux dépenses liées à la piscine

La situation économique des ménages ne s'améliorant pas, les dépenses liées à la piscine ou à son équipement sont revues à la baisse ou repoussées à date ultérieure. Ainsi, sans préjuger des niveaux de ventes de nouveaux bassins en 2008, il est à noter que les propriétaires de piscines dépensent moins pour leur équipement. La crise touche tout le secteur de la piscine depuis 2007 et devrait, si rien ne change dans notre pays, se prolonger jusqu'en 2009 sur le secteur.

En conséquence de l'accumulation de tous ces paramètres, cette branche d'activité du groupe connaît un niveau de ventes inférieur aux attentes. Attentes prudentes basées sur des niveaux équivalents à ceux de 2007 considérée comme *anus horribilis* du fait de l'existence de ces mêmes facteurs et de l'impact négatif de la campagne de communication sur les alarmes de l'été 2006. Ainsi, sur un CA prévisionnel attendu de 2 M€, les ventes au 30/06/08 sont 22% en deçà des prévisions.

Aucun effort commercial n'est épargné et les équipes de ventes (sédentaires et itinérantes) maintiennent leurs présences auprès des nombreux revendeurs en proposant des opérations commerciales attractives et un niveau de suivi après vente de qualité.

Notre entreprise ayant une activité très saisonnière, le retard pris dans les ventes du premier semestre ne pourront être rattrapées lors du second. Ainsi, nous considérons que le marché de l'alarme piscine en France est devenu un marché d'équipement comme tout autre pour lequel la loi relative à la sécurité des piscines n'influe plus que sur son existence même sans le dynamiser d'aucune sorte. Ainsi, cette branche d'activité s'intègre au business plan en tant que secteur récurrent mais sans croissance potentielle sauf à ce que le législateur décide de faire en sorte à ce que 100% des piscines soient enfin équipées. MG International possédant toujours une position de très large leader avec ses marques Aquasensor (SensorEspio et SensorPremium) et Aqualarm, une telle redynamisation ouvrirait de belles perspectives. Néanmoins, les ambitions du groupe se sont d'ores et déjà tournées vers d'autres territoires et d'autres secteurs d'activité.

2. États-Unis : du retard mais un marché aux perspectives intactes

L'année 2008 est la première année qui réunit à la fois une équipe commerciale constituée, un réseau commercial établi et l'entrée en vigueur des législations dans l'Etat de New York et dans l'Etat de Californie.

Le marché US peine néanmoins à démarrer pour des raisons similaires à celles du marché français :

- délai d'acceptation de ce nouveau produit sur le marché

Les USA n'adoptent pas un produit lors de sa première année sur le marché. Tel est le principal enseignement de ces premiers mois de commercialisation aux USA. Malgré les performances de nos produits (seuls produits à analyse de signaux contre des produits US basés sur un principe de flotteurs), les professionnels américains peinent à adopter le produit et commandent de faibles quantités pour tester le produit, le maîtriser et l'installer progressivement. Ce comportement, même s'il est préjudiciable à la croissance de nos produits aux USA en 2008, est garant d'une potentielle très forte pénétration dès lors qu'il aura donné satisfaction sur une ou deux saisons.

- météo très défavorable

Tout comme le territoire français, les USA ont connu lors des mois de printemps une météo déplorable ayant causé l'inquiétude des professionnels de la piscine quant au niveau d'activité de la saison 2008. Nous le savons, les mois perdus dans une activité saisonnière ne se compensent pas les mois suivants.

- crise immobilière

La crise des sub primes touche de plein fouet les propriétaires et le moral des ménages américains. Ainsi, le niveau de vente de piscines aux USA n'a jamais été aussi bas depuis 10 ans et le secteur enregistre une baisse des ventes pouvant aller à - 40% sur la saison et selon les marques. Cette baisse vient s'ajouter à celle de l'année 2007 déjà très impactée par cette même crise.

- conjoncture économique.

Conséquence de la crise bien connue reprise ci-dessus et des niveaux de performance de l'économie américaine, la conjoncture économique américaine est très mauvaise et impacte de façon très directe le comportement d'achat des propriétaires de piscines. Même face à une loi encore naissante et mal connue, les américains boudent les équipements pour piscine et se concentrent autour de dépenses plus indispensables. Il est évident que la loi relative à la sécurité des piscines aux USA sera un accélérateur de croissance. Néanmoins, celle-ci sera ralentie par les effets d'une conjoncture difficile.

Même si le groupe anticipe une baisse probable de 50% en 2008 par rapport aux prévisions, ce territoire constitue toujours un relais de croissance essentiel et prometteur pour le groupe. A ce titre, les accords avec notre actionnaire Maytronics sont maintenus et les premiers travaux et plans sont d'ores et déjà à l'étude pour que notre groupe puisse tirer profit de cette alliance stratégique sur les plans financier et commercial.

3. Couvertures automatiques : vers une hausse du CA

En procédant à l'acquisition de la société AQUA life en 2006, MG International anticipait le succès de ce type de dispositifs auprès des consommateurs. Après un niveau de ventes 2007 encourageant, le groupe a entrepris d'investir dans une 2e unité de fabrication (basée à La Ciotat) en soutient au site principal de Perpignan. Grâce à des arguments forts (délais de fabrication et livraison réduits, prix attractifs, conception et réalisation de qualité) cette filiale réalise un début de saison prometteur qui devrait lui permettre de réaliser une belle année et de prendre progressivement les parts de marché attendues. Ainsi, MG International devient un acteur du marché de la couverture avec des ambitions fortes, une base clientèle unique et encore une forte marge de progression.

4. Oxineo : une solution écologique dans un marché en mutation

Après une année 2007 considérée comme celle de "l'apprentissage du produit", par les équipes commerciales mais aussi par les revendeurs, le début de saison 2008 confirme que Oxineo répond à l'intérêt grandissant des consommateurs pour les solutions ou produits soucieux de développement durable.

De plus en plus de professionnels ont ainsi testé et accordé leur confiance à la technologie utilisée par Oxineo (électrolyse au diamant - www.adamantec.com) que notre groupe est le seul à proposer dans ce secteur (produit breveté).

En conséquence, les ventes de janvier à mai 2008 ont égalé celles de l'année 2007 dans sa totalité. Ce succès, certes naissant, confirme les ambitions de MG International dans le secteur en forte croissance des solutions sans chlore de traitement de l'eau des piscines : devenir un acteur sérieux et reconnu.

5. Poséidon : vers une année identique à 2007

Les relations commerciales privilégiées avec notre client YMCA of the USA et les efforts commerciaux entrepris depuis la fusion avec la société Vision IQ nous avaient amenés à prévoir une progression de CA en 2008 alors que le niveau de ventes se révèle identique à 2007. C'est pourquoi, afin de réduire le nombre de territoires à couvrir et ainsi le niveau de dépenses correspondant, la société a décidé pour 2009 de centrer ses actions sur la France et les USA. Ainsi, les équipes commerciales seront concentrées sur ces deux territoires, les plus prometteurs pour le produit Poséidon (10 ans d'expérience et de visibilité en France et 70.000 bassins à équiper aux USA).

Malgré l'écart entre nos prévisions et le chiffre d'affaires attendu sur l'exercice, le succès du produit Poséidon est confirmé, ses perspectives restent excellentes comme le démontre son développement progressif et son adéquation au besoin grandissant de sécurisation des bassins publics.

III. Restructuration du groupe

Nous avons entamé sur ce premier semestre des actions de restructuration destinées à affecter de façon optimale nos ressources aux marchés et aux produits les plus réactifs. C'est ainsi qu'en sus des actions de restructuration annoncées, des actions de réduction de coûts, de réorientation des budgets, de modifications de stratégie commerciale suite aux accords avec notre partenaire Maytronics ont été entreprises dès ce premier semestre et devraient aboutir début 2009 à une toute nouvelle organisation moins coûteuse et plus conforme au niveau de marché des différentes entités du groupe.

Plusieurs filiales étrangères toujours déficitaires seront fermées avant la fin de l'exercice.

La distribution à l'export de nos alarmes de piscine et de la solution Oxineo pourra dès 2009 s'appuyer sur Maytronics dès lors que les accords entrevus seront confirmés à la fin de cet exercice ou au début du suivant.

Par ailleurs, l'assemblage final des produits de traitement des eaux Oxineo au niveau mondial va être assuré par l'usine israélienne de Maytronics.

IV. Prévisions financières pour l'exercice en cours

Basé sur les éléments ci-dessus, le chiffre d'affaires attendu au 31 décembre 2008 serait de 6,7 M€ décomposé pour chacune des branches d'activité :

- sécurité des piscines privées : 3,2 M€
- sécurité des piscines publiques : 2,5 M€
- solutions de traitements des eaux : 0,9 M€

Le résultat d'exploitation atteindrait -5,5 M€.

V. Evènements postérieurs à la clôture

Débat réglementaire sur les alarmes de piscine en France – Été 2008

Le marché français de l'alarme de piscine a également eu à subir une mauvaise publicité en juin et juillet 2008. En effet, la CSC a rendu un avis fin juin 2008 sur la base de tests d'un magazine de Consommateurs. Ces tests évoquaient l'échec à quelques essais de chutes de la quasi-totalité des produits du marché (hormis le produit Sensor Espio de notre société) mettant en réalité en évidence les carences des normes techniques applicables aux systèmes de sécurité piscines. Cette mauvaise publicité a contribué à la perte d'intérêt momentanée des consommateurs pour les systèmes de sécurité. Le 10 juillet 2008, le secrétaire d'État à la consommation a communiqué sans préavis et sans distinction sur le retrait de produits d'alarme d'immersion en citant la marque Sensor Premium (marque de notre société), mettant un coup d'arrêt aux ventes de MGI sur ce produit (les consommateurs ne pouvant pas facilement faire visuellement la différence entre un produit de 2005 et un produit de 2008) alors que le produit cité (PRE005-M) n'était en réalité plus commercialisé depuis 2 ans ! Quant au produit DET 10 de notre filiale Nexatis, connu sous la marque Aqualarm, celui-ci fera l'objet, en accord avec les autorités, d'une mise à jour logicielle avant la reprise de sa commercialisation.

En dépit des efforts commerciaux entrepris et notre total engagement auprès de nos clients, l'impact sur notre image innovante a été immédiat et désastreux s'agissant d'une annonce en pleine saison. De plus, même si l'étude de 60 Millions de Consommateurs indiquait que seul Sensor Espio de MG International, noté 16,5/20, était un produit fiable, c'est l'ensemble de la famille alarmes de piscines qui a été impactée.

Ces événements interviennent dans un contexte économique général difficile, où les ménages réduisent leurs dépenses, et notamment celles liées directement ou indirectement aux loisirs.

En outre la Société a fait valoir ses droits auprès des administrations, et notamment à la lumière des éléments suivants :

- Le test considéré par le magazine « 60 millions de consommateurs » est le test de chute du poupon de 6 kilos tombant perpendiculairement à la margelle. Ce test est purement un test technique mais ne se rapporte à aucune situation réelle de risque car il correspond au poids moyen d'un enfant de 4 à 6 mois, ne pouvant pas se déplacer seul. Ceci est confirmé par les données d'accidentologie de l'InVS qui ne comptabilise aucun décès d'enfant de moins de un an sur les années de l'étude.
- les produits commercialisés par MG International sont conformes à la norme NF P90-307/A1 en vigueur et bénéficient à ce titre d'un certificat délivré par des laboratoires indépendants,
- l'étude comparative sur laquelle s'appuie le Secrétaire d'Etat (M. Chatel), est réalisée par un magazine donc sans valeur « officielle » et juridique,
- le Sensor Premium testé est conforme à la réglementation mais n'est plus commercialisé depuis septembre 2006,
- l'ensemble des produits commercialisés sur le marché français (12 à 15) n'a pas été examiné par l'étude comparative.

Les services de l'État (DGCCRF) ont pratiqué de nouveaux tests, sur l'ensemble des produits commercialisés avec le concours du Laboratoire National d'Essais, celui-là même qui a attribué certificat de conformité à quelques-uns de nos produits.

Ainsi, 4 des 5 modèles d'alarmes dont la commercialisation avait été arrêtée, ont pu être néanmoins maintenus en fonction dans les piscines où ils étaient installés, et notamment :

- Aqualarm DET10 de la société Nexatis,
- Sensor Premium PRE005-M de la société MG International.

Selon la DGCCRF ces modèles apportent une contribution positive à la prévention des noyades accidentelles puisque que ces modèles détectent la plupart des chutes de 8 kg. Malgré tout il ne faut pas compter uniquement sur eux car sous certaines conditions ils peuvent ne pas se déclencher (par exemple en fonction du vent). Il n'y a donc aucune raison de les enlever, à condition de s'être assuré de leur état de fonctionnement (entretien, alimentation, mise en marche ...).

Les coûts relatifs à la gestion de cet évènement ont été évalués et ont fait l'objet d'une provision dans les comptes au 30 juin 2008 pour un montant de 82K€.

Profit Warning

Le 19 septembre 2008, MG International publiait un « Profit Warning » faisant état de l'achèvement d'un troisième trimestre 2008 confirmant les informations communiquées en juin 2008, à savoir un début de saison difficile et la nécessaire réorganisation devant lui permettre de recentrer ses activités vers des territoires et des secteurs plus prometteurs.

Ainsi en date du 30 juillet 2008, le conseil d'administration du groupe MG International a entériné la nécessité de recourir à un refinancement ou une recapitalisation du groupe devant lui permettre de compenser les pertes sur ses marchés France et US et de lui donner les moyens de ses ambitions en 2009 et 2010.

La position de trésorerie au 30 septembre 2008 est très tendue.

Le groupe évalue en ce moment les solutions les plus adaptées du fait de cette situation de trésorerie et des prévisions d'encaissement sur le dernier trimestre 2008, et des négociations sont ouvertes entre la société, ses actionnaires et les banques ayant notamment pour objet un réaménagement de la dette senior en ce compris l'échéance de septembre 2008.

La continuité d'exploitation dépend de l'issue de ces négociations à la date de rédaction des présentes. Ces négociations visent à redonner à MG International les moyens de ses

ambitions, lui permettre de sortir de cette période de crise et d'être moins dépendante financièrement.

VI. Opérations sur le capital

1. Augmentation de capital au bénéfice de la société Maytronics

Après avoir étudié plusieurs opportunités, le Groupe a décidé d'ouvrir son capital à la société Maytronics, industriel israélien, cotée sur le Tel Aviv Stock Exchange et leader mondial des robots nettoyeurs de piscines.

Cette augmentation de capital a été réalisée par décision du conseil d'administration de MG International agissant sur le fondement de la délégation de compétence qui lui a été octroyée par l'assemblée générale mixte de ses actionnaires en date du 20 décembre 2007 (3e résolution).

Ce choix a été fortement orienté par les particularités séduisantes suivantes :

- Maytronics est le leader mondial des robots nettoyeurs de piscine (marque de référence "Dolphin") ;
- La société, cotée sur le Tel Aviv Stock Exchange, bénéficie d'une très forte implantation internationale, construite en 25 ans d'existence.

Aux vues des complémentarités très fortes entre les deux Groupes, les équipes dirigeantes ont convenu de poursuivre plus avant les négociations qui pourraient aboutir :

- à la mise en oeuvre de partenariats industriels et commerciaux.

De tels accords pourraient permettre à MG International, du fait de la présence de Maytronics à l'international, d'accélérer le développement commercial de son portefeuille unique de produits innovants et de bénéficier de synergies commerciales ;

- à un renforcement de la présence de Maytronics au capital de MG International ; le groupe israélien ayant marqué son intérêt pour disposer de la possibilité de détenir à terme la majorité du capital de MG international.

Une présence renforcée dès 2008 pour une nouvelle orientation dès 2009

Outre la convention de distribution des produits signés MG International par Maytronics, l'accord porte sur les modalités par lesquelles Maytronics renforcera sa participation au capital de MG International pouvant conduire, à terme, Maytronics Ltd à détenir 51% du capital de MG International.

Cette montée progressive au capital dont le timing indicatif dépendra de l'évolution même de MG International, apporte au Groupe de nouvelles perspectives et une nouvelle vision managériale. Ainsi, les projets de développement sont d'ores et déjà discutés avec notre nouvel actionnaire qui apporte en plus de sa vision, ses compétences techniques et commerciales acquise depuis plus de 20 ans sur le marché de la piscine.

2. Augmentation de capital additionnelle au bénéfice de 2 investisseurs financiers

Dans le cadre des négociations intervenues début 2008 avec Maytronics Ltd., un accord a été trouvé permettant à des investisseurs financiers, et deux actionnaires minoritaires historiques ayant manifesté leur intérêt à participer à une augmentation de capital pour un montant global d'environ 940 000€ (prime d'émission incluse) et qui s'étaient manifestés lors des tours de tables préliminaires, d'accéder sous condition à une augmentation de capital.

Cette augmentation de capital a été réalisée selon les conditions suivantes :

- sur le fondement de la délégation de compétence votée par l'assemblée générale mixte des actionnaires du 20 décembre 2007 (troisième résolution) ;
- par émission d'environ 144 000 actions à souscrire exclusivement par compensation de créance au prix de 6,51€ par action (prime d'émission incluse) ;
- sous la condition suspensive de la constatation par le conseil d'administration de la réalisation définitive du projet d'augmentation de capital réservée à Maytronics Ltd par

émission de 460 829 ABSA devant être soumis à l'approbation de l'assemblée générale extraordinaire qui a été convoquée le 28 avril 2008.

La souscription a été réalisée au moyen exclusif d'une compensation de créance préalablement cédée aux 2 investisseurs à l'euro/l'euro.

3. Prise de participation majoritaire dans le capital de Nexatis, le No2 des systèmes d'alarme pour piscines privées.

Exécutée en 2 temps, l'acquisition du fabricant d'Aqualarm® s'est articulée autour d'une prise de participation immédiate et majoritaire du capital et d'une finalisation de l'opération pour atteindre 100%, par émission de titres.

L'intégration du No 2 du marché de l'alarme piscine dans le groupe de MG International permet d'étoffer son offre et conforte sa position de leader mondial sur le marché de la sécurité des piscines privées.

Le produit de la désormais filiale Nexatis, nommé Aqualarm® bénéficie d'une excellente notoriété auprès des professionnels et des usagers.

Conforme aux normes en vigueur en France et aux USA, Aqualarm® est commercialisé en France depuis 2006 et aux Etats-Unis depuis 2007, grâce à une présence dans les catalogues des principaux distributeurs.

En résumé, le premier semestre 2008 a souffert du coup d'arrêt enregistré en 2007 de l'activité « alarmes piscines ». Il n'y a pas de raison tangible permettant d'imaginer un redressement de cette branche d'activité sur l'exercice ou en 2009. Ladite branche d'activité, longtemps restée centrale en France, devient progressivement comparable aux autres activités telles que Poseidon ou les couvertures automatiques. A ce titre, cette dernière activité, en croissance au sein du groupe, devrait faire l'objet de nouveautés en 2009 et d'efforts constants auprès des revendeurs qui apprécient le produit et connaissent eux aussi une demande soutenue de la part des propriétaires de piscine du fait des multiples avantages du procédé (sécurité, température, propreté, confort et esthétique).

Le secteur du traitement de l'eau reste probablement le plus porteur mais aussi celui nécessitant encore une phase de pénétration et d'acceptation du produit. Néanmoins, le traitement biologique, quasi inexistant dans le secteur de la piscine représente la voie d'avenir pour de nombreux fabricants et distributeurs du secteur. MG International maintient son implication et ses efforts commerciaux afin que son produit unique au monde, Oxineo, trouve progressivement sa place dans les réseaux commerciaux et dans les piscines des usagers.

Le secteur de la piscine publique, exploité par l'équipe Poseidon, reste porteur et avec une visibilité forte. Les premiers investissements aux USA pour ce produit devront être maintenus et adaptés à ce pays qui, même s'il est demandeur de sécurité publique, conserve ses particularités et observe avant d'investir largement. Poseidon possède dans cette zone géographique un potentiel gigantesque et l'année 2008 sera celle de la structuration des équipes et de la construction des nouvelles offres commerciales afin de rendre le produit plus accessible.

MG International traverse une zone de turbulence sérieuse mais ne cède pas. Le rapprochement avec Maytronics offre de nouvelles perspectives et une solidité potentielle largement accrue. Les options (BSA1 et BSA2) dont bénéficie ce nouvel actionnaire doivent permettre à ce nouveau partenaire d'avoir un poids accru dans notre organisation et ainsi y apporter toute sa force commerciale et sa puissance financière et stratégique.

Le maître mot des années 2008 et 2009 sera sans aucun doute « focus ». Focus vers les produits à plus fort potentiels, aboutis et pouvant être portés sans investissement exagéré là où le groupe (intégrant Maytronics) saura les vendre. Focus sur les technologies existantes. Focus sur les zones géographiques où le groupe est déjà présent directement ou de par ses distributeurs. Focus sur les hommes. Focus sur un retour à l'équilibre et la stabilité financière.