

2009 : bonne résistance dans un contexte difficile
Hausse du chiffre d'affaires de 10,4% et marge opérationnelle de 5,1%

2010 : Des perspectives plus favorables
Premiers bénéfiques du changement de dimension
Chiffre d'affaires du premier trimestre en hausse de 12,6% à périmètre constant

Paris, le 3 mai 2010 - Orolia (NYSE Alternext Paris - FR0010501015 - ALORO), groupe spécialisé dans les équipements électroniques de haute précision pour les applications de positionnement, de navigation et de timing, publie aujourd'hui ses résultats financiers consolidés audités pour l'exercice clos au 31 décembre 2009.

| <i>En milliers d'euros</i> | 31 décembre 2009 | 31 décembre 2008 |
|--|-------------------------|-------------------------|
| Chiffre d'affaires | 31 101 | 28 174 |
| Excédent brut d'exploitation | 3 125 | 4 268 |
| Résultat d'exploitation | 1 580 | 3 203 |
| Résultat financier | -136 | -686 |
| Résultat courant | 1 444 | 2 517 |
| Résultat exceptionnel | -902 | 31 |
| Résultat net avant amortissements des écarts d'acquisitions | 422 | 2 137 |
| <i>Amortissement comptable des écarts d'acquisitions (1)</i> | <i>-3 493</i> | <i>-1 026</i> |
| Résultat net de l'ensemble consolidé | -3 071 | 1 111 |

(1) Les comptes consolidés du Groupe sont établis selon les normes comptables françaises et non selon les IFRS, ce qui oblige donc la société à amortir les écarts d'acquisition indépendamment des tests de valeur effectués

En 2009, l'activité d'Orolia a progressé de 10,4% à 31,1 M€ par rapport à 2008. Hors acquisition de Kannad et McMurdo, le chiffre d'affaires annuel ressort en repli limité de 6,0%, démontrant la capacité de résistance du Groupe à la forte dégradation de l'environnement économique mondial. Cette décroissance est en effet le résultat de la bonne tenue, voire de la progression, de notre cœur de métier « Défense et Sécurité », qui n'a toutefois pu compenser la très forte chute des segments « Test et Mesure » et « Télédiffusion numérique » sous l'effet de la crise, additionnée au retard du segment sol du programme de navigation par satellites européen Galileo.

« L'exercice 2009 a été une année de profonde transformation pour Orolia, marquée par l'entrée dans le domaine du Positionnement, troisième pilier des applications des systèmes globaux de navigation par satellites aux côtés des fonctions de Navigation et de Timing dans lesquelles le Groupe était déjà présent » déclare Jean-Yves Courtois, PDG du groupe Orolia. « Cette extension du portefeuille d'activités a été réalisée par l'acquisition de la société française Kannad et des actifs du britannique McMurdo, permettant à Orolia de s'imposer d'entrée de jeu comme le n°2 mondial des balises de détresse et de doubler de taille, le chiffre d'affaires proforma du Groupe en 2009 atteignant 54 M€. Suite à ces acquisitions, nous avons réorganisé nos activités autour de trois divisions: Positioning, Navigation, et Timing ».

En termes de zones géographiques, la zone EMEA (Europe, Moyen Orient, Afrique) a concentré plus de 54% de l'activité de l'exercice avec un chiffre d'affaires de 16,9 M€. La croissance de 24% enregistrée sur cette zone a été essentiellement portée par les intégrations de Kannad et McMurdo. Sur le continent américain, l'activité a bien résisté avec un chiffre d'affaires de 10,2 M€, contre 9,0 M€ en 2008. Après un début d'année très atone, cette zone a connu une nette reprise, renforcée par l'apport des ventes de Kannad et de McMurdo en fin d'année pour atteindre une progression de 12,6%. Ces évolutions positives ont permis de compenser la baisse d'activité enregistrée sur les marchés asiatiques (13% du chiffre d'affaires total) fortement dépendant des programmes spatiaux chinois.

Une rentabilité opérationnelle préservée par les mesures d'économie et le maintien de la marge brute à périmètre constant

Au-delà de la baisse du niveau d'activité à périmètre constant dans un contexte exceptionnellement difficile, la rentabilité opérationnelle a été impactée par la conjonction de deux facteurs non récurrents :

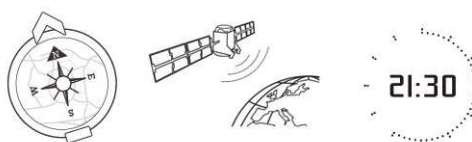
- Une hausse de 270 K€ des dépenses de R&D à périmètre constant liée au lancement de nouveaux produits qui n'ont pas pu développer leur potentiel en termes de vente sur l'exercice en raison du contexte difficile ;
- L'engagement de mesures d'intégration sur Kannad et Mc Murdo non compensées par la contribution de ces unités à la rentabilité en raison de leur consolidation sur une période réduite au titre de l'exercice (respectivement sur 3 mois et 1 mois). Les bénéfices de ces mesures engagées rapidement devraient participer dès 2010 à la progression des résultats du Groupe.

L'impact de ces éléments défavorables a toutefois été limité par la mise en œuvre graduelle au cours de l'année de plusieurs plans d'économies qui prendront toute leur mesure en 2010. Le Groupe a également défendu sa rentabilité par une politique de maintien des prix de vente qui a permis de stabiliser la marge brute à taux de change constant. Ce choix stratégique de ne pas sacrifier la valeur en contenant la pression sur les prix constituera un atout clé lors de la reprise. L'ensemble de ces décisions a permis au Groupe de préserver une rentabilité opérationnelle positive avec un résultat d'exploitation de près de 1,6 M€, soit 5,1% du chiffre d'affaires.

Un résultat exceptionnel qui traduit les restructurations importantes et une valorisation prudente des actifs R&D

Comme annoncé dès la publication du chiffre d'affaires 2009, les résultats de l'exercice intègrent également des éléments exceptionnels liés aux restructurations importantes et nécessaires opérées pour ajuster la structure de charges et à des dépréciations sur des engagements R&D remis en question par le contexte difficile :

- Les réductions d'effectifs et les autres coûts de restructuration ont occasionné une charge de 426 K€ sur l'exercice.
- Par ailleurs, des tests de valeur effectués sur les dépenses de recherche et développement ont montré, pour un produit lié au marché de la télédiffusion numérique, une insuffisance de rentabilité par rapport aux standards du Groupe. Compte tenu d'une évaluation prudente des perspectives à moyen terme de ce marché fortement sinistré en 2009, le Conseil d'administration d'Orolia a décidé de déprécier à 100% cet actif pour un montant de 386 K€.



- Enfin, dans le cadre de la rationalisation du portefeuille produits entre Kannad et McMurdo, un projet de R&D activable a été déprécié suite à l'arrêt d'un produit redondant, pour un impact de 114 K€.

Au total le résultat exceptionnel est négatif à hauteur de 902 K€. Malgré cet impact important sur les comptes, le résultat net avant amortissement des écarts d'acquisition reste positif à hauteur de 422K€.

Le résultat net est en revanche fortement déficitaire à -3 071 K€ contre un bénéfice de 1 111 K€ en 2008. En effet, au vu des impacts de la crise sur le marché du test et mesures correspondant aux activités de la société Pendulum Instruments, et compte tenu de la faible visibilité sur la reprise sur ce marché en 2010, une approche conservatrice du test de valeur sur l'écart d'acquisition de Pendulum Instruments a montré une perte de valeur de ce dernier, qui a donc été déprécié à 100%, soit un impact exceptionnel de -2 450 K€.

Enfin, l'amortissement des écarts d'acquisition liés aux autres filiales du Groupe, obligatoire en normes comptables française malgré l'absence de perte de valeur de ces participations, a eu un impact technique supplémentaire de -1 043 K€ sur le résultat net de l'exercice.

Une structure bilancielle très saine

Fonds propres

Les fonds propres atteignent 33,3 M€ soit 51,8% du total de bilan contre 47,1% en 2008, grâce aux deux augmentations de capital successives menées dans le cadre de l'acquisition de la société Kannad et des actifs de la société McMurdo. En effet, l'acquisition de Kannad a donné lieu à un paiement en titres Orolia pour 1 081 081 actions valorisées à 10,24€ (valeur de l'action au jour de la réalisation de l'augmentation de capital), d'où une augmentation consécutive des fonds propres de 11 070 K€. L'augmentation de capital en numéraire du mois de décembre a quant à elle contribué pour 5 933 K€ aux fonds propres.

Dettes financières hors concours bancaires courants

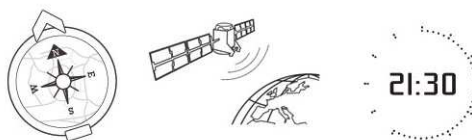
Les dettes financières progressent compte tenu de la dette d'acquisition de 3,0 M€ contractée en décembre 2009 et qui doit permettre au Groupe de poursuivre sa stratégie d'acquisitions sélective. Néanmoins, le ratio dettes sur fonds propres reste très contenu à 38,5% contre 43% en 2008. La dette financière, augmentée des concours bancaires courants et du *factor* et nette de la trésorerie, est d'ailleurs négative à -0,1 M€ à la clôture. L'augmentation du poste *factor* provient essentiellement du changement de périmètre puisque la société Kannad utilise aussi cette forme de financement du BFR.

Trésorerie nette des concours bancaires courants

La trésorerie nette des concours bancaires courants atteint 15,2 M€ contre 11,0 M€ en 2008 compte tenu du cash-flow d'exploitation de 249K€, des investissements (-2,34 M€), de l'acquisition de Kannad et des actifs de Rapco Electronics et McMurdo (-16,4 M€), de la dette d'acquisition (3,0 M€) et des augmentations de capital (+16,7 M€).

Des perspectives plus favorables sur les trois pôles d'activité

Malgré les incertitudes sur la vigueur de la reprise économique et une visibilité réduite sur les effets de change susceptibles de peser sur l'activité, Orolia aborde l'exercice 2010 fort de perspectives plus favorables sur chacun de ses trois pôles d'activité.



Positionnement : dynamique de croissance sur les balises personnelles et maritimes nouvelle génération

Le pôle positionnement va bénéficier de l'intégration de Kannad et de McMurdo. La forte croissance constatée dans le domaine des balises de détresse personnelles ne se dément pas, du fait de l'innovation de rupture réalisée par McMurdo tant au niveau de la taille que du prix de vente de ses balises FastFind de nouvelle génération. Le lancement des deux marques McMurdo et Kannad Marine dans le domaine des balises de détresse maritimes, amplifié par l'introduction de nombreux nouveaux produits de toute dernière génération devrait également soutenir la croissance sur ce marché. Ces perspectives positives devraient permettre de compenser la morosité observée sur le marché des balises aviation dont la reprise n'est pas attendue avant 18 mois. Orolia s'est préparé à ce bas de cycle par le développement d'une nouvelle génération de balises intégrant des innovations majeures qui sera introduite courant 2010 permettant de retrouver le chemin de la croissance à l'horizon 2011.

Navigation : redémarrage progressif des grands programmes spatiaux

Sur le pôle Navigation, Orolia va bénéficier du déblocage définitif du programme Galileo suite à l'attribution en avril au consortium OHB/SSTL du contrat des 14 premiers satellites de la partie 'Full Operational Capability'. Ce déblocage devrait se traduire par la prochaine signature d'un contrat de l'ordre de 20 M€ pour la fourniture des horloges atomiques de ces satellites. Par ailleurs, le succès technologique de la première phase du programme scientifique ACES (Atomic Clock Ensemble in Space) ainsi que la première vente en mars de masers à hydrogène aux Etats-Unis au prestigieux Massachusetts Institute of Technology, viennent encore renforcer la confiance sur l'évolution de l'activité du pôle pour les prochains mois.

Timing : une activité toujours soutenue par le secteur défense

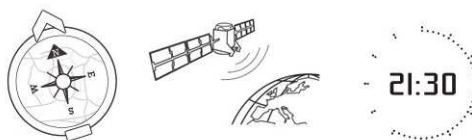
Sur le pôle Timing, enfin, aucune reprise nette des investissements n'est attendue chez les grands donneurs d'ordre de la télédiffusion numérique et chez les opérateurs Télécoms. Le marché du test et mesure ne devrait pas non plus connaître de redressement spectaculaire. En revanche, le secteur de la défense devrait continuer à connaître une croissance significative, notamment sur le territoire américain, grâce à la dynamique induite par les nouveaux produits développés au cours des deux derniers exercices. Par ailleurs, les investissements des sociétés dans des solutions de timing associées aux infrastructures informatiques reprennent dans le secteur des services financiers (réseaux à faible temps de latence) et se développent dans les fermes de serveurs (cloud computing et data centers). Ces signes de redémarrage encourageants devraient soutenir l'activité du pôle.

Un premier trimestre en croissance de 12,6% à périmètre constant

Ces perspectives d'activité plus favorables sont confirmées par l'activité réalisée au cours du premier trimestre qui marque le retour à une croissance soutenue. Ainsi, le chiffre d'affaires consolidé de la période s'établit à 14,2 M€ (donnée non audité) en hausse de 136% par rapport à la même période de 2009. A périmètre constant (hors Kannad et Mc Murdo), le chiffre d'affaires ressort aussi en nette progression de 12,6%.

Objectifs 2010 : retour à la croissance organique et progression des résultats

Au regard de ces perspectives plus favorables et de ce premier trimestre encourageant, Orolia se fixe comme objectifs pour l'exercice de renouer avec la croissance organique et de se rapprocher d'une



rentabilité d'exploitation à deux chiffres. En termes de résultats, le Groupe devrait bénéficier des premières synergies liées aux dernières acquisitions et des mesures de restructurations et d'économies engagées au cours des derniers mois.

L'exercice devrait en particulier révéler de nouvelles sources de productivité notamment au niveau de la dynamique commerciale : fusion de Pendulum Instruments avec Spectracom sur le pôle Timing, regroupement des activités balises maritimes au sein de McMurdo, centralisation de l'animation des activités marketing et distribution des balises de détresse COSPAS-SARSAT chez McMurdo. La création d'une fonction de directeur de la performance au sein de la direction générale du Groupe devrait aussi être un facteur d'amélioration dans la définition et le suivi des plans de progrès et d'augmentation de la performance.

Cette recherche d'une productivité accrue sera conduite sans sacrifier le potentiel de croissance future. Le Groupe entend ainsi conforter son avance technologique en maintenant un effort important en R&D. Après une première période 2007-2009 d'investissement dans le renouvellement des principales plates-formes produits, le Groupe va pouvoir s'engager dans des voies de développement plus innovantes tournées vers des marchés émergents porteurs de croissance organique. Le succès de la balise personnelle FastFind, qui a propulsé le Groupe en position de n°1 mondial de ces produits en l'espace d'un an, est une bonne illustration du potentiel de telles innovations.

Fort d'une structure financière solide, le Groupe restera par ailleurs attentif à toutes les opportunités de croissance externe. Cette stratégie doit permettre à Orolia dans un horizon de deux à trois ans d'atteindre son ambition : devenir leader ou co-leader mondial sur chacun de ses trois pôles d'activités.

Prochain rendez-vous : publication du chiffre d'affaires du 2ème trimestre 2010 : 28 juillet 2010

A propos d'Orolia SA

Orolia est un groupe français de hautes technologies spécialisé dans les applications de positionnement, de navigation et de timing les plus exigeantes. La mission d'Orolia est d'apporter au travers de ses produits, systèmes et services, les informations fondamentales de temps, de fréquence et de position aux applications les plus critiques, de manière à offrir à leurs utilisateurs mobilité, sécurité, traçabilité, interopérabilité et fiabilité. Les informations précises de position, de temps ou de synchronisation sont essentielles à un très grand nombre d'applications dans la Défense, la Sécurité ou les Télécommunications, que ce soit dans les environnements terrestre, maritime, aérien ou spatial. Depuis 2006, Orolia a su s'imposer comme l'un des leaders de son secteur au niveau mondial au travers de cinq sociétés : Spectracom, SpectraTime, T4science, McMurdo et Kannad. Depuis septembre 2009 ces sociétés sont intégrées au sein de trois divisions : Positioning Systems, Space & Navigation et Timing, Test & Measurement. Le siège social d'Orolia est basé aux Ulis (France). Les principaux sites du Groupe sont à Sophia Antipolis (France), Neuchâtel (Suisse), Rochester (New York), Stockholm (Suède), Basingstoke (UK), Portsmouth (UK) et Guidel (France). Orolia bénéficie du label OSEO Entreprise Innovante. <http://www.orolia.com>

Contact Presse : Elodie Cally - elodie.cally@orolia.com - Tél. +33(0)1.64.53.22.30

