

---

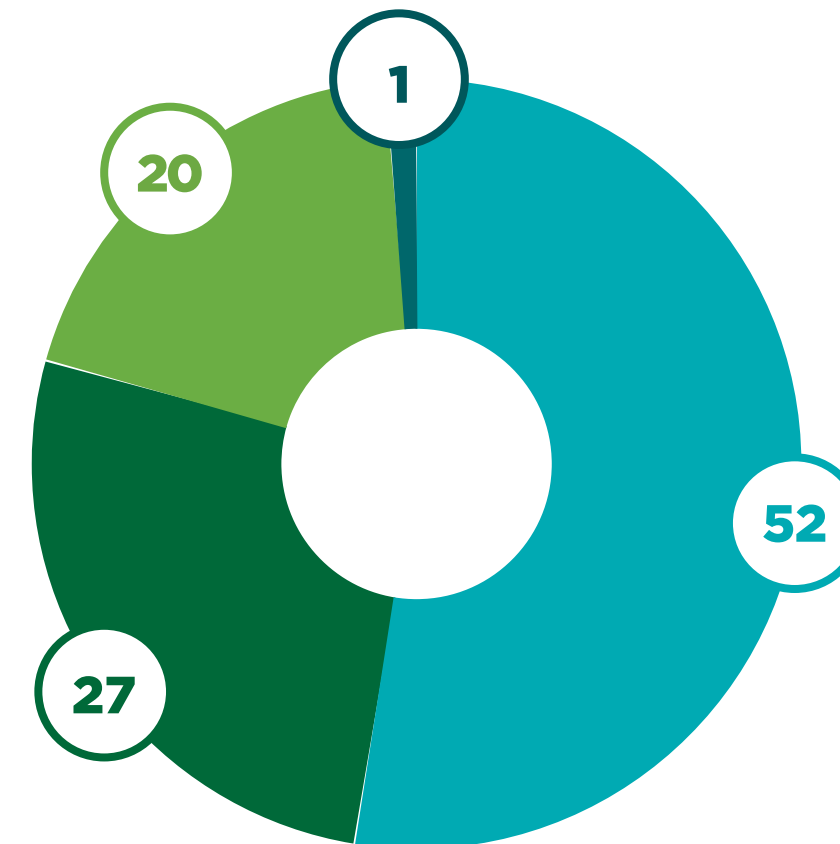
# DÉVELOPPEMENT ET ÉVOLUTION



ÉVOLUTION C.A. EN €

# SECTEURS D'ACTIVITÉS

Répartition  
des ventes en %



**7.1 M**  
À la maison

**3.7M**  
Industries  
Agroalimentaires

**2.6M**  
Restauration & Retail

**0.1 M**  
Santé

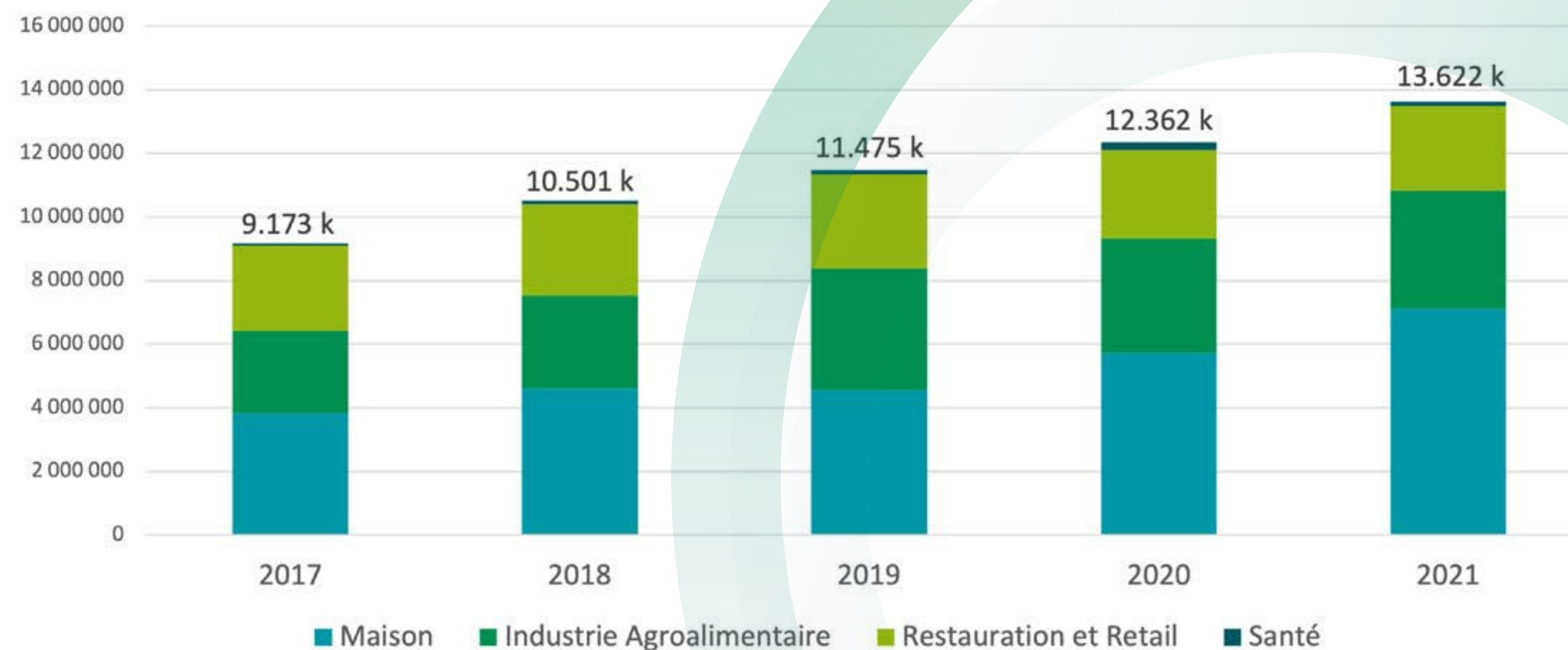
ÉVOLUTION C.A. EN €

# SECTEURS D'ACTIVITÉS

C'est le secteur des produits pour la maison (« Home ») avec en particulier les marques Splash et Zen (gamme de produits pour la piscine et les spas) qui a été clé dans la croissance 2021. La gamme eezym de produits enzymatiques à destination des consommateurs a également réalisé une belle croissance de 16% pour atteindre près de 800 k EUR en 2021.

Les deux secteurs « Business to business », à savoir Food Industry et Food services ont, quant à eux, fait preuve de résilience dans un contexte sanitaire et économique encore instable (accès rendus compliqués dans l'industrie agro-alimentaire et de nombreuses fermetures de restaurants et collectivités jusqu'à l'été 2021).

Enfin, les ventes à la filiale OneLife ont nettement diminué suite à l'incapacité de Realco de maintenir toute la production pour sa filiale après l'incendie survenu en janvier 2020.



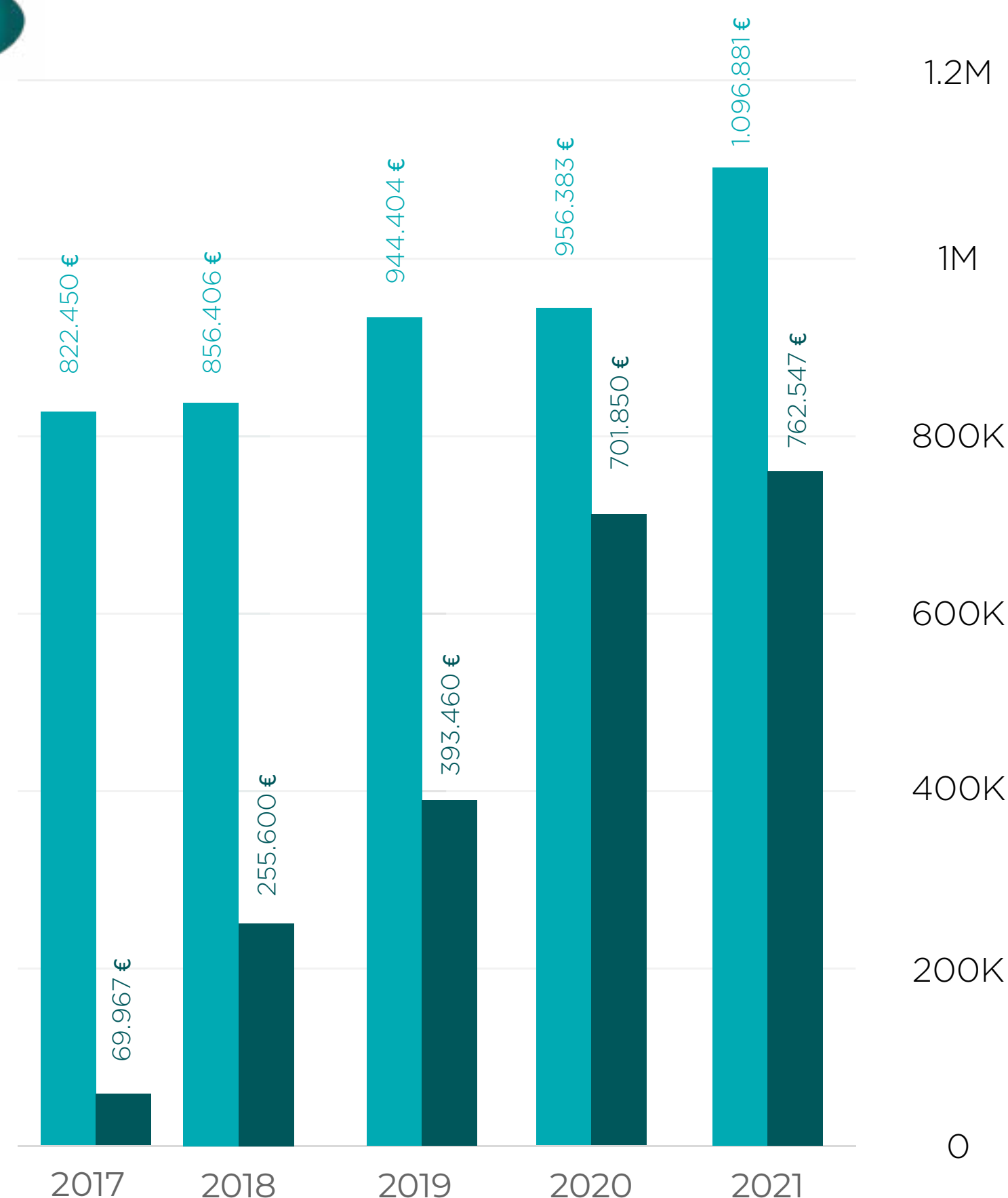
ÉVOLUTION C.A. EN €

# FILIALES



Realzyme a terminé l'année 2021 avec un chiffre d'affaires de 1.096.881 USD, ce qui représente une hausse de 15 % par rapport à l'année précédente. Le bénéfice ordinaire (net ordinary income) s'élève à \$200,262 soit une progression de 25% par rapport à 2020.

Les ventes de Realzyme sont encore fortement liées aux applications relatives au traitement du biofilm puisque 50% des ventes impliquent la gamme de produit Biorem®. La répartition des ventes entre la vente directe et la distribution est de 36/64 en 2021 comparé à 33/67 en 2020 pour 47/53 en 2019 ce qui confirme la tendance à travailler avec des distributeurs.



OneLife a réalisé un chiffre d'affaires de 762.547,13 EUR en 2021, en croissance de 9% par rapport au chiffre 2020 dans un contexte encore mitigé à deux niveaux.

Premièrement, la pandémie COVID que nous avons prévue disparaître avant le 2ème semestre, a continué à impacter les affaires.

- Suite au nombre d'interventions chirurgicales et des examens endoscopiques dans tous les hôpitaux dans le monde n'a recommencé à croître qu'en toute fin d'année et ce nombre est toujours largement inférieur au nombre pré-Covid
- Suite à l'impossibilité de travailler efficacement avec les distributeurs ainsi que l'impossibilité de visiter les hôpitaux pour présenter et tester les produits dans de nouveaux hôpitaux

Ensuite, l'augmentation significative de certaines matières premières (certaines ont triplé de prix) a évidemment pesé sur les coûts de production et donc, sur la marge.

Néanmoins :

- La Belgique, marché de référence pour OneLife, est toujours en croissance par rapport à 2020, avec l'augmentation du nombre d'hôpitaux clients et l'augmentation du volume moyen d'achat.
- Malgré un problème de spécifications et grâce à des actions promotionnelles, la Chine a repris ses achats mais trop tard dans le 4ème trimestre pour être totalement facturé en 2021.
- La commercialisation de la nouvelle gamme de produits pour les surfaces critiques a permis de dégager des nouveaux volumes

La participation financière OneLife dans les comptes de Realco est toujours équivalente aux montants apportés lors de la constitution (2014) et des augmentations de capital (2015 et 2017). Le Conseil d'administration de Realco estime que cette valeur peut être maintenue dans les comptes en 2021. La valorisation potentielle dans le cadre d'une prochaine augmentation de capital avec une valeur de référence validée par un investisseur externe devrait être supérieure au montant enregistré au bilan dans les comptes de Realco.