



**Communiqué de presse  
Pour diffusion immédiate**

## **Ranaz dévoile ses résultats pour le deuxième trimestre de 2010**

- Bénéfice net de 410 443\$ au cours du deuxième trimestre de 2010.
- Augmentation de la marge brute de 30,2% pour le deuxième trimestre de 2009 à 35,2% pour le deuxième trimestre de 2010.
- Augmentation du bénéfice d'exploitation ajusté de 451 424\$ pour la période de six mois terminée le 30 juin 2010 comparativement à la même période de 2009.

**Montréal, Québec, 30 août 2010** - Ranaz Corporation (« Ranaz ») (TSX-V: RNZ), une société spécialisée dans la fabrication et la commercialisation de suppléments protéiques et diététiques, a dévoilé aujourd'hui ses résultats pour le deuxième trimestre terminé le 30 juin 2010.

La Société met principalement l'accent en 2010 pour continuer à rationaliser ses coûts de production et ses dépenses d'opération. Comme on le voit dans les résultats, la marge brute pour la première moitié de 2010 représente 32,3% comparativement à 28,3% pour la même période de 2009. L'augmentation de la marge reflète les efforts de réduction des coûts. Les dépenses d'opération pour la période de six mois terminée le 30 juin 2010 ont totalisé 2 584 326 dollars en comparaison à 2 851 994 dollars pour la même période de 2009, un effet direct du meilleur contrôle des dépenses.

Au cours des prochains trimestres, la Société va maintenant mettre l'accent sur une stratégie de croissance des ventes. Nous nous concentrerons en 2010 à avoir une meilleure pénétration de marché dans nos clients actuels. Nous allons également accentuer le développement de nouveaux clients dans tous nos marchés.

Le chiffre d'affaires pour le deuxième trimestre de 2010 a totalisé 5,1 millions de dollars, contre 5,7 millions de dollars pour le même trimestre de 2009, en diminution de 0,6 million de dollars ou 9,5%. Le chiffre d'affaire pour les six premiers mois de 2010 a totalisé 9,3 millions de dollars, en diminution de 0,7 million de dollars ou 6,6% comparativement à la même période de 2009. Les ventes de Protidiet et ProtiLife sont sensiblement inchangés pour les périodes de 2010 comparativement aux périodes de 2009 présentées. Les ventes de barres de marques privées ont diminuées parce que durant la période de transition de 2009, la Société a utilisée cette opportunité pour éliminer les produits à faible marge. Cette élimination a un effet temporaire négatif sur les ventes mais un effet positif sur la marge brute.

Le bénéfice brut a totalisé 1,8 million de dollars pour la période de trois mois terminée le 30 juin 2010 comparativement à 1,7 million de dollars pour le même trimestre de 2009, représentant 35,2 % et 30,2 %, respectivement du chiffre d'affaires de ces trimestres (marge brute). Pour la période de six mois terminée le 30 juin 2010, le bénéfice brut est de 3,0 millions de dollars ou 32,2% des ventes comparativement à 2,8 millions ou 28,3% des ventes pour la même période en 2009. Depuis le début de 2010, la Société a un meilleur contrôle sur les coûts de production et les efforts pour augmenter le niveau de productivité commencent à générer des dividendes. L'augmentation du pourcentage de marge brute pour le deuxième trimestre de 2010 en comparaison avec 2009 et la première moitié de 2010 comparativement à la même période de 2009 est également attribuable au changement dans les types de produits vendus et dans les différents marchés.

Le *bénéfice net* pour le trimestre terminé le 30 juin 2010 s'est élevé à 410 443 \$, ou 0,007 \$ par action, comparativement à 368 108 \$, ou 0,008 \$ par action, pour le deuxième trimestre de 2009, ce qui représente une augmentation de 11,5 %. La perte nette pour la période de six mois terminée le 30 juin 2010 était de 33 667\$ ou 0,001\$ par action comparativement à un bénéfice net de 177 862\$ ou 0,004\$ par action pour la première moitié de 2009.

Le bénéfice d'exploitation ajusté pour le trimestre terminé le 30 juin 2010 s'est élevé à 571 902 \$ ou 0,010 \$ par action, comparativement à un bénéfice d'exploitation ajusté de 214 607 \$, ou 0,005 \$ par action, pour le deuxième trimestre de 2009, ce qui représente une augmentation de 166,5 %. Le bénéfice d'exploitation ajusté pour les six premiers mois de 2010 a totalisé 424 604\$ ou 0,007\$ par action comparativement à une perte d'exploitation ajustée de 26 820 \$ ou 0,001\$ par action pour la première moitié de 2009, représentant une augmentation de 1 683,2%.

### **A propos de Ranaz Corporation**

Ranaz est une société spécialisée dans la fabrication et la commercialisation de suppléments protéiques et diététiques. Sa mission est de concevoir, développer et commercialiser nutritionnels, suppléments protéiques et diététiques tant sous ses propres marques et concepts, tels que Protidiet et ProtiLife, ainsi que sous des marques privées.

Des informations complètes, y compris l'analyse par la direction et les états financiers et les notes y afférentes, sont disponibles sur SEDAR, à [www.sedar.com](http://www.sedar.com).

*La Bourse de croissance TSX et son fournisseur de services de réglementations (au sens attribué à ce terme dans les politiques de la Bourse de croissance TSX) n'assument aucune responsabilité quant à la pertinence ou à l'exactitude du présent communiqué.*

- 2 -

#### **Pour plus d'information:**

**Ranaz Corporation**  
Paul Guay, CA  
Chef de la Direction Financière  
(450) 491-7106, poste 200  
[p.guay@ranazcorporation.com](mailto:p.guay@ranazcorporation.com)

**Ranaz Corporation**  
Jean Bourassa Marineau  
Président  
(450) 491-7106, poste 217