



RANAZ SIGNE UNE ENTENTE DE DISTRIBUTION EN PHARMACIE AVEC LA BANNIÈRE BRUNET

Les produits Protilife seront distribués en vente libre dans plus de 100 pharmacies

MONTREAL, le 31 janvier 2007 – Ranaz Corporation (TSXV: **RNZ**), une société spécialisée dans la fabrication et la commercialisation de suppléments protéiques et diététiques liés au traitement du surpoids et de l'obésité, a annoncé aujourd'hui avoir conclu, par l'entremise de sa filiale Protilife Distribution inc., une entente de distribution avec la bannière de pharmacies Brunet (propriété de Metro Richelieu inc.) pour sa nouvelle gamme de produits. En vertu de cette entente, les produits de marque Protilife – qui s'adressent au grand public – seront distribués à la grandeur du réseau de Brunet qui comporte environ 106 succursales.

C'est une première percée pour Ranaz, dont les actions sont inscrites à la Bourse de croissance TSX depuis le 29 décembre 2006. « Nous sommes enchantés de notre nouvelle association avec la bannière de pharmacies Brunet. Vocation, innovation et passion ont toujours été la marque de Brunet qui inspire respect et confiance au Québec depuis 1855 et qui distribuera notre nouvelle marque de produits Protilife liés à la perte de poids, a déclaré Jean Bourassa-Marineau, président et chef de la direction de Ranaz Corporation. Notre expertise et notre renommée dans la formulation et le développement continu de produits aussi efficaces que savoureux sont pour nous de solides acquis. Nous fabriquons au Québec, depuis 17 ans déjà, une gamme complète de produits distribués par l'entremise de réseaux spécialisés au Canada, en Europe et aux États-Unis. En distribuant nos produits par le biais de la bannière Brunet, nous accédons à un réseau de distribution de premier plan, en plus de rejoindre efficacement notre marché cible. Cette bannière riche en histoire demeure à l'affût de ce qui se fait de mieux en pharmacie et continue de marquer le paysage pharmaceutique québécois. »

Les produits Protilife

La marque Protilife permet à la Société de capitaliser sur son expérience dans la mise au point de produits destinés à l'industrie du traitement du surpoids et de l'obésité en introduisant un produit destiné au marché de masse soutenu par une approche scientifique. Ranaz désire positionner cette marque afin qu'elle soit un jour reconnue comme étant un leader mondial dans le développement et la commercialisation de produits de perte de poids et suppléments alimentaires hyperprotéinés efficaces et de qualité et par son sens du marketing auprès des consommateurs.

La gamme de produits Protilife vise une perte de poids rapide toute en fournissant les nutriments nécessaires à la préservation de la masse musculaire. Une fois l'objectif de poids santé atteint par l'individu, ce dernier pourra suivre un programme de maintien Protilife qui est un programme d'alimentation basé sur les quatre groupes alimentaires, tel que recommandé par le *Guide alimentaire canadien*, tout en y incorporant des produits Protilife afin d'en faciliter le suivi.

À propos de Ranaz Corporation

Ranaz est une société spécialisée dans la fabrication et la commercialisation de suppléments protéiques et diététiques liés au traitement d'un surplus de poids ou de l'obésité. Sa mission est la

conception, le développement et la commercialisation de suppléments nutritifs, protéinés et diététiques tant sous des marques privées que pour le bénéfice de ses propres concepts corporatifs, tels Protidiet et Protilife. Ranaz, par l'entremise de ses filiales, produit des suppléments diététiques et protéiques de grande qualité. Tous les produits de Ranaz présentent certaines caractéristiques communes dont des saveurs et des goûts qui respectent les besoins du marché, un format adapté au marché, la facilité et la rapidité de préparation, de même qu'une conception scientifique et une fabrication rigoureuses.

La gamme de produits Protidiet est développée dans le créneau des médecins traitant l'obésité, sous forme de produits prêts à consommer. Elle comprend des barres, des poudres, des soupes, des biscuits, des concentrés, des muffins et d'autres repas et collations à haute teneur en protéines. Les principaux marchés pour Protidiet comprennent les cliniques d'amaigrissement en Amérique du Nord et les pharmacies et parapharmacies en Europe. La gamme de produits Protidiet compte environ 120 produits. Pour sa part, la gamme de produits Protilife, le deuxième concept-phare de la société, sera vendue dans les pharmacies d'Amérique du Nord et de l'Europe de l'Ouest et proposera un protocole d'amaigrissement rapide et de maintien de poids santé. Cette marque mise sur l'expérience de la société en étant adressée à un marché de masse, tout en reposant sur une base scientifique. La gamme de produits Protilife est actuellement composée de 10 produits différents, soit quatre barres prêtes à consommer et six produits en sachets composés de protéines sèches à être reconstituées.

À propos de la bannière Brunet

Propriété de METRO RICHELIEU INC., la bannière Brunet est active au Québec depuis 1855. Avec un réseau d'environ 106 succursales, la bannière Brunet connaît une forte croissance dans son secteur d'activité.

Certaines déclarations contenues dans ce communiqué, à l'exception des déclarations de fait qui sont vérifiables indépendamment en date de ce communiqué, peuvent constituer des déclarations prospectives. De telles déclarations, formulées d'après les attentes actuelles de la direction, comportent de nombreux risques et incertitudes, connus ou inconnus, dont bon nombre échappent au contrôle de Ranaz. De tels risques comprennent, notamment : l'effet de la conjoncture économique en général, les changements réglementaires dans les territoires où Ranaz fait affaire, la volatilité des marchés boursiers, les fluctuations de coûts, les changements dans l'environnement concurrentiel découlant de fusions et les autres risques dont il est question dans les documents publics de Ranaz. Par conséquent, les résultats réels peuvent différer substantiellement des résultats prévus exprimés dans les déclarations prospectives. Le lecteur ne doit pas accorder une confiance exagérée aux déclarations prospectives incluses dans ce communiqué. Ces déclarations ne sont valables qu'à la date où elles sont faites et Ranaz n'a pas l'obligation et nie toute intention de mettre à jour ou de revoir ces déclarations à la suite de quelque événement ou circonstance que ce soit.

Le contenu de ce communiqué de presse n'a pas été approuvé par la Bourse de croissance TSX ni soumis à celle-ci et pour cette raison, elle n'assume aucune responsabilité à cet égard.

– 30 –

Jean Bourassa-Marineau
Président et chef de la direction
Ranaz Corporation
450-491-7106, poste 217, jeanb@ranazcorporation.com

Martin Vidal
Vice-président exécutif
Ranaz Corporation
450-491-7106, poste 213, martinv@ranazcorporation.com