



Consolidation de la marque Maximiles en Europe

Implantation de la marque Maximiles.co.uk au Royaume-Uni où le Groupe est n°1 de la fidélisation en ligne

Homogénéisation du design de l'ensemble des sites européens.

Paris, le 26 mai 2010

MAXIMILES, le leader européen de la fidélisation sur Internet, annonce qu'il opère désormais sous la marque Maximiles.co.uk au Royaume-Uni en lieu et place de la marque ipoints.co.uk acquise en 2006.

Le groupe a par ailleurs mis en place un design homogène sur l'ensemble de ses sites en Europe.

A travers l'implantation de sa marque grand public au Royaume-Uni, Maximiles conforte son implantation sur ce marché et réaffirme sa stratégie de développement en Europe.

Sous le nom désormais unique de Maximiles, l'entreprise intervient en effet dans 4 pays : la France, le Royaume-Uni, l'Espagne et l'Italie.

« Notre stratégie de développement est axée sur l'Europe » a rappelé Marc Bidou, fondateur et PDG de Maximiles. « Maximiles s'appuie aujourd'hui sur une base de données de plus de 7.1 millions de membres dans les 4 pays Européens où nous sommes présents. Cela fait de Maximiles la seule solution de fidélisation au service de grands groupes qui mènent une stratégie pan-européenne », a-t-il fait remarquer.

Les 7,1 millions de « Maximilers » en Europe se répartissent de la façon suivante :

- 3,4 millions au Royaume-Uni
- 3,1 millions en France
- 230 000 en Italie
- 260 000 en Espagne

Le numéro 1 au Royaume-Uni

Au Royaume-Uni, Maximiles avait fait l'acquisition d'ipoints en 2006 et le site s'était hissé à la première place sur son marché.

La marque Maximiles avec Maximiles.co.uk devient donc la première marque de fidélisation en ligne, avec ses 3,4 millions de membres et 600 e-marchands partenaires (pour comparaison, le numéro 2 du marché revendique 1 million de membres).

Des sites homogènes

Cette consolidation de la marque en Europe s'accompagne d'une homogénéisation de l'ensemble des sites web du groupe. « Il s'agit de proposer à nos utilisateurs une expérience similaire de nos services et un confort d'utilisation analogue quel que soit le pays où nous sommes présents », a expliqué Marc Bidou.

Cette homogénéisation se traduit par un design modernisé et épuré, par une amélioration de la navigation sur les sites.

A propos de MAXIMILES

Créé en 1999, MAXIMILES s'est imposé comme le leader européen de la fidélisation sur internet.

La société opère le programme de fidélité multi-enseignes sur Internet Maximiles.com en France, Espagne, Italie, et Royaume-Uni. Ce programme représente 7,1 millions de membres et plus de 110 sites marchands partenaires. En 2009, Maximiles a réalisé un chiffre d'affaires de 15,58 millions d'euros. Le groupe a lancé récemment le programme de cashback sur internet Fabuleos. Le groupe opère des programmes de fidélité ou de relation client à destination de grands comptes comme MasterCard, U.G.C., Bred, Hôtels B&B, Groupe Banque Populaire, Actual Interim, Onmedica... La société a développé et breveté la technologie Dateos Membership System qui est la plateforme des programmes affinitaires gérés en nom propre et pour compte de tiers. MAXIMILES est coté sur Alternext d'Euronext Paris, et a reçu le label OSEO-ANVAR d'entreprise innovante.

Code ISIN FR 0004174233 - Code MNEMO. ALMAX

www.maximiles.com/finance

Contacts

MAXIMILES

ACTIFIN

Marc BIDOU - Président Directeur Général

Tél. : 01 44 88 60 30

m.bidou@maximiles.com

Nicolas MEUNIER

Anaïs de SCITIVAUX

Tél. : 01 56 88 11 11

nmeunier@actifin.fr

adescitivaux@actifin.fr