



Leader Européen de la Fidélisation en Ligne

Résultats du 1^{er} semestre 2010

Marge d'exploitation : 11%
Montée en puissance des panels en ligne

Paris, le 13 septembre 2010

Maximiles (ALMAX) publie ses résultats semestriels 2010, arrêtés au 30 juin 2010. Le semestre a été marqué par :

- la migration de la marque ipoints.co.uk vers la marque Maximiles, établissant ainsi une marque unique pour les programmes de fidélité multi-enseignes en Europe,
- une réorganisation du marketing direct dans un marché perturbé, et
- une accélération de l'activité panels en ligne dans un marché en forte croissance.

Dans ce contexte, le groupe affiche un chiffre d'affaires en baisse de 700 K€ et une marge opérationnelle de 11,1%. Post clôture, Maximiles a annoncé l'acquisition de Panelbiz GmbH, un des principaux acteurs allemands des panels en ligne, démontrant sa volonté de poursuivre son développement en Europe.

En M€ ⁽¹⁾	S1 2010 ⁽²⁾	S1 2009
C.A. Total consolidé	7,40	8,10
dont Fidélisation et CRM	3,93	3,96
dont Marketing direct	1,69	2,79
dont Panels en ligne	1,55	1,08
dont échanges de marchandises	0,23	0,27
EBITDA	1,35	1,69
Résultat d'exploitation	0,82	1,00
en % du C.A.	11,1 %	12,4 %
Résultat Financier	0,06	0,10
Résultat courant avant impôt	0,88	1,10
Impôts sur les résultats	-0,19	-0,34
Résultat net avant survaleurs	0,69	0,77
Résultat net part du Groupe	0,30	0,35

(1) Les comptes de Maximiles ont fait l'objet d'une revue limitée par les commissaires aux comptes et ils ont été arrêtés par le Conseil d'Administration qui s'est tenu le 9 septembre 2010.

(2) Compte tenu du très faible impact du taux de change, Maximiles publie ses comptes uniquement à taux de change courant.

Chiffre d'affaires du 1^{er} semestre : une activité contrastée selon les business units

Le chiffre d'affaires du semestre s'élève à 7,40 M€, contre 8,10 M€ un an auparavant. Cette évolution masque des situations contrastées selon les business units.

- **Fidélisation et CRM (stable)** : avec un chiffre d'affaires de 3,9 M€, stable par rapport au 1^{er} semestre 2009, cette business unit représente 55% de l'activité du groupe au 1^{er} semestre 2010. Maximiles.com compte plus de 100 partenaires et 7,5 millions de membres et Maximiles Services plus de 50 clients.
- **Marketing direct (-39%)** : Maximiles a enregistré une baisse de son activité sur ce marché significativement impacté par le recul du modèle au CPA et une forte mutation de la structure du

marché de l'émailing. Cette business unit a contribué au chiffre d'affaires du groupe à hauteur de 23%.

- **Panels en ligne (+44%)** : Portée par la migration des enquêtes off-line vers le on-line, cette activité est en plein essor aussi bien en France qu'au Royaume-Uni. Au 1^{er} semestre 2010, elle a enregistré une croissance organique de 44% par rapport au 1^{er} semestre de l'exercice précédent.

La société a réalisé 34% de son chiffre d'affaires à l'international.

Marge opérationnelle : 11,1%

Grâce à la bonne maîtrise de la structure de charges, la diminution de 700 K€ de chiffre d'affaires s'est accompagnée d'une baisse du résultat d'exploitation limitée à 180 K€. Maximiles dégage ainsi une marge d'exploitation significative de 11,1%. Le résultat net part du groupe s'élève à 0,30 M€.

Une situation financière très solide

Avec un endettement financier nul, 22,1 M€ de capitaux propres et 16,2 M€ de trésorerie au 30 juin 2010, Maximiles bénéficie d'une situation financière très saine. Cette solidité financière a permis au groupe de déployer sa stratégie de développement et notamment de réaliser l'acquisition de Panelbiz GmbH entièrement en numéraire.

Evolution récente et perspectives

- **Réorganisation de l'activité marketing direct pour répondre à l'évolution du marché.** Maximiles a pris la décision d'adopter une nouvelle approche commerciale ainsi qu'une nouvelle organisation des équipes.
- **Renforcement dans le marché en plein essor des panels en ligne à travers l'acquisition de Panelbiz GmbH.** En août 2010, Maximiles a fait l'acquisition de 100% des titres de Panelbiz, un des principaux acteurs allemands des panels en ligne. Disposant d'access panels en Allemagne, Suisse et Autriche, Panelbiz permet à Maximiles de devenir un acteur des panels en ligne dans 7 pays et d'accéder à des contrats européens. Avec un chiffre d'affaires de 1,6 M€* au 1^{er} semestre 2010, Panelbiz permettrait à Maximiles de doubler son chiffre d'affaires panel en ligne et de réaliser dans cette activité un chiffre d'affaires proforma de 3,2 M€* sur le semestre. La business unit de panels en ligne représenterait ainsi 37% de l'activité du Groupe au 1^{er} semestre.

Avec l'acquisition de Panelbiz, Maximiles réalise un chiffre d'affaires proforma de 9 M€* au 1^{er} semestre 2010. Le groupe confirme ainsi ses ambitions d'accélérer son développement en Europe.

A propos de MAXIMILES

Créé en 1999, MAXIMILES, leader européen de la fidélisation sur internet, s'est imposé comme un acteur majeur de la fidélisation, connaissance clients et data mining, autour de 3 business units : la fidélisation, le marketing direct et les panels en ligne. Présent en France, Royaume Uni, Allemagne et Maroc, le groupe a également des activités en Espagne, Italie, Pays-Bas, Suisse et Autriche. Il opère le programme de fidélité multi-enseignes Maximiles sur Internet (7,5 millions de membres) ainsi que la gestion de près de 50 programmes de fidélité ou de relation client en marque blanche (MasterCard, U.G.C., Bred, Hôtels B&B...). Il travaille par ailleurs avec la plupart des grands instituts de sondages en Europe. En 2009, MAXIMILES a réalisé un chiffre d'affaires de près de 15,6 M€. Le groupe, labellisé « Entreprise innovante » par OSEO-ANVAR, est coté sur Altemext d'Euronext Paris.

Code ISIN FR 0004174233 - Code MNEMO. ALMAX

www.maximiles.com/finance

Contacts

MAXIMILES

Marc BIDOU - Président Directeur Général
Tél. : 01 44 88 60 30
m.bidou@maximiles.com

ACTIFIN

Nicolas MEUNIER
Anaïs de SCITIVAUX
Tél. : 01 56 88 11 11
nmeunier@actifin.fr
adescitivaux@actifin.fr

*Chiffres non audités