



Paris, le 4 octobre 2007

Come&Stay – Activité du premier Semestre 2007 :

- Croissance forte : + 201% dont 40% de croissance organique.
- Amélioration du taux de marge brute sur l'ensemble des zones.
- Un résultat opérationnel impacté par les coûts d'intégration.

Bonne croissance de Come&Stay au premier semestre 2007, mais plus faible qu'attendue.

Come&Stay a connu une croissance forte sur l'ensemble de ses marchés : + 40% en France conforme aux objectifs, + 12% dans les pays nordiques et + 19% aux USA (monnaie locale), une évolution en ligne avec celle de ces marchés. Les pays lancés récemment (UK, Allemagne, Pays-Bas, ...) ont connu une progression de + 432 %

Cette évolution, bien que positive, reste toutefois inférieure à nos prévisions. La montée en puissance des nouvelles acquisitions a été ralentie par la nécessaire structuration des entités au sein du groupe et la priorité donnée au retour à la rentabilité des sociétés acquises.

Au 30 juin, en M€ (chiffres non audités)	1 ^{er} semestre 2007	1 ^{er} semestre 2006 publié	Var 07/06
USA	2.6	0.2*	ns
Europe du Nord	4.6	-	ns
Europe du Sud	5.4	3.9	+ 40%
Chiffre d'affaires total	12,30**	4,10	+ 201 %
Résultat Opérationnel	1, 06	0,67	+ 55 %

- *intégration de RelationServe Access Inc sur 15 jours
- ** Elimination des interco à hauteur de 0,3 M€

Un niveau de marge brute amélioré

Cette croissance du chiffre d'affaires s'est accompagnée d'une amélioration du taux de marge brute qui progresse sur l'ensemble des zones (+ 3 points en Europe du Sud, + 2 points en Europe du Nord, + 26 points aux USA). Cette amélioration démontre la performance des programmes spécifiques de Come&Stay (Car Direct, YesPleez, Lead Direct) en Europe et une amélioration très nette de la gestion aux Etats-Unis.

Une rentabilité impactée par les acquisitions sur le semestre

La progression du chiffre d'affaires, inférieure aux prévisions, n'a pas permis d'absorber intégralement les coûts d'intégration qui sont comptabilisés dans les comptes de Come&Stay SA. Toutefois, cette dégradation apparente cache une amélioration très nette de la rentabilité des sociétés acquises qui sont désormais passées positif en résultat opérationnel : Europe du Nord + 13 pts, USA + 19 pts pour atteindre respectivement 10,5% et 5,1% de marge opérationnelle. Le résultat opérationnel consolidé s'établit à 1,06 M€, soit 8,5 % du chiffre d'affaires au 30 juin 2007

Compte-tenu des termes de l'acquisition de Retail Internet (Scandinavie), la première partie de l'earn-out ne sera pas due sur la base des comptes du premier semestre. Ceci entraînera donc une diminution des dettes pour un montant de 2,43 M€.

Communiqué de presse

Come&Stay, qui est devenu en moins d'un an un acteur global, s'appuie sur sa stratégie internationale pour se développer.

Sur des marchés qui restent en pleine croissance, Come&Stay va poursuivre sa politique de prise de parts de marché sur son positionnement stratégique : la publicité par email et le mobile. Come&Stay dispose pour cela de plusieurs atouts clés : une présence internationale qui permet aux grands annonceurs une diffusion dans 14 pays, une avance métier qui est un fer de lance sur le marché américain et une équipe de management internationale qui permettra de gérer sa croissance future.

Aux Etats-Unis, l'évolution du cours du dollar a impacté la croissance en euros de 7,5% sur le premier semestre et peut continuer à peser sur les perspectives à court terme. Le deuxième semestre s'appuiera sur un marché dynamique (attendu à 19% sur l'email), sur l'intégration des actifs de la société Imarketing Consultants rachetés en août 2007 et sur l'ouverture au 1^{er} octobre de notre bureau new-yorkais.

En Europe, les atouts de Come & Stay ont vu leur traduction au cours de l'année :

- Confirmation de la puissance de Car Direct : Priceminister/auto et Autoevasion ont rejoint le programme ;
- Montée en puissance de YesPleez avec l'adhésion des partenaires Pixmania, Primashop, et mypixmania en Europe sur 9 pays, Easyvoyage sur 2 pays et Sarenza, Metro, QXL, Empruntis, Ofup, Isaveurs sur leurs marchés respectifs ;
- Succès de l'offre Lead Direct International adoptée par Travelzoo, Accor, La Redoute, LaPerla, Tchibo, Yves Rocher, Daniel Jouvance, Meetic...
- Déclinaison internationale des programmes phares adoptés par Peugeot, Mitsubishi, TNS ...

Ces positions vont s'accompagner d'un focus particulier sur les pays nouvellement ouverts par Come&Stay et présentant un potentiel fort de croissance : UK (marché attendu à + 30% sur l'email, +67% sur le mobile), Allemagne (+ 12%) et l'Espagne (+ 15%). Le déploiement d'une force de vente internationale permettra de gagner des parts de marché dans les pays matures.

Perspectives 2007/2008

Sur 2007, la société attend désormais un chiffre d'affaires compris entre 25 et 30 M€ et une marge opérationnelle de 9% à 11%.

Sur 2008, Come&Stay est confiant dans sa stratégie de croissance qui s'accompagnera également d'une nette progression de la rentabilité : poursuite de la croissance dans les pays matures, forte croissance dans les nouveaux pays, fin des coûts d'intégration et amélioration de la productivité globale du groupe.

Sources des données de marché : eMarketer.com juin/juillet/août 2007, Baromètre IAB/SRI par TNS Media Intelligence juillet 2007,

A propos de Come&Stay (www.comeandstay.com)

Come&Stay est un leader de la publicité interactive par email et mobile, présent dans plus de 14 pays en Amérique, Europe et Asie. Come&Stay opère un réseau de plus de 270 millions d'adresses email et 28 millions de numéros de mobile optin. Elle offre aux annonceurs des solutions packagées de marketing interactif pour leurs campagnes de prospection et de fidélisation nationales et internationales.

Come&Stay est coté sur Alternext d'Euronext® Paris. Mnémonique : ALCSY.

Contacts



Carole WALTER
Président Directeur Général
Tél : + 33 1.42.84.96.96
investisseur@comeandstay.com



Nicolas MEUNIER
Julie Derouch
Tél : + 33 1.56.88.11.11
nmeunier@actifin.fr; jderouch@actifin.fr