



Résultats du 1^{er} semestre 2009

Un bon niveau de rentabilité au regard du contexte et des investissements

Paris, le 10 septembre 2009

MAXIMILES (Alternext, ALMAX) publie ses résultats semestriels 2009, arrêtés au 30 juin 2009.

Dans un environnement difficile, le groupe est parvenu à contenir la contraction de son chiffre d'affaires (-2,3 % à taux de change constant). La volonté de ne pas remettre en cause les ambitions de développement a pesé relativement sur la rentabilité opérationnelle du semestre, qui ressort toutefois à plus de 12 % du chiffre d'affaires. Par ailleurs, la gestion rigoureuse des opérations a permis un renforcement de la structure financière, avec une amélioration des cash flows, portant la trésorerie de fin de période à 14,53 M€.

En M€, au 30 juin	S1 2009 Publié	S1 2009 Constant ⁽¹⁾	S1 2008
C.A. Total consolidé ⁽²⁾	8,10	8,36	8,56
EBITDA	1,69		

Un bon niveau de rentabilité au regard du contexte et des investissements

Au cours de ce semestre, Maximiles a poursuivi sa dynamique commerciale, conformément à son plan de marche : conforter sa position de leader européen de la fidélisation sur Internet tout en étendant son offre aux marchés des terrains d'étude en ligne et du cashback.

Dans le contexte actuel, le choix de ne pas remettre en cause cette stratégie pèse sur la rentabilité du Groupe, qui se situe tout de même à 12 % du chiffre d'affaires. L'analyse en détail des comptes semestriels fait ressortir :

- Un résultat d'exploitation de 1 M€, à comparer à 1,58 M€ au 30 juin 2008 ;
- Un résultat net n'intégrant pas l'activation de reports de déficits fiscaux, contrairement aux années précédentes ;
- Des cash flows libres de 1,73 M€ sur le semestre (contre 1,43 M€ au 1^{er} semestre 2008) résultant notamment de la bonne maîtrise du BFR ;
- Une trésorerie au 30 juin 2009 de 14,5 M€, permettant au Groupe de mettre en oeuvre sa stratégie de développement, et de sortir encore renforcé de la période actuelle

Evolution récente et perspectives

Maximiles n'entrevoit pas d'éléments de visibilité à court terme permettant de dégager une tendance pour la fin de l'exercice 2009.

Malgré tout, le Groupe reste sur des marchés fondamentalement porteurs, qui devraient ressortir renforcés de la crise actuelle. Cette analyse conforte la conviction du Groupe : la nécessité de se positionner comme un leader pan-européen de la fidélité et du marketing en ligne, sur le créneau du « consommateur malin » : les programmes de fidélité à point, les terrains d'étude en ligne, l'emailing et le cashback.

Dernière avancée dans cette stratégie, la prise de participation de 34 % dans la société marocaine 2WLS (World Wide Loyalty System).

Maximiles a en effet annoncé le 28 juillet dernier le rapprochement avec son partenaire historique marocain 2WLS, leader local de la fidélité, poursuivant ainsi son maillage commercial aux frontières de l'Europe méditerranéenne. Les deux sociétés sont liées depuis 2006 du fait de l'exploitation par 2WLS de la technologie *Dateos Membership System®*, développée par Maximiles SA pour la gestion de programmes de fidélité en marque blanche.

« Il est difficile de tirer des tendances d'activité dans l'environnement actuel, mais nous restons convaincus de la force de notre positionnement. C'est pourquoi nous avons fait le choix de ne pas remettre en cause nos axes stratégiques, même si cela pèse temporairement sur nos comptes. Je suis convaincu que la valeur pour l'actionnaire réside dans l'engagement d'une stratégie offensive, qui demain sera bénéfique aux leaders. Notre solidité financière nous permet le développement de cette stratégie, et nous la mènerons à bout ! » commente Marc Bidou, PDG de Maximiles.

A propos de MAXIMILES

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

La société opère les programmes de fidélité multi-enseignes sur Internet Maximiles.com en France, Espagne, Italie, et Ipoints.co.uk en Angleterre. Ces programmes représentent 6,3 millions de membres et plus de 110 sites marchands partenaires. En 2008, Maximiles a réalisé un chiffre d'affaires de 16,48 millions d'euros. Le groupe a lancé récemment le programme de cashback sur internet Fabuleos. Le département Maximiles Business opère des programmes de fidélité ou de relation client à destination de grands comptes comme 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 cotée 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
Tél. : 01 56 88 11 11
nmeunier@actifin.fr