



RESULTATS DE L'EXERCICE EXCEPTIONNEL DE 6 MOIS

UN DEUXIEME TRIMESTRE EN DEÇA DES ATTENTES DU GROUPE ET QUI IMPACTE TEMPORAIREMENT LES RESULTATS

UN RESULTAT NET DE 3,4M€, SOIT 4,6% DU CA

LE GROUPE DISPOSE DE 85,6M€ DE FONDS PROPRES, DE 76,7M€ DE TRESORERIE ET D'AUCUNE DETTE

Le conseil d'administration de 123 Multimedia a arrêté les comptes de l'exercice exceptionnel de 6 mois (1^{er} janvier – 30 juin 2005) :

<i>En M€ - normes IFRS</i>	2004 (30 juin)	2005 (30 juin)
Chiffre d'Affaires	71,0	74,8
Résultat Opérationnel	9,4	5,8
Résultat Net (part du groupe)	6,2	3,4
Trésorerie à la clôture	25,2	76,6

Activité :

Le Chiffre d'Affaires s'établit à 74,8M€ contre 71M€ sur les 6 premiers mois de l'exercice 2004 à périmètre constant. La croissance purement organique de 5,3% a été moindre que prévue, notamment du fait d'un deuxième trimestre en deçà des attentes du groupe (36M€ de Chiffre d'Affaires contre 38,8M€ au premier trimestre).

Géographiquement, l'Europe représente 90,9% du Chiffre d'Affaires total, contre 92,8% sur les 6 premiers mois de 2004. La part de la France est en légère décroissance, passant de 79 % du Chiffre d'Affaires total du premier semestre 2004 à 78,3% au titre des six premiers mois de 2005.

L'Asie, quant à elle, enregistre une forte croissance (+93%), mais reste encore peu significative au sein de l'activité globale du groupe (2,8M€ soit 3,7% du total).

En ce qui concerne les Etats-Unis, 123 Multimedia n'a pas obtenu les succès attendus sur les six premiers mois de l'année, sans que cela ne remette en cause les fortes perspectives de développement à moyen terme.

123 Multimedia met en place actuellement les réorganisations nécessaires pour assurer le succès de son développement aux Etats Unis.

Concernant les secteurs d'activité, le B to C , vente directe à destination du grand public, représente 77,6% du Chiffre d'Affaires total contre 75,4% au premier semestre 2004. Ce secteur a subi une pression accrue de la part des concurrents étrangers, essentiellement au cours du deuxième trimestre. Ce phénomène, déjà observé dans le passé et sans conséquences à moyen terme sur l'activité de 123 Multimedia, a cependant eu un impact sur le retour sur investissements marketing, moindre au cours de cette période. Malgré cette concurrence exacerbée, l'activité B to C est en croissance de plus de 8% sur la période.

L'activité B to B quant à elle, est en légère décroissance à 13,6M€ contre 14,3M€ en 2004, en raison d'une baisse des volumes de trafic observée auprès de certains partenaires. En revanche, 123 Multimedia a vu son activité B to B à destination des opérateurs se renforcer sur la période.

Par ailleurs, actuellement la société renforce son positionnement dans le domaine du B to B grâce notamment à la conclusion d'un contrat d'envergure avec un constructeur majeur de téléphones mobiles (contrat mondial signé par INDEX), ou encore au renforcement du partenariat avec NRJ.

Résultats :

Le Résultat Opérationnel s'établit à 5,8M€ contre 9,4M€ sur les six premiers mois 2004. Cette baisse s'explique par l'augmentation significative des charges externes d'une part, et des charges de personnel d'autre part :

- La hausse des autres achats et des charges externes s'élève à 38,2% sur la période principalement due à l'ensemble des frais facturés par les opérateurs et plus particulièrement des frais de marketing direct ;
- La progression des charges de personnel de 19,5% traduisant l'augmentation de l'effectif de 24% (700 personnes contre 566 au 30 juin 2004 et 580 au 31 décembre 2004). Cet accroissement s'explique notamment par le renforcement des équipes informatiques affectées à l'Internet mobile et des équipes en charge de l'international.

Le Résultat Net part du groupe après paiement des intérêts minoritaires de 34 k€ (42k€ en 2004) ressort à 3,4M€, soit un taux de marge nette de 4,6% pour ces 6 premiers mois. Il convient de préciser que le principe de prudence consistant à ne pas activer les économies d'impôts provenant des pertes des filiales a un impact de 0,9 M€ sur le résultat net.

La marge brute d'autofinancement atteint 5,5M€, contre 7,2M€ en 2004, baisse principalement imputable à celle du résultat net. La variation exceptionnelle du besoin en fonds de roulement (-9,2M€) s'explique tout d'abord par des éléments non récurrents tels que le remboursement d'un compte courant d'associé à hauteur de

4M€, ou encore le paiement de dettes liées à l'introduction en Bourse (2,1M€) mais également par une évolution défavorable du crédit fournisseurs.

Le bilan du groupe, déjà parfaitement sain en juin 2004 (36,8M€ de fonds propres, 33,5M€ de trésorerie, et aucune dette financière) a été renforcé par l'augmentation de capital intervenue au moment de l'introduction en Bourse en décembre 2004. Les fonds propres se montent à présent à 85,6M€, la trésorerie atteint 76,7M€, alors que les dettes financières s'établissent à 1M€.

Atouts et perspectives :

Le développement de 123 Multimedia repose sur quatre piliers solides et gages de confiance :

- Un business model pérenne et rentable, conforté par 17 exercices de développement rentable, et qui permet à 123 Multimedia d'annoncer une marge nette de 4,6% du Chiffre d'Affaires malgré un deuxième trimestre décevant.
- Un financement du développement tant organique qu'externe assuré par la structure bilancielle du groupe.
- Une forte réactivité et une capacité d'anticipation du marché qui a toujours permis à 123 Multimedia, notamment grâce à la maîtrise totale de la chaîne de valeur, de proposer des produits en parfaite adéquation avec l'attente des clients. A titre d'exemples, 123 Multimedia dispose d'ores et déjà d'un large catalogue produits adapté à la 3G, ou encore d'un positionnement fort sur le marché des ringbacktones en train de prendre son essor.
- Cette capacité d'anticipation repose en partie sur une force de création importante. Ainsi, l'explosion attendue de la 3G permettra à 123 Multimedia de tirer profit de sa parfaite maîtrise des technologies vidéos, notamment acquise grâce à son activité télévisuelle. Par ailleurs, 123 Multimedia poursuit sa remontée dans la chaîne de valeur en produisant depuis septembre 2005 des titres musicaux, orientés vers les jeunes, et ce, sans investissement supplémentaire. Cette créativité a permis au groupe de passer d'un catalogue de 150 000 produits et services en 2004 à 250 000 aujourd'hui.

La progression attendue au titre de l'année 2005 est de 5% par rapport à l'exercice 2004. Le résultat opérationnel sera supérieur à 12 M€.

Changement à la direction générale :

Monsieur Patrick Abadie souhaitant prendre du recul par rapport à la direction opérationnelle va démissionner de sa fonction de Directeur Général tout en restant impliqué dans le groupe.

Un nouveau Directeur Général arrivera dans les semaines à venir et aura notamment pour mission d'assurer le succès du développement international de 123 Multimedia.

Acquisition au Canada :

123 Multimedia s'est rendu acquéreur pour la somme de 200 000 € de 90% du capital de la société Titanium, créée en juillet 2003 au Canada et titulaire des contrats passés avec les opérateurs mobiles TELUS, BELL, ROGERS, et FIDO. Ceci permettra au groupe de développer son offre B to B et B to C sur ce marché.

La mobilité, et les services qui lui sont associés, constituent un marché en plein essor au Canada, qui compte 17 millions d'abonnés en 2005, ce qui représente environ 68% de la population adulte canadienne.

Le rachat de Titanium s'inscrit dans la stratégie de 123 Multimedia de développement outre atlantique.

A propos de 123 Multimedia :

123 Multimedia, leader européen des services multimédia à valeur ajoutée, est coté sur le compartiment B d'Eurolist.

ISIN : FR0004061513

Contacts :



Investisseurs :

Jeremy Prince
jeremy.prince@123multimedia.com
Tel : 05 61 43 50 50



Olivier Colin
ocolin@altedia.fr
Tel : 01 44 91 52 30

Presse :

Catherine Giuliani
catherine.giuliani@123multimedia.com
Tel : 01 55 37 44 27

Jérôme Gacoin
jgacoin@altedia.fr
Tel : 01 44 91 52 30