


CHIFFRE D'AFFAIRES PREMIER TRIMESTRE 2005/2006
REDEMARRAGE DE LA CROISSANCE ORGANIQUE

<i>En M€ - normes IFRS</i>	CA janv-mars 2005	CA avril-juin 2005	CA T1 2005/2006 (juill. – sept.)	CA T3 2004* (juill. – sept.)
B to C	30,3	27,7	28,2	28,5
B to B	7,1	6,5	7,6	7,6
Divers	1,5	1,7	1,3	0,8
Total chiffre d'Affaires	38,9	35,9	37,1	36,9

<i>En % de CA</i>	CA janv-mars 2005	CA avril – juin 2005	CA T1 2005/2006 (juill. – sept.)	CA T3 2004*
Europe	91%	91%	88 %	93%
<i>Dont France</i>	79%	78%	78 %	78%
Asie	4%	4%	5 %	2%
US	-	-	1 %	-
Autres	5%	5%	6 %	5%

**Suite à la modification de la date de clôture de son exercice, le CA T1 2005/2006 du nouvel exercice correspond au CA T3 de l'année 2004.*

- Le chiffre d'affaires du premier trimestre (juillet – septembre) de l'exercice 2005/2006 atteint le même niveau que le chiffre d'affaires du troisième trimestre de l'année civile 2004, qui avait été particulièrement soutenu.

L'analyse séquentielle (trimestre par trimestre) montre une reprise de la croissance organique. Le chiffre d'affaires de ce premier trimestre s'établit à 37,1 M€ contre 35,9 M€ sur le trimestre précédent.

- Géographiquement, la répartition du chiffre d'affaires du premier trimestre 2005/2006 reste proche de celle de la première partie de l'année (janvier – juin 2005). L'Europe représente 88 % du chiffre d'affaires total. La France, à elle seule, contribue à hauteur de 78 % du chiffre d'affaires total.

L'Asie poursuit sa progression et s'établit à 5 % du chiffre d'affaires sur ce premier trimestre 2005/2006, contre 4 % au trimestre précédent.

Les Etats-Unis restent peu représentatifs avec un chiffre d'affaires s'élevant à 1 % du chiffre d'affaires total, mais demeurent un des objectifs prioritaires de la société.

- La reprise d'activité est particulièrement significative dans l'activité B to B (+ 16,9 %) qui représente 20,5 % du chiffre d'affaires. Ces éléments constituent les premiers résultats de la stratégie d'123 Multimedia de renforcement de ses positions dans le B to B et plus particulièrement sur le B to O (Business to Operator).

L'activité B to C retrouve une légère croissance (+ 1,8 %), et constitue 76 % du chiffre d'affaires, contre 77,2 % au trimestre précédent.

La montée en puissance de la 3G, que 123 Multimedia a largement anticipée au semestre précédent, en particulier grâce à un catalogue produits déjà disponible et le lancement récent d'opérateurs téléphoniques mobiles alternatifs (MVNO, NRJ mobile) très actifs sur la cible jeunes, devraient redynamiser le marché global et plus particulièrement celui du contenu multimédia mobile.

- D'autre part, la volonté de 123 Multimedia de remonter dans la chaîne des valeurs et de proposer des produits de plus en plus porteurs de valeur ajoutée s'est traduit sur cette période par le lancement du premier « single » co-produit par la société. Celui-ci a enregistré un début de commercialisation très intéressant, et bien que n'ayant encore pas d'impact significatif sur le Chiffre d'Affaires à venir du groupe, il traduit la volonté de 123 Multimedia de conserver son leadership en proposant à ses clients des produits toujours plus innovants.
- Ce retour à la croissance, est le fruit de la position forte de la société en France et des options prises par celle-ci au cours du premier semestre de l'année civile 2005. Elle témoigne également de la confiance renforcée de ses partenaires.

Perspectives :

- Par souci de transparence, 123 Multimedia a communiqué des objectifs au 31 décembre 2005, correspondant au milieu de son nouvel exercice, et ce afin de permettre la comparabilité avec 2004 : 123 Multimedia confirme aujourd'hui ses objectifs à fin d'année :
 - Une croissance de son chiffre d'affaires de 5 % par rapport à 2004.
 - Un résultat opérationnel de 12 M€.

- La nomination d'un nouveau Directeur Général sera confirmée lors du Conseil d'Administration du 16 novembre prochain : celui-ci aura notamment pour objectif de mener à bien le développement international d'123 Multimedia.

Ce développement s'appuiera pour la zone Asie sur le succès grandissant de la filiale thaïlandaise (Samclick, 1,6 M€ de Chiffre d'Affaires sur le premier trimestre), combiné à une implantation dans de nouveaux pays avec l'appui local d'Index Corp. En Europe, l'objectif sera de maintenir les parts de marché en France afin de bénéficier pleinement de l'accélération prévue de ce marché. Dans les autres pays de l'Europe de l'Ouest où 123 Multimedia est présent, la société bénéficiera en 2006 des efforts de réorganisation récemment annoncés dans ses différentes filiales. Les pays d'Europe de l'Est constituent des marchés prometteurs sur lesquels 123 Multimedia a déjà établi des relations avec les opérateurs tel que le lancement de sites iMode de MTS (opérateur de téléphonie mobile en Russie). Aux Etats Unis, les 4 principaux opérateurs US (Sprint Nextel, Cingular Wireless, Verizon Wireless, T-Mobile US) ont annoncé récemment une augmentation importante de leurs revenus provenant de la data mobile, et notamment de l'utilisation du SMS : ceci permet d'anticiper l'avènement d'un réel marché B to C aux USA, marché sur lequel 123 Multimedia appuiera une partie importante de sa stratégie de développement.

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

Presse :

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



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

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