

Document de base



En application de son Règlement général, notamment de l'article 212-23, l'Autorité des marchés financiers a enregistré le présent document de base le 12 janvier 2006 sous le numéro I.06-001. Ce document ne peut être utilisé à l'appui d'une opération financière que s'il est complété par une note d'opération visée par l'Autorité des marchés financiers. Il a été établi par l'émetteur et engage la responsabilité de ses signataires.

L'enregistrement, conformément aux dispositions de l'article L621-8-1-I du code monétaire et financier, a été effectué après que l'AMF a vérifié « *si le document est complet et compréhensible, et si les informations qu'il contient sont cohérentes* ». Il n'implique pas l'authentification par l'AMF des éléments comptables et financiers présentés.

Ce document est disponible sans frais au siège social de la Société, ainsi qu'en version électronique sur le site de l'AMF (www.amf-france.org) et sur celui de la Société (www.1000mercis.com).

TABLE DES MATIERES

1	PERSONNES RESPONSABLES	5
1.1	Responsable du document de base.....	5
1.2	Attestation de la personne responsable.....	5
2	CONTROLEURS LEGAUX DES COMPTES	6
2.1	Commissaire aux comptes titulaire.....	6
2.2	Commissaire aux comptes suppléant.....	6
3	INFORMATIONS FINANCIERES SELECTIONNEES	8
4	FACTEURS DE RISQUES	9
4.1	Risques liés à l'activité de la Société.....	9
4.1.1	<i>Risques liés à l'environnement concurrentiel</i>	9
4.1.2	<i>Risques liés au renouvellement des partenariats</i>	9
4.1.3	<i>Risques liés à la dépendance envers les clients</i>	10
4.1.4	<i>Risques liés à la dépendance envers les fournisseurs</i>	10
4.1.5	<i>Risques liés aux évolutions technologiques</i>	11
4.2	Risques liés à la stratégie de la Société.....	12
4.2.1	<i>Risques liés aux évolutions sectorielles</i>	12
4.2.2	<i>Risques liés à la capacité d'adaptation de la Société à une forte croissance, au développement international et à la croissance externe</i>	13
4.2.3	<i>Risques liés au recrutement et au départ de collaborateurs-clés</i>	13
4.3	Risques juridiques.....	14
4.3.1	<i>Risques liés aux droits de propriété intellectuelle</i>	14
4.3.2	<i>Risques liés au traitement des données à caractère personnel</i>	16
4.3.3	<i>Assurances</i>	17
4.4	Risques financiers.....	18
4.4.1	<i>Risque de change</i>	18
4.4.2	<i>Risque de taux</i>	18
4.4.3	<i>Risque de liquidité</i>	18
4.4.4	<i>Risque relatif aux engagements hors-bilan</i>	18
5	INFORMATIONS CONCERNANT LA SOCIETE	20
5.1	Histoire et évolution de la Société.....	20
5.1.1	<i>Raison sociale et nom commercial de la Société</i>	20
5.1.2	<i>Lieu et numéro d'enregistrement de la Société</i>	20
5.1.3	<i>Date de constitution et durée</i>	20
5.1.4	<i>Siège social de la Société, forme juridique, législation régissant ses activités</i>	20
5.1.5	<i>Evénements marquants dans le développement de la Société</i>	20
5.2	Investissements.....	23
5.2.1	<i>Principaux investissements réalisés</i>	23
5.2.2	<i>Principaux investissements en cours</i>	23
5.2.3	<i>Principaux investissements à venir</i>	23
5.2.4	<i>Mode de financement</i>	24
5.2.5	<i>Investissements futurs faisant l'objet d'engagements fermes</i>	24
6	APERCU DES ACTIVITES	25
6.1	1000mercis : un modèle équilibré et synergique alliant publicité et marketing interactifs.....	25
6.1.1	<i>Une expertise reconnue en publicité interactive</i>	25
6.1.2	<i>Le marketing interactif</i>	29
6.1.3	<i>Une croissance forte du chiffre d'affaires sur chacune des deux activités tirée par des effets de synergie</i>	32
6.2	Les avantages concurrentiels de 1000mercis.....	33
6.2.1	<i>Elisa : une audience disponible de 6 millions d'individus qualifiés</i>	33
6.2.2	<i>Des partenaires fidèles et de grande renommée</i>	34
6.2.3	<i>Une marque reconnue pour son expérience et son savoir-faire</i>	35
6.2.4	<i>Une entreprise innovante grâce à ses programmes de Recherche et Développement</i>	36
6.2.5	<i>Un savoir-faire technologique en constante évolution</i>	37
6.2.6	<i>Une rentabilité établie associée à des revenus récurrents et en forte croissance</i>	37
6.2.7	<i>Une équipe expérimentée qui sait piloter une forte croissance</i>	38
6.3	Le marché de la publicité et du marketing interactif : un marché neuf et en croissance alimenté par un cercle vertueux.....	38
6.3.1	<i>Le développement des médias interactifs : un phénomène au cœur de notre société</i>	38
6.3.2	<i>La publicité interactive : nouveau levier efficace pour les annonceurs</i>	41
6.3.3	<i>Le marketing interactif : un secteur tiré par la croissance du marché publicitaire et par l'essor d'Internet dans les processus d'achat des consommateurs</i>	42

6.4	Les clés de la croissance future	43
6.4.1	<i>Une croissance du marché de la publicité et du marketing interactifs inscrite dans le temps grâce à la conjonction de deux phénomènes simultanés</i>	43
6.4.2	<i>Une augmentation du parc clients tirée par la croissance du nombre de secteurs annonceurs</i>	44
6.4.3	<i>Une politique partenariale qui assure une forte croissance de la base Elisa</i>	45
6.4.4	<i>Position concurrentielle au niveau national</i>	46
6.4.5	<i>Développer de nouveaux services et diversifier les leviers de rentabilité et de croissance</i>	46
6.4.6	<i>Un modèle immédiatement répliquable à l'international</i>	47
6.4.7	<i>Opportunités d'acquisitions</i>	47
7	ORGANIGRAMME	48
8	PROPRIETES IMMOBILIERES, USINES ET EQUIPEMENT	48
8.1	Descriptif	48
8.2	Questions environnementales	48
9	EXAMEN DU RESULTAT ET DE LA SITUATION FINANCIERE	49
9.1	Chiffres comparés entre le 30 juin 2004 et le 30 juin 2005	49
9.2	Chiffres comparés entre le 30 juin 2003 et le 30 juin 2004	49
10	TRESORERIE ET CAPITAUX	51
10.1	Chiffres comparés entre le 30 juin 2004 et le 30 juin 2005	51
10.2	Chiffres comparés entre le 30 juin 2003 et le 30 juin 2004	51
11	RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT, BREVETS, LICENCES	52
12	TENDANCES	54
12.1	Tendances constatées depuis le 1er juillet 2005	54
12.2	Tendance anticipée d'ici la fin de l'exercice en cours	54
13	PREVISIONS OU ESTIMATIONS DU BENEFICE	55
14	ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION ET DIRECTION GENERALE	56
14.1	Informations générales relatives aux fondateurs, dirigeants et administrateurs	56
14.2	Conflits d'intérêts au niveau des organes d'administration et de Direction générale	58
15	REMUNERATIONS ET AVANTAGES	59
15.1	Rémunérations des administrateurs et dirigeants	59
15.2	Sommes provisionnées par la Société aux fins de versement de pensions, retraites et autres avantages au profit des administrateurs et dirigeants	59
16	FONCTIONNEMENT DES ORGANES D'ADMINISTRATION ET DE DIRECTION	60
16.1	Direction de la Société	60
16.2	Contrats entre les administrateurs et la Société	60
16.3	Comités d'audit et de rémunération	60
16.4	Gouvernement d'entreprise	60
16.5	Rapport sur le contrôle interne – exercice clos au 30 juin 2005	60
16.6	Rapport sur le contrôle interne – exercice clos au 30 juin 2004	61
17	SALARIES	63
17.1	Nombre de salariés et répartition par fonction	63
17.2	Organisation du travail	63
17.3	Collaborateurs clés	63
17.4	Actions de formation	64
17.5	Participations et stock-options des administrateurs et dirigeants	64
17.6	Participation des salariés dans le capital de la Société	64
17.7	Contrats d'intéressement et de participation	64
18	PRINCIPAUX ACTIONNAIRES	65
18.1	Répartition du capital et des droits de vote au 10 janvier 2006	65
18.2	Actionnaires significatifs non représentés au Conseil d'administration	65
18.3	Droits de vote des principaux actionnaires	65
18.4	Contrôle de la Société	65
18.5	Accords pouvant entraîner un changement de contrôle	65
18.6	Etat des nantissements d'actions 1000mercis	66
19	OPERATIONS AVEC DES APPARENTES	67
20	INFORMATIONS FINANCIERES	68
20.1	Comptes sociaux au 30 juin 2005	68
20.1.1	<i>Bilan</i>	68
20.1.2	<i>Compte de résultat</i>	69
20.1.3	<i>Tableau des flux de trésorerie</i>	70
20.1.4	<i>Annexes</i>	70

20.2	Comptes sociaux au 30 juin 2004	79
20.2.1	<i>Bilan</i>	79
20.2.2	<i>Compte de résultat</i>	80
20.2.3	<i>Tableau des flux de trésorerie</i>	81
20.2.4	<i>Annexes</i>	81
20.3	Comptes sociaux au 30 juin 2003	86
20.3.1	<i>Bilan</i>	86
20.3.2	<i>Compte de résultat</i>	87
20.3.3	<i>Tableau des flux de trésorerie</i>	88
20.3.4	<i>Annexes</i>	88
20.4	Vérification des informations financières historiques	93
20.4.1	<i>Rapports du Commissaire aux comptes relatifs à l'exercice clos le 30 juin 2005</i>	93
20.4.2	<i>Rapports du Commissaire aux comptes relatifs à l'exercice clos le 30 juin 2004</i>	95
20.4.3	<i>Rapports du Commissaire aux comptes relatifs à l'exercice clos le 30 juin 2003</i>	97
20.5	Rapports de gestion établis par le Conseil d'administration	99
20.5.1	<i>Rapport de gestion relatif à l'exercice clos le 30 juin 2005</i>	99
20.5.2	<i>Rapport de gestion relatif à l'exercice clos le 30 juin 2004</i>	104
20.5.3	<i>Rapport de gestion relatif à l'exercice clos le 30 juin 2003</i>	108
20.6	Honoraires des Commissaires aux comptes	112
20.7	Politique de distribution de dividendes	112
20.8	Procédures judiciaires et d'arbitrage	112
20.9	Changement significatif de la situation financière et commerciale	112
21	INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES	113
21.1	Capital social	113
21.1.1	<i>Montant du capital social</i>	113
21.1.2	<i>Capital autorisé non émis</i>	113
21.1.3	<i>Capital potentiel</i>	114
21.1.4	<i>Titres non représentatifs du capital</i>	114
21.1.5	<i>Nombre, valeur comptable et valeur nominale des actions détenues par la Société ou pour son propre compte</i>	114
21.1.6	<i>Valeurs mobilières complexes</i>	115
21.1.7	<i>Options ou accords portant sur le capital de la Société</i>	115
21.1.8	<i>Evolution du capital social</i>	116
21.1.9	<i>Evolution de l'actionnariat</i>	116
21.2	Acte constitutif et statuts	118
21.2.1	<i>Objet social</i>	118
21.2.2	<i>Dispositions statutaires ou autres relatives aux membres des organes d'administration et de direction</i>	119
21.2.3	<i>Droits et obligations attachés aux actions de la Société</i>	123
21.2.4	<i>Modalités de modification des droits des actionnaires</i>	124
21.2.5	<i>Assemblées générales d'actionnaires</i>	124
21.2.6	<i>Dispositifs permettant de retarder, différer ou empêcher un changement de contrôle</i>	128
21.2.7	<i>Franchissements de seuils statutaires</i>	128
21.2.8	<i>Stipulations particulières régissant les modifications du capital</i>	130
22	CONTRATS IMPORTANTS	131
23	INFORMATIONS PROVENANT DE TIERS, DECLARATIONS D'EXPERTS ET DECLARATIONS D'INTERETS	131
24	DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC	132
25	INFORMATIONS SUR LES PARTICIPATIONS	132

1 PERSONNES RESPONSABLES

1.1 Responsable du document de base

Mademoiselle Yseulys Costes, Président du Conseil d'administration et Directeur général de 1000mercis (ci-après « 1000mercis » ou « la Société »).

1.2 Attestation de la personne responsable

A ma connaissance, et après avoir pris toute mesure raisonnable à cet effet, les informations contenues dans le présent document de base sont conformes à la réalité ; elles comprennent toutes les informations nécessaires aux investisseurs pour fonder leur jugement sur le patrimoine, l'activité, la situation financière, les résultats et les perspectives de la Société ; elles ne comportent pas d'omissions de nature à en altérer la portée.

La Société a obtenu de ses contrôleurs légaux des comptes une lettre de fin de travaux, dans laquelle ils indiquent avoir procédé, conformément à la doctrine et aux normes professionnelles applicables en France, à la vérification des informations portant sur la situation financière et les comptes données dans le présent document de base ainsi qu'à la lecture d'ensemble du document de base.

Yseulys Costes
Président-Directeur général

2 CONTROLEURS LEGAUX DES COMPTES

2.1 Commissaire aux comptes titulaire

- L'unique Commissaire aux comptes titulaire actuellement en exercice est :
Cabinet Bellot, Mullenbach & Associés
Représenté par Monsieur Eric Blache, Associé responsable technique
14 rue Clapeyron
75008 Paris
France

Date de début du premier mandat¹ : 23 décembre 2005

Date d'expiration du mandat en cours : Assemblée générale ordinaire appelée à approuver les comptes 2005/2006

Le Cabinet Bellot, Mullenbach & Associés n'appartient à aucun réseau professionnel.

- Le précédent Commissaire aux comptes titulaire, en exercice jusqu'au 23 décembre 2005, était :
SARL Goubault Gambert
Représentée par Monsieur Pierre Gambert, Gérant
575 avenue du Maréchal Juin
76230 Bois Guillaume
France

Date de début du premier mandat : 11 février 2000

Démission à l'issue de l'Assemblée générale réunie le 23 décembre 2005

La SARL Goubault Gambert n'appartient à aucun réseau professionnel.

2.2 Commissaire aux comptes suppléant

- L'unique Commissaire aux comptes suppléant actuellement en exercice est :
Monsieur Jean-Luc Loir, Associé du Cabinet Bellot, Mullenbach & Associés
14 rue Clapeyron
75008 Paris
France

- Le précédent Commissaire aux comptes suppléant, en exercice jusqu'au 23 décembre 2005, était :
Monsieur Pierre Gambert, Gérant de la SARL Goubault Gambert
575 avenue du Maréchal Juin
76230 Bois Guillaume
France

Démission à l'issue de l'Assemblée générale réunie le 23 décembre 2005

¹ L'Assemblée générale du 6 décembre 2005 a confié une mission de réviseur contractuel au Cabinet Bellot, Mullenbach & Associés.

Lettre adressée à l'Autorité des marchés financiers par Monsieur Pierre Gambert

Messieurs,

Suite à votre demande, je vous confirme que ma décision de démissionner le 23 décembre 2005 de mes fonctions de Commissaire aux comptes de la société 1000mercis a été prise pour convenance personnelle et est liée en particulier au projet d'introduction au bourse. N'étant pas au fait du Commissariat aux comptes des sociétés cotées, il m'a semblé préférable que la société 1000mercis fasse appel à un Commissaire aux comptes ayant cette vocation.

Je vous confirme que jusqu'à ma démission à l'issue de l'Assemblée générale du 23 décembre 2005, j'ai exercé ma fonction permanente et n'ai pas relevé d'anomalie.

Les derniers rapports d'audit portant sur l'exercice clos le 30 juin 2005 ont été émis sans réserve.

Recevez mes salutations.

Fait à Bois-Guillaume le 11 janvier 2006
Pierre GAMBERT, Gérant

3 INFORMATIONS FINANCIERES SELECTIONNEES

En €	30/06/2005	30/06/2004	30/06/2003
Chiffre d'affaires	4 103 033	2 097 170	936 048
Résultat d'exploitation	1 592 065	658 953	152 582
Résultat courant	1 616 088	667 913	159 758
Résultat net	1 284 663	610 168	165 008
Actif immobilisé net	170 903	113 241	90 016
Capitaux propres	2 515 024	1 230 361	620 193
Endettement financier net	- 2 405 423	- 659 247	- 383 882
Total de bilan	4 987 556	2 552 783	1 005 927

Source : Comptes sociaux audités de la Société

4 FACTEURS DE RISQUES

Les investisseurs sont invités à prendre en considération l'ensemble des informations figurant dans le présent document de base, y compris les risques décrits dans le présent chapitre, avant de se décider à acquérir ou à souscrire des actions de la Société. Les risques présentés dans le présent chapitre sont ceux que la Société considère, à la date du présent document de base, comme étant susceptibles d'avoir un effet défavorable significatif sur la Société, son activité, sa situation financière, ses résultats ou son développement. La Société ne peut exclure, toutefois, que d'autres risques puissent se matérialiser à l'avenir et avoir un effet défavorable significatif sur la Société, son activité, sa situation financière, ses résultats ou son développement.

4.1 Risques liés à l'activité de la Société

4.1.1 Risques liés à l'environnement concurrentiel

Les marchés de la publicité et du marketing interactifs sur lesquels intervient 1000mercis sont fortement concurrentiels. En outre le développement du secteur lié à l'essor d'Internet reste récent et est aujourd'hui encore en pleine évolution.

Toutefois, à ce jour, 1000mercis estime disposer de nombreux atouts, du fait de l'expérience et du savoir-faire accumulés par son équipe depuis près de six ans, de son expertise marketing, technologique et statistique reconnue sur ses marchés, de sa notoriété, de l'étendue et de la qualité de son réseau de partenaires et de clients, du volume et de la profondeur de ses bases de données, en vue de garder et de développer sa position actuelle sur un marché en plein essor et de pouvoir réagir aux évolutions concurrentielles du marché.

Cependant, la Société ne peut exclure que de nouveaux acteurs entrent sur le marché et adoptent un positionnement pertinent ou que des acteurs déjà présents modifient leur stratégie actuelle et prennent des parts de marché significatives, ce qui pourrait avoir pour effet de diminuer celles de la Société.

4.1.2 Risques liés au renouvellement des partenariats

La concurrence pour nouer des partenariats avec des bases de données importantes et qualifiées ou pour conclure des marchés avec des nouveaux annonceurs dans le domaine du marketing interactif est intense et appelée à s'accroître de façon significative au cours des prochaines années. La Société considère que ce qui la différencie de ses concurrents réside principalement dans son expertise dans le domaine des bases de données interactives. En outre, la Société se distingue par sa capacité à utiliser les médias interactifs pour collecter des bases de données, à comprendre et analyser ces données puis à les exploiter par des mécaniques de publicité et de marketing interactifs pertinentes.

Pour alimenter sa base de données mutualisées dénommée Elisa (cf. chapitre 6), 1000mercis a tissé un important réseau de partenaires. Ceux-ci lui fournissent les données concernant les membres respectifs ayant communiqué leur consentement à recevoir des offres de partenaires. Ces données sont ensuite nettoyées, analysées et requalifiées par 1000mercis dans le but de les commercialiser au sein de la base Elisa. Ces partenariats sont conclus pour une durée de 12 ou 24 mois avec renouvellement par tacite reconduction pour une période de 12 mois. La durée de ces contrats correspond aux pratiques en vigueur sur ce marché.

Il est à noter qu'à ce jour, plus de trois ans après le lancement du Programme, aucun partenaire ne s'en est retiré. Au contraire, plusieurs partenaires sollicitent la Société pour

intégrer ce Programme. Plusieurs de ces contrats en sont déjà à leur troisième renouvellement et aucun n'a à ce jour posé le moindre problème. La Société n'anticipe pas à la date du présent document de base de quelconques difficultés quant au renouvellement de ses principaux contrats de partenariat, dès lors que la Société estimerait souhaitable de les renouveler.

En outre, le fait qu'aucun partenaire n'ait représenté à lui seul plus de 10% du chiffre d'affaires généré au travers de la publicité interactive au cours de l'exercice 2004/2005 conduit à relativiser l'impact que pourrait avoir pour la Société le non renouvellement d'un ou plusieurs partenariats.

Néanmoins, bien que la Société ne s'estime pas soumise à un risque majeur à cet égard, le non renouvellement d'un ou plusieurs contrats de partenariat majeurs pourrait avoir des conséquences financières négatives sur la Société.

4.1.3 Risques liés à la dépendance envers les clients

1000mercis cible pour l'essentiel une clientèle de grands et très grands comptes. Les risques de défaillance des clients sont donc limités.

Le poste clients est impacté en juin et décembre par la saisonnalité de la facturation dans la publicité interactive. Ce phénomène tend à augmenter le compte clients à la fin des mois de juin et décembre, sans que ceci ne constitue un risque particulier pour la Société. Une attention particulière est portée à la gestion des comptes clients, et des procédures internes ont été définies afin de réduire les délais de paiement. Fin juin 2005, le compte client représentait environ 4 mois de chiffre d'affaires.

La tendance à la concentration des fournisseurs référencés chez certains grands comptes, clientèle importante de 1000mercis, pourrait amener certains clients à préférer des acteurs plus importants en taille, bien que moins spécialisés, à des spécialistes experts dans leur domaine mais dont la taille leur paraîtrait insuffisante. Toutefois, jusqu'à présent, la taille et la spécialisation de 1000mercis ont toujours été considérées comme des atouts par ses clients.

Part du chiffre d'affaires réalisé avec le(s)	2004/2005	2003/2004	2002/2003
10 premiers clients	64%	76%	83%
5 premiers clients	48%	58%	61%
1 ^{er} client	16%	24%	19%

4.1.4 Risques liés à la dépendance envers les fournisseurs

Le site de production de 1000mercis est hébergé chez un fournisseur unique. Toutes les données du site de production sont toutefois sauvegardées chaque nuit sur les serveurs internes de la Société situés dans ses locaux. Une défaillance de ce fournisseur pourrait obliger la Société à migrer l'ensemble de ses infrastructures au risque de perturber temporairement la qualité du service offert à ses clients.

Enfin, 1000mercis est dépendante pour l'un de ses sites, comme toute autre entreprise de commerce électronique, de la fourniture de services de paiement par carte bancaire. Dans l'hypothèse où les consortiums administrant les principales cartes de paiement décideraient de ne plus fournir leurs services aux sociétés de commerce électronique (ou à certaines d'entre elles et notamment à la Société), ou à des tarifs supérieurs, ce site pourrait voir ses perspectives commerciales compromises.

Part des achats réalisée avec le(s)	2004/2005	2003/2004	2002/2003
10 premiers fournisseurs	66%	69%	72%
5 premiers fournisseurs	46%	57%	59%
1 ^{er} fournisseur	13%	15%	28%

Part des achats réalisée avec les sous-traitants	2004/2005	2003/2004	2002/2003
Sous-traitance générale	1,1%	0,8%	2,1%
Meetic			0,9%
Club Internet		0,4%	9,1%

4.1.5 Risques liés aux évolutions technologiques

1000mercis maîtrise les technologies informatiques et Internet les plus récentes et performantes. La Société n'est pas captive d'une technologie spécifique et, en conséquence, limite le risque technologique. Elle maintient un effort très important de veille technologique et de formation afin de faire évoluer ses procédures, de conserver son avance sur l'évolution des technologies Web et bases de données et de permettre à ses clients de bénéficier des fonctionnalités les plus récentes et les plus performantes dans ses métiers.

Risques liés à l'architecture technique

La Société teste systématiquement les évolutions de son architecture et les nouvelles applications avant de les mettre en production : elle ne peut cependant exclure qu'un dysfonctionnement imprévu puisse apparaître postérieurement, susceptible d'avoir un impact négatif sur la qualité et la disponibilité des services proposés par la Société. Une rupture technologique majeure et mal anticipée par 1000mercis pourrait induire un décalage entre le savoir-faire des équipes et la demande du marché. Dans cette hypothèse, le chiffre d'affaires et la rentabilité se verraient affectés.

La Société a entamé au cours du deuxième semestre 2005 une modification de sa plateforme informatique vers une structure redondante, plus robuste avec réplication. Au niveau applicatif, la Société met en permanence en production de nouvelles applications développées en interne afin de suivre l'évolution des techniques et de l'Internet. La Société court le risque, partagé par tous les acteurs du secteur, de subir les conséquences d'une éventuelle défaillance des nouvelles applications qui en perturberait l'exploitation.

Risques liés à Internet

Bien que la Société mette en œuvre les moyens adaptés pour assurer la sécurité et l'intégrité de ses systèmes informatiques, elle n'est pas en mesure de garantir une protection absolue contre les virus, chevaux de Troie, vers, et autres techniques d'exploitation de vulnérabilités ou d'intrusion des systèmes.

Une intrusion des systèmes par une personne malveillante pourrait compromettre la confidentialité et l'intégrité des données à caractère personnel des membres et des clients présents dans les bases de données hébergées par la Société, ce qui causerait un préjudice de réputation important à la Société et serait de nature à engager sa responsabilité. Une intrusion des systèmes ou un virus pourraient également perturber le bon fonctionnement des systèmes et affecter la qualité du service rendu aux membres et clients présents dans les bases de données hébergées par la Société, en ralentissant les serveurs ou en rendant la bande passante indisponible aux personnes désirant se connecter aux sites de la Société.

En raison de la nature ouverte des réseaux Internet et de la constante évolution des problématiques de sécurité informatique, les sites Internet de la Société et ceux des

opérations marketing que la Société héberge pour le compte de ses clients sont constamment exposés, comme tout autre site Internet, à des attaques de type déni de service. Une attaque malveillante dirigée contre les serveurs de la Société pourrait mettre hors ligne pour plusieurs heures ou jours les sites de la Société, occasionnant ainsi pour la Société une baisse d'efficacité des opérations Marketing menées pour le compte de ses Clients et un préjudice commercial et de réputation.

La Société ne peut également exclure la possibilité que ses serveurs puissent involontairement servir de vecteur de propagation de virus, en particulier à l'occasion de l'apparition d'un nouveau virus qui ne serait pas encore référencé auprès des fournisseurs de solutions anti-virus, ou encore qu'ils puissent être exploités par des tiers malveillants afin de diffuser des e-mails non sollicités (spams).

Sur l'un de ses sites, la Société a mis en place un module de paiement en ligne. Les coordonnées bancaires fournies lors de transactions de paiement en ligne sur ce module pourraient également être détournées par des tiers non autorisés qui les utiliseraient de manière frauduleuse. La Société a mis en place un protocole de paiement en ligne sécurisé afin de circonscrire ce problème.

La Société ne conserve ni les coordonnées e-mail des individus présents dans sa base de données mutualisées Elisa, ni les coordonnées bancaires de ses membres sur un serveur en ligne mais uniquement sur des supports de sauvegarde conservés dans des locaux sécurisés. La Société ne peut toutefois garantir l'impossibilité d'un vol des supports de sauvegarde et la perte consécutive des données stockées sur ces supports mais met tout en œuvre pour contrôler et limiter ce risque.

Les risques tenant à la sécurité informatique et des paiements ne sont pas spécifiques à la Société et concernent toutes les entreprises exploitant un réseau informatique relié au réseau Internet et gérant un commerce en ligne. La Société pourrait toutefois être amenée à l'avenir à procéder à des investissements importants ou à consacrer des ressources encore plus importantes pour faire face à l'accroissement de ces risques tenant plus particulièrement à la sécurité informatique sur Internet.

4.2 Risques liés à la stratégie de la Société

4.2.1 *Risques liés aux évolutions sectorielles*

Bien que la Société ait connu une croissance rapide et régulière depuis sa création, elle n'a qu'un historique d'exploitation limité sur lequel fonder son évaluation, ses revenus actuels et prévisionnels. Ceux-ci doivent être lus et analysés à la lumière des risques, des dépenses et des difficultés habituellement rencontrés par des sociétés jeunes, évoluant sur un marché nouveau et en très forte évolution tel que celui de la publicité et du marketing interactifs.

La Société ne peut en outre garantir que l'engouement du grand public pour les médias interactifs en général et pour Internet en particulier comme canal de publicité et d'achat se poursuivra. Le développement des revenus de la Société dépend en grande partie du développement de la publicité sur Internet, du commerce en ligne et du marketing interactif.

Une des deux principales sources de revenus de la Société provient de la vente de publicités adressées aux individus présents dans le Programme Elisa. La capacité de la Société à générer des revenus significatifs provenant de la publicité dépendra notamment de la large adoption de l'Internet comme vecteur de publicité, du développement du nombre d'utilisateurs dans le Programme Elisa, de la capacité à cibler toujours davantage les publicités envoyées et à développer une stratégie marketing adaptée. Il ne peut ainsi y avoir aucune garantie que les annonceurs continueront à acheter de la publicité à des

tarifs équivalents à ceux pratiqués actuellement, et que la Société sera capable d'attirer de nouveaux annonceurs.

Le marché de la publicité sur Internet est très récent et il est encore difficile de juger pleinement de son efficacité par comparaison aux médias traditionnels. De nombreux annonceurs travaillant avec la Société ont une expérience limitée de la publicité et du marketing interactifs, et la plupart d'entre eux ne leur consacrent pas encore une part significative de leur budget. Pour ceux qui investissent des montants importants dans d'autres médias et canaux d'acquisition et de fidélisation, ils pourraient être réticents à adopter une stratégie basée sur Internet qui remettrait en cause leur politique actuelle. Il n'y a donc aucune certitude que le marché de la publicité et du marketing sur Internet se développe. La Société ne peut donc être certaine qu'elle pourra continuer à générer des revenus aussi significatifs, ni conserver le même niveau de marge du fait d'une plus forte concurrence, de la législation ou de la situation économique générale ou plus spécifique liée aux médias interactifs. Si le marché se développe plus lentement que prévu, le développement et les résultats de la Société s'en trouveront affectés.

Le développement des revenus de la Société dépend également en grande partie du développement continu de l'utilisation d'Internet pour effectuer des achats de produits et services. L'utilisation d'Internet comme moyen d'effectuer des transactions de détail de manière efficace est encore à un stade récent de développement, et la demande des consommateurs reste encore incertaine.

4.2.2 Risques liés à la capacité d'adaptation de la Société à une forte croissance, au développement international et à la croissance externe

La Société connaît actuellement une forte croissance qui se traduit par le gain de nombreux clients et l'augmentation du volume d'affaires réalisé avec les clients existants. Le maintien d'une telle croissance dépend en partie de la capacité de la Société à gérer efficacement cette croissance et à faire les recrutements et les investissements technologiques nécessaires afin de permettre à la Société de gérer davantage d'opérations en continuant d'augmenter sa valeur ajoutée pour ses clients.

Si la direction de la Société venait à rencontrer des difficultés sérieuses pour gérer efficacement cette croissance, le chiffre d'affaires, les résultats et la situation financière de la Société pourraient être affectés de façon significative.

La multiplication des opérations menées à l'international s'accompagne de difficultés propres liées à la gestion simultanée d'opérations à très fort volume en plusieurs langues.

A la date du présent document de base, la Société n'a pas réalisé d'acquisitions de sociétés. Bien que la Société privilégie une croissance organique, la Société n'exclut pas de procéder dans le cadre de son développement futur à des acquisitions stratégiques afin d'accélérer son développement, notamment international. La Société n'ayant pas d'expérience en matière d'acquisitions, ce type de projet pourrait demander au management d'y consacrer du temps. De plus, des acquisitions de sociétés situées hors de France pourraient avoir des conséquences importantes en termes d'intégration des bases de données, des équipes nouvelles et de leurs dirigeants. En cas de projet d'acquisition, la Société envisage de faire appel à des conseils spécialisés.

4.2.3 Risques liés au recrutement et au départ de collaborateurs-clés

Le succès de 1000mercis repose en grande partie sur la qualité et l'implication de ses dirigeants, de leurs collaborateurs et de l'équipe qu'ils ont constituée au fil des années.

Quand bien même la Société viendrait à perdre les services de ses collaborateurs clés, elle estime qu'une grande partie des tâches effectuées par ses dirigeants et par les autres collaborateurs clés pourrait être effectuée par d'autres collaborateurs, le cas échéant, après une période d'adaptation et/ou de formation aux fonctions laissées vacantes.

Toutefois, étant donné que le succès de la Société est notamment lié à la collaboration passée et présente de ses dirigeants et de leurs collaborateurs, elle ne peut pas garantir que leur départ ou indisponibilité n'entraînerait pour elle aucun impact négatif significatif. En particulier, le départ ou l'indisponibilité prolongée d'un ou plusieurs collaborateurs clés pourrait avoir un effet négatif non négligeable sur la stratégie, les résultats et la situation financière de la Société ainsi que sur la mise en œuvre de nouveaux projets nécessaires à son développement et à sa pérennité.

Il est à souligner que depuis sa création et à la date de réalisation de ce document, l'entreprise a constaté le départ d'un seul de ses collaborateurs.

4.3 Risques juridiques

4.3.1 Risques liés aux droits de propriété intellectuelle

1000mercis exploite un service de marketing direct par courrier électronique dénommé « Programme Elisa ». A cette fin, elle utilise en France la dénomination commerciale « Elisa » depuis l'année 2002. Dans la perspective d'étendre ses activités liées au service « Elisa » dans d'autres pays de l'Union européenne, 1000mercis a souhaité procéder au dépôt de la dénomination « Elisa » à titre de marque française et de marque communautaire.

À cette fin, deux demandes d'enregistrement, française et communautaire, ont été effectuées le 12 juillet 2005 respectivement auprès de l'INPI² et de l'OHMI³ dans les classes 9, 35, 38, 41 et 42. Ces demandes d'enregistrement sont en cours et suivront les procédures et délais suivants :

- **Demande d'enregistrement en France en date du 12 juillet 2005**

Dépôt INPI n° 05 3 370 070 du 12 juillet 2005 en classes 9, 35, 38, 41 et 42

La marque « Elisa », déposée le 12 juillet 2005 auprès de l'INPI, a été publiée deux fois par l'INPI. La première publication par l'INPI, en date du 19 août 2005, comportait une erreur, l'INPI ayant omis de publier une partie du libellé de la marque « Elisa » en classe 42.

L'erreur de l'INPI ayant été signalée et corrigée à la demande de 1000mercis, la marque a été publiée une seconde fois par l'INPI le 30 septembre 2005. Cette seconde publication a ouvert le délai de deux mois, prescrit par la loi, permettant aux tiers de s'opposer à l'enregistrement de cette marque. Ce délai d'opposition a expiré le 30 novembre 2005.

À la suite de la seconde publication par l'INPI de la marque « Elisa » le 30 septembre 2005, un titulaire hollandais d'une marque communautaire « Elise » désignant la France et concernant un logiciel, une société dénommée Went Computing Consultancy Group BV (WCC), s'est signalé auprès de 1000mercis afin d'étudier avec elle les chevauchements éventuels de ces deux marques.

2 INPI : Institut National de la Propriété Industrielle.

3 OHMI : Office d'Harmonisation du Marché Intérieur pour les marques et les dessins et modèles.

Une entrevue entre les dirigeants des deux sociétés WCC et 1000mercis s'est tenue le 11 novembre 2005, au cours de laquelle ont été évoquées les différentes possibilités de coexistence entre les deux marques « Elisa » et « Elise », correspondant à des activités différentes exercées par chacune des sociétés. La qualité des échanges intervenus entre les dirigeants des deux sociétés les a conduits à convenir de se revoir à la mi-décembre 2005, date fixée par WCC, afin de discuter plus avant des conditions dans lesquelles elles pourraient convenir de faire coexister leurs marques respectives, avec ou sans la formalisation d'un accord contractuel.

Le délai d'opposition du dépôt de la marque « Elisa » expirait le 30 novembre 2005.

Afin de s'assurer de l'état de ce dépôt dans le cadre de la rédaction du présent document, 1000mercis a pris un contact téléphonique avec l'INPI le 29 novembre 2005. Il lui a été indiqué oralement qu'une opposition à ce dépôt avait été effectuée le 25 novembre 2005 à l'initiative de WCC. 1000mercis en déduit que le titulaire de la marque Élise a logiquement souhaité réserver ses droits dans le cadre des discussions à venir entre les deux sociétés. L'INPI a informé par écrit le conseil de 1000mercis de cette opposition par un courrier en date du 2 décembre 2005. Le 20 décembre 2005, WCC a pris contact avec 1000mercis, comme il en avait été convenu entre les dirigeants des deux sociétés, afin de convenir d'une entrevue courant janvier 2006 permettant de préciser les termes de leurs discussions concernant l'utilisation de la marque « Elisa » par 1000mercis.

• **Demande d'enregistrement communautaire en date du 12 juillet 2005**

Dépôt OHMI n° 004538245 du 12 juillet 2005 en classes 9, 35, 38, 41 et 42

La procédure d'enregistrement d'une marque communautaire est plus longue que la procédure française en raison des particularités de cette procédure, notamment la nécessité pour l'OHMI :

- de traduire la marque dans toutes les langues de l'Union européenne,
- d'établir des rapports de recherche d'antériorité nationaux et un rapport de recherche d'antériorité communautaire, ainsi que
- d'ouvrir, à l'issue de ces démarches, un délai d'opposition de 3 mois à compter de la publication du dépôt par l'OHMI, puis
- d'enregistrer le paiement des taxes d'enregistrement dans un délai supplémentaire de 2 mois.

La publication du dépôt d'une marque communautaire par l'OHMI intervient habituellement 6 mois après le dépôt, soit environ en janvier 2006 et l'enregistrement définitif de la marque à défaut d'opposition par des tiers, intervient généralement dans un délai de 12 à 14 mois à compter du dépôt initial, soit entre juillet et septembre 2006.

Le dépôt de la marque communautaire Elisa n'a pas encore fait l'objet à ce jour, compte tenu des délais de traitement propres à l'OHMI, de publication.

Toutefois, une société finlandaise « Elisa Oyj » exploitant un réseau de télécommunications et titulaire de la marque communautaire « Elisa » dans les classes 9, 35, 38, 41 et 42 enregistrée sous les numéros 2740702 et 1457373 auprès de l'office finnois des marques, a fait adresser le 21 décembre 2005 par l'intermédiaire de son conseil une télécopie au conseil de 1000mercis, par laquelle elle revendique ses droits antérieurs au niveau communautaire sur la dénomination « Elisa ». Par ce courrier, l'opérateur finlandais fait savoir qu'il s'opposera à l'enregistrement de la marque communautaire « Elisa » déposée par 1000mercis lorsque ce dépôt sera publié par l'OHMI.

L'opérateur finlandais indique en fin de son courrier être ouvert à des négociations. Il y a lieu de penser que de telles négociations, à venir, pourraient être de la même nature que

celles qui, aux dires de la société WCC, avaient abouti à un accord de coexistence entre WCC et l'opérateur finlandais et qui avait permis à WCC d'exploiter la marque « Elise » aux Pays-Bas, marque que WCC revendique aujourd'hui à l'égard de 1000mercis.

Par ailleurs, il peut exister des marques ou d'autres droits de propriété intellectuelle antérieurs détenus par des tiers, phonétiquement, visuellement ou intellectuellement identiques ou similaires aux signes déposés par la Société. Leur titulaire pourrait en conséquence agir sur le fondement de ses droits antérieurs en nullité desdites marques déposées par la Société, ce qui serait susceptible de compromettre la valeur de ses marques et contraindrait la Société à assumer les coûts et les risques des procédures judiciaires y afférentes.

La Société s'attache à assurer la protection de ses développements, notamment en matière de logiciels, bases de données, éléments graphiques ou contenus de toute nature (image, texte, son ou vidéo), par le droit d'auteur, conformément aux dispositions du code de la Propriété Intellectuelle français et de la convention collective applicable. Cependant, la Société ne peut garantir que les droits de propriété intellectuelle qu'elle possède ne portent pas atteinte aux droits des tiers. Ainsi, une action de tiers à l'encontre de la Société pourrait résulter en l'interdiction d'utiliser tout ou partie d'un contenu, d'un logiciel ou d'une base de données utilisé par la Société et exposer la Société à des sanctions, qui pourraient avoir des conséquences défavorables significatives sur l'activité de la Société, ses résultats et la continuité de son exploitation. La résolution d'un litige de cette nature, qui pourrait s'effectuer par une transaction et la conclusion d'un contrat de licence au profit de la Société, serait de nature à engendrer un surcoût d'exploitation qui pourrait impacter substantiellement les résultats de la Société.

La Société utilise des systèmes et logiciels dits « libres » pour son exploitation et certains de ses développements. Ces systèmes et logiciels sont mis à la libre disposition du public par leurs auteurs sous une licence qui permet à l'utilisateur d'avoir accès au code source, de l'utiliser, le copier, le modifier, l'incorporer à des programmes de sa création, et de le redistribuer. Les logiciels dits « libres » sont mis à la disposition du public sans aucune garantie et aux risques et périls de l'utilisateur. La Société ne peut en conséquence garantir l'origine des logiciels qu'elle utilise, ni que ceux-ci ne portent pas atteinte à des droits de propriété intellectuelle de tiers. Un tiers pourrait agir en justice pour faire reconnaître ses droits sur un logiciel dit « libre ». Ceci serait de nature à affecter l'exploitation de la Société soit en créant un surcoût, soit en obligeant la Société à cesser d'utiliser le logiciel litigieux et à recréer de nouveaux développements ou à acquérir un autre logiciel ayant des fonctions similaires. Les coûts induits seraient susceptibles d'affecter les résultats de la Société de façon significativement défavorable.

4.3.2 Risques liés au traitement des données à caractère personnel

1000mercis a anticipé dès sa création les évolutions du droit communautaire et français relatif au traitement des données personnelles et à la protection de la vie privée,

- en suivant dès juillet 2001 les débats publics et parlementaires entourant la modification de la loi « informatique et libertés » du 6 janvier 1978, résultant de la loi n° 2004-801 du 6 août 2004 et du décret d'application n° 2005-1309 du 20 octobre 2005 ;
- en participant au plus haut niveau aux travaux conduits par les principales associations professionnelles du secteur des communications et du marketing électroniques, ainsi qu'aux débats parlementaires et réglementaires qui ont eu lieu depuis 2001 aux niveaux communautaire et français ;
- en anticipant dès octobre 2001 l'application à venir des règles régissant désormais le marketing électronique depuis l'entrée en vigueur de la loi « pour la confiance dans l'économie numérique » n° 2004-575 du 21 juin 2004 ;
- en entretenant avec les autorités de régulation concernées, des relations régulières et transparentes conduisant aujourd'hui 1000mercis à être largement reconnue comme un exemple dans son secteur d'activité ;

- en exigeant de ses partenaires, propriétaires ou loueurs de fichiers, le respect de règles sur la collecte, l'utilisation, la location ou la cession de données personnelles, règles qui ont été intégrées dans la réglementation désormais en vigueur et que 1000mercis a anticipées et mises en application tant par la voie de garanties contractuelles fortes à l'égard de ses partenaires, que par des vérifications préalables et systématiques des conditions effectives de traitement de données personnelles par ses partenaires.

L'ensemble de ces mesures et anticipations satisfont pleinement le respect par 1000mercis du cadre juridique qui s'applique à ses activités dans le secteur de la publicité et du marketing interactifs. La Société met en œuvre un certain nombre d'actions visant à prendre part à la définition du cadre juridique dans lequel elle évolue. Elle ne peut cependant affirmer être à l'abri de changements réglementaires susceptibles d'influer substantiellement sur ses activités et sources de revenus.

Bien que la Société ait pris les mesures nécessaires pour se conformer aux dispositions de la loi protégeant les données à caractère personnel de ses membres, elle ne peut exclure la possibilité d'une déperdition ou d'une fuite de ses données ou de celles qu'elle héberge pour le compte de ses partenaires ou clients par le biais d'une fraude, ou d'une intrusion sur les systèmes, et leur utilisation abusive par des tiers non autorisés. De telles pertes, fuites, intrusions, fraudes ou usages abusifs pourraient porter le cas échéant un préjudice d'image et de réputation important à la Société et seraient susceptibles d'affecter son chiffre d'affaires de façon défavorable.

La Société ne peut également exclure qu'un membre ou un autre tiers remette en question les conditions dans lesquelles 1000mercis traite des données à caractère personnel sur le fondement des dispositions de son droit national en la matière qu'il estimerait applicable. La non-conformité avec le droit national d'un de ces pays étrangers serait susceptible d'entraîner un préjudice d'image et de réputation important à la Société et d'affecter son chiffre d'affaires et son activité pour ce ou ces pays de façon défavorable.

4.3.3 Assurances

Les principales polices d'assurance souscrites par 1000mercis sont les suivantes :

Risques couverts	Assureur	Expiration	Franchise	Plafonds couverts
Incendie et événements annexes	Azur Assurances	01/07/2006	221 €	Valeur de remplacement/reconstruction
Responsabilité civile bureaux (hors RC professionnelles)	Azur Assurances	01/07/2006	221 €	6 400 000 € par sinistre
Responsabilité civile exploitation	Axa	01/07/2006	Franchise variable selon dommages	7 500 000 €
Responsabilité civile professionnelle	Axa	01/07/2006	3 000 €	300 000 €
Dommages résultant d'une atteinte logique	Axa	01/07/2006	3 000 €	75 000 € par sinistre

1000mercis estime que les polices d'assurance décrites ci-dessus couvrent de manière raisonnable l'ensemble des risques majeurs inhérents à son activité et que sa politique d'assurance est en adéquation avec les pratiques retenues dans son secteur d'activité.

Les primes payées au titre de l'exercice clos le 30 juin 2005 sont les suivantes :

	Période	Montants comptabilisés en charges
Contrat Azur risques professionnels	du 01/07/2004 au 31/05/2005	486 €
Contrat Azur risques professionnels	du 01/06/2005 au 30/06/2005	90 €
Contrat Axa responsabilité civile	du 01/07/2004 au 30/06/2005	2 101 €
Total charges d'assurances		2 677 €

A la connaissance de la Société, il n'y a pas de risques significatifs non assurés ni de risques significatifs assurés en interne.

4.4 Risques financiers

4.4.1 Risque de change

L'ensemble de l'activité est payée et facturée en euros. Il n'existe donc pas de risque de change.

4.4.2 Risque de taux

A ce jour, 1000mercis n'a souscrit aucun endettement à long terme. La trésorerie disponible est exclusivement placée en SICAV monétaires.

4.4.3 Risque de liquidité

Compte tenu de sa trésorerie structurellement positive, la Société n'a fait aucune demande particulière auprès d'établissements bancaires afin d'obtenir des autorisations de découvert ou des lignes d'escompte. Elle a d'autre part obtenu la cotation G3++ de la part de la Banque de France, ce qui correspond à sa cote d'excellence concernant la capacité de l'entreprise à honorer ses engagements financiers.

Au 31 décembre 2004, 1000mercis n'a contracté aucune ligne de crédit. La Société bénéficie de la meilleure cotation (3++) au fichier bancaire des entreprises (FIBEN) tenu par la Banque de France.

4.4.4 Risque relatif aux engagements hors-bilan

1000mercis a donné en nantissement en faveur de sa banque un portefeuille de Sicav monétaires. En contrepartie la banque a accordé une caution pour le dépôt de garantie relatif aux locaux que la Société occupait jusqu'en septembre 2005. Depuis lors, la Société a quitté ces locaux et le dépôt de garantie n'a pas été appelé : le risque que ce nantissement soit mis en oeuvre par la banque n'existe donc plus. 1000mercis a lancé la procédure auprès de sa banque pour obtenir la main levée de ce nantissement.

En €	Au 30.06.05	Au 30.06.04
Cautions de contre-garantie sur marchés		
Créances cédées non échues (bordereaux Dailly, ...)		
Nantissements hypothèques et sûretés réelles	107.100	63.333
Avals, cautions et garanties données		
Autres engagements donnés		
Total	107.100	63.333

Obligations contractuelles (€)	Total	Paiements dus par période		
		A moins de 1 an	De 1 à 5 ans	A plus de 5 ans
Dettes à long terme	0			
Obligations en matière de location-financement	0			
Contrats de location simple	1.494.527	155.657	665.640	673.230
Obligations d'achat irrévocables	0			
Autres obligations à long terme	0			
Total	1.494.527			

Nota : ce tableau tient compte des loyers sur 9 ans, calculés sur la base d'un bail de location immobilière de type « 3 / 6 / 9 ».

Autres engagements commerciaux (€)	Total	Montant des engagements		
		A moins de 1 an	De 1 à 5 ans	A plus de 5 ans
Lignes de crédit	0			
Lettres de crédit	0			
Garanties	0			
Obligations de rachat	0			
Autres engagements commerciaux	0			
Total	0			

5 INFORMATIONS CONCERNANT LA SOCIETE

5.1 Histoire et évolution de la Société

5.1.1 *Raison sociale et nom commercial de la Société*

La dénomination sociale de la Société est « 1000mercis ».

La Société utilise également les noms commerciaux suivants : Millemercis, Millemercis Mariage, Millemercis Pacs, Millemercis Naissance et Programme Elisa.

5.1.2 *Lieu et numéro d'enregistrement de la Société*

1000mercis est enregistrée auprès du Registre du Commerce et des Sociétés de Paris sous le numéro B 429 621 311.

5.1.3 *Date de constitution et durée*

La Société a été constituée sous la forme de société par actions simplifiée aux termes d'un acte sous seing privé à Paris en date du 11 février 2000.

Elle a été transformée en société anonyme suivant décision de la collectivité des actionnaires réunis en Assemblée générale mixte le 17 octobre 2000.

La Société a été constituée pour une durée de 99 ans à compter du 23 février 2000, sauf dissolution anticipée ou prorogation décidée par l'Assemblée générale extraordinaire des actionnaires.

5.1.4 *Siège social de la Société, forme juridique, législation régissant ses activités*

La Société est une société anonyme à Conseil d'administration. La Société, régie par le droit français, est principalement soumise pour son fonctionnement aux articles L.225-1 et suivants du Code de commerce.

Le siège social de la Société est sis au 28 rue de Châteaudun à Paris (75009).

Le numéro de téléphone de la Société est le +33 (0)1 49 49 06 60 et l'adresse du site web : www.1000mercis.com.

5.1.5 *Evénements marquants dans le développement de la Société*

Février 2000 : création de la société 1000mercis par Yseulys Costes et Thibaut Munier

Leurs expériences professionnelles leur donnent la conviction que les médias interactifs sont une innovation de rupture dans le domaine de la publicité et du marketing. C'est de cette vision que naît 1000mercis et dans laquelle la Société grandit depuis plus de cinq ans.

Mai 2000 : mise en ligne de la première version du site Millemercis.com

Le site Millemercis.com est la première application de cette vision. Ce site permet aux consommateurs de constituer librement la liste des cadeaux qu'ils aimeraient recevoir. Son rapide succès auprès des internautes permet à 1000mercis de constituer une offre unique de publicité interactive pour les annonceurs : pouvoir toucher individuellement et

de manière personnalisée et ciblée des individus qui ont déclaré leurs préférences produit.

Novembre 2000 : 1000mercis réalise sa première campagne publicitaire

La taille de l'audience cumulée dans sa base de données a dépassé les 100.000 personnes et permet à 1000mercis d'offrir un produit de qualité pour les annonceurs. Les excellents résultats des premières campagnes réalisées placent immédiatement 1000mercis comme une solution efficace pour les annonceurs qui souhaitent faire de la publicité interactive.

Février 2001 : lancement de la deuxième version du site Millemercis.com

Le modèle ayant fait ses preuves tant auprès des consommateurs que des annonceurs, 1000mercis décide de réaliser une nouvelle version du site Millemercis.com, plus performante tenant compte des apprentissages de l'année écoulée.

Novembre 2001 : Grand Prix de l'e-mail Marketing décerné par Web Marketing Europe et ABC Net Marketing

1000mercis gagne le Prix de la meilleure politique d'e-mail marchand pour une campagne réalisée avec Rue du Commerce. Ce prix confirme l'efficacité de l'offre de 1000mercis et la pertinence de ses actions.

Janvier 2002 : 1000mercis anime la conférence « Internet, une nouvelle donne pour la fidélisation » dans le cadre de la quatrième journée de rencontre de l'Association française du marketing (AFM) et de l'Association des agences de conseil en communication (AACC)

Membre du comité de pilotage des rencontres AFM/AACC qui regroupe chercheurs en marketing et praticiens, 1000mercis anime la partie Internet de la journée intitulée « Fidélisation : quoi de neuf après les points ? ». Cette conférence illustre à la fois la place de la Société dans le marché du marketing de fidélisation sur Internet, et sur sa capacité d'innovation grâce aux ponts qu'elle a su créer avec la sphère académique.

Février 2002 : 1000mercis compte une audience de plus de 250.000 personnes dans sa base

La croissance du nombre d'internautes inscrits et donc du potentiel d'audience ciblée dont 1000mercis dispose continue à augmenter. La qualité et la réactivité de cette audience permettent à 1000mercis de la monétiser auprès d'un grand nombre d'annonceurs.

Mars 2002 : vainqueur du Message d'Or du e-message BtoC dans le cadre du Grand Prix du Message Ecrit organisé par le magazine Marketing Direct

1000mercis gagne le Prix du meilleur e-message pour la campagne « Exaucez vos rêves » réalisée pour Rue du Commerce. Ce prix renforce encore l'image d'expert de la Société aussi bien auprès des annonceurs que de ses pairs.

Avril 2002 : lancement de la première opération de marketing interactif centrée sur la base de données

1000mercis innove en proposant aux annonceurs français une nouvelle technique de marketing interactif appelée aujourd'hui communément « opération de collecte ». Cette technique maximise les performances du média Internet en alliant personnalisation, datamining et marketing viral⁴. La première opération réalisée pour voyages-sncf.com appelée « Vols à gratter » a été un immense succès avec plus de 143.528 internautes ayant participé et 7,14 millions de pages vues. Cette opération est devenue une référence puisqu'elle est présentée comme telle dans la septième édition de *Mercator*, ouvrage de référence en marketing rédigé par Jacques Lendrevie, Julien Lévy et Denis Lindon (éditions Dalloz, 2003).

⁴ Cette nouvelle technique consiste à orchestrer un phénomène de bouche à oreille sur les médias interactifs dans le cadre d'opérations marketing.

Juillet 2002 : lancement du Programme Elisa

Forte de son expertise et de son image reconnue sur le marché, 1000mercis décide de lancer le Programme Elisa afin de monétiser l'audience de ses sites et de sites partenaires. Elisa est le premier programme mutualisé de publicité interactive ciblée. Il constitue pour les annonceurs un réservoir unique d'audience qualifiée sur les données comportementales et pour les partenaires de 1000mercis un moyen efficace de monétiser leur audience.

Septembre 2003 : lancement du site Millemercismariage.com

Leader sur le marché de la liste de cadeaux en France au travers de son site Millemercis.com, 1000mercis décide de capitaliser sur son expérience et lançant le site de listes de mariage Millemercismariage.com. Ce site permet en outre à 1000mercis de se positionner sur le marché du marketing des moments de vie.

Octobre 2003 : 1000mercis remporte le Prix e-mailing des Trophées européens de la Vente à Distance

Organisé par le magazine Marketing Direct, ce prix a été attribué à 1000mercis pour la campagne « Pass » réalisée pour Meetic. Ce prix permet à 1000mercis de s'affirmer comme un acteur majeur des opérations de fidélisation interactives et de démontrer sa maîtrise des stratégies de personnalisation.

Janvier 2004 : la base Elisa dépasse les 3 millions d'individus

De nombreux partenaires prestigieux ont rejoint le Programme Elisa qui voit la taille de son audience croître très rapidement. La barre des 3 millions fait d'Elisa le leader français des bases mutualisées interactives.

Janvier 2005 : 1000mercis remporte le Clic d'Or dans la catégorie Interagir

1000mercis remporte le Clic d'Or, récompense de référence sur le marché de la publicité et du marketing interactifs, pour l'opération « Le voyage de vos rêves » conçue et réalisée pour Expedia, leader mondial de la vente de voyages en ligne. Cette opération, qui a compté 2.515.846 visiteurs uniques et 26.611.604 de pages vues en 35 jours, a vu 1.037.692 internautes s'inscrire pour un objectif initial de 500.000. Véritable succès aussi bien auprès des internautes que sur le secteur du marketing interactif, cette opération reste une référence au volume inégalé sur le marché français.

Février 2005 : la fondation HEC et 1000mercis organisent la conférence « Marketing d'Internet : media planning, vente on-line et marketing viral »

Les travaux de recherche menés par la Société en collaboration avec HEC se concrétisent publiquement par l'organisation d'une conférence dont les deux principaux axes sont : « La modélisation de processus de vente on-line et l'impact de l'e-mailing » et « Comment optimiser une campagne de marketing viral sur Internet ? ». Les résultats présentés à la fois aux communautés scientifiques et professionnelles prouvent l'ancrage de 1000mercis en tant qu'acteur leader et innovant en marketing interactif.

Février 2005 : lancement du Programme Elisa en Espagne

Le Programme Elisa est lancé en Espagne sous le nom de « Programa Elisa ». Forte de son image et de son expertise sur le marché français, la Société réalise une campagne dès le premier mois de lancement de son offre.

Juin 2005 : lancement du site anniversairedemariage.com

Fort des succès de ses précédents sites destinés au grand public, 1000mercis renforce sa position sur le marché du marketing des moments de vie avec le site anniversairedemariage.com. Ce site est également pour 1000mercis l'occasion d'innover et d'appliquer les résultats des travaux de recherche menés en particulier sur le marketing viral.

Juin 2005 : la base Elisa dépasse les 6 millions d'individus en Europe

L'accélération de la croissance du Programme Elisa vient à la fois d'une augmentation du nombre de ses partenaires et de l'augmentation de l'audience de chacun de ses

partenaires. Ce double mouvement place le Programme Elisa dans une dynamique de forte croissance.

Juillet 2005: lancement de la première opération paneuropéenne de marketing interactif
Lancée simultanément en France, Allemagne, Italie et Espagne, cette opération réalisée pour Meetic, leader européen de la rencontre sur Internet en parts d'audience (source : Nielsen / Netrating, juin 2005), est la première qui s'attache à trouver une audience européenne.

Septembre 2005 : publication du cahier de recherche n°346
Publié par le centre de recherche DMSP (Dauphine Marketing Stratégie Prospective) de l'Université Paris IX Dauphine, ce cahier de recherche porte sur l'efficacité d'un e-mail à vocation commerciale. Il s'attache à étudier l'influence des caractéristiques sociodémographiques des internautes sur le processus de réponse à un stimulus on-line. Réalisé grâce à la collaboration entre 1000mercis et le centre de recherche DMSP, ce cahier de recherche est une nouvelle contribution qui témoigne de la crédibilité de 1000mercis et renforce son image.

Novembre 2005 : palmarès Deloitte Technology Fast 50
1000mercis occupe la sixième place du palmarès Deloitte Technology Fast 50, qui récompense les entreprises françaises ayant connu le plus fort taux de croissance de leur chiffre d'affaires sur les cinq dernières années.

Décembre 2005 : label OSEO ANVAR
1000mercis obtient le label OSEO ANVAR « entreprise innovante ».

5.2 Investissements

5.2.1 Principaux investissements réalisés

L'activité de 1000mercis est peu capitalistique.

Sur les trois derniers exercices, les investissements ont essentiellement concerné l'acquisition de logiciels et matériel informatique, ainsi que des agencements de locaux.

En K€	Exercice 2004/2005	Exercice 2003/2004	Exercice 2002/2003
Investissements corporels	2	0	5
Investissements incorporels	74	51	20
Investissements financiers	27	0	50
Total	103	51	75

Au cours des dernières années et des mois déjà écoulés de l'exercice en cours, 1000mercis n'a pris aucun intérêt dans d'autres entreprises, tels qu'actions, parts, obligations, etc.

5.2.2 Principaux investissements en cours

Les investissements en cours de réalisation concernent des frais de marque pour 6,5 K€.

5.2.3 Principaux investissements à venir

A ce jour, la Société envisage de réaliser des investissements de croissance en logiciels, matériel informatique, et de renouvellement de bureau. Bien que 1000mercis privilégie une croissance organique, la Société envisage l'éventualité de procéder à des acquisitions de cibles stratégiques.

La Société entend à terme répartir ses investissements de croissance interne relativement à l'évolution de la distribution géographique de son chiffre d'affaires.

5.2.4 Mode de financement

La situation de trésorerie nette conduit la Société à privilégier l'autofinancement de ses investissements.

5.2.5 Investissements futurs faisant l'objet d'engagements fermes

La Société a pris des engagements fermes concernant des investissements en logiciels (pour un montant de 70 K€) et en matériel informatique (pour un montant de 9,5 K€).

6 APERCU DES ACTIVITES

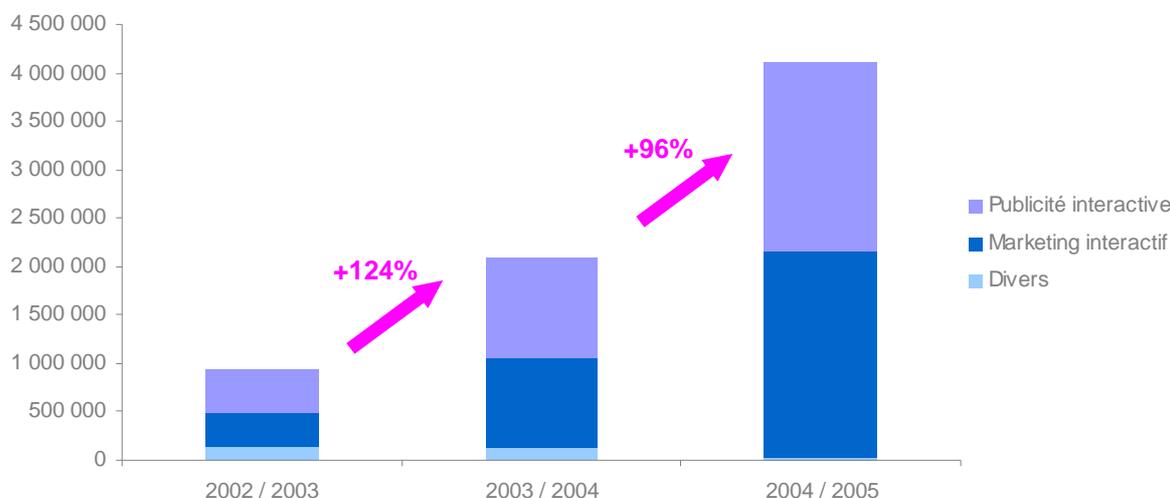
6.1 1000mercis : un modèle équilibré et synergique alliant publicité et marketing interactifs

1000mercis apporte de nouvelles réponses aux entreprises qui souhaitent optimiser leurs actions marketing de conquête et de fidélisation grâce aux médias interactifs. L'activité de la Société est ventilée en deux catégories de revenus : la publicité interactive et le marketing interactif. Chacune représente respectivement 47% et 52% du chiffre d'affaires du dernier exercice.

La publicité interactive est réalisée au travers du Programme Elisa, qui, avec 6 millions de personnes référencées en Europe, est un outil de conquête puissant et ciblé pour les annonceurs. Ses activités de marketing interactif permettent à 1000mercis d'apporter une offre pertinente à ses clients au-delà du marketing de conquête. Son expertise lui permet également de développer avec succès son portefeuille de sites Internet destinés aux particuliers (Millemercis.com, Millemercismariage.com et anniversairedemariage.com) dont l'audience est monétisée au sein du Programme Elisa.

Au cours des trois dernières années, le taux de croissance annuel du chiffre d'affaires a été respectivement de +90%, +124% et +96% pour atteindre 4 103 033 € au 30 juin 2005.

Evolution du chiffre d'affaires de 1000mercis sur les trois derniers exercices (€)



Source : Société

6.1.1 Une expertise reconnue en publicité interactive

Pionnier sur le marché de la publicité interactive en France, 1000mercis a su capitaliser sur son savoir-faire et imposer son expertise. Son offre permet aux annonceurs de conquérir de nouveaux clients grâce aux médias interactifs. En particulier au travers de l'envoi d'e-mails ciblés dans les messageries Internet des utilisateurs, mais également par l'envoi de messages SMS et de MMS sur les téléphones portables. Le stock d'audience disponible pour les annonceurs est de 6 millions d'individus. Ces personnes, hautement qualifiées sur des critères sociodémographiques, déclaratifs et également comportementaux sont regroupées au sein de la base Elisa.

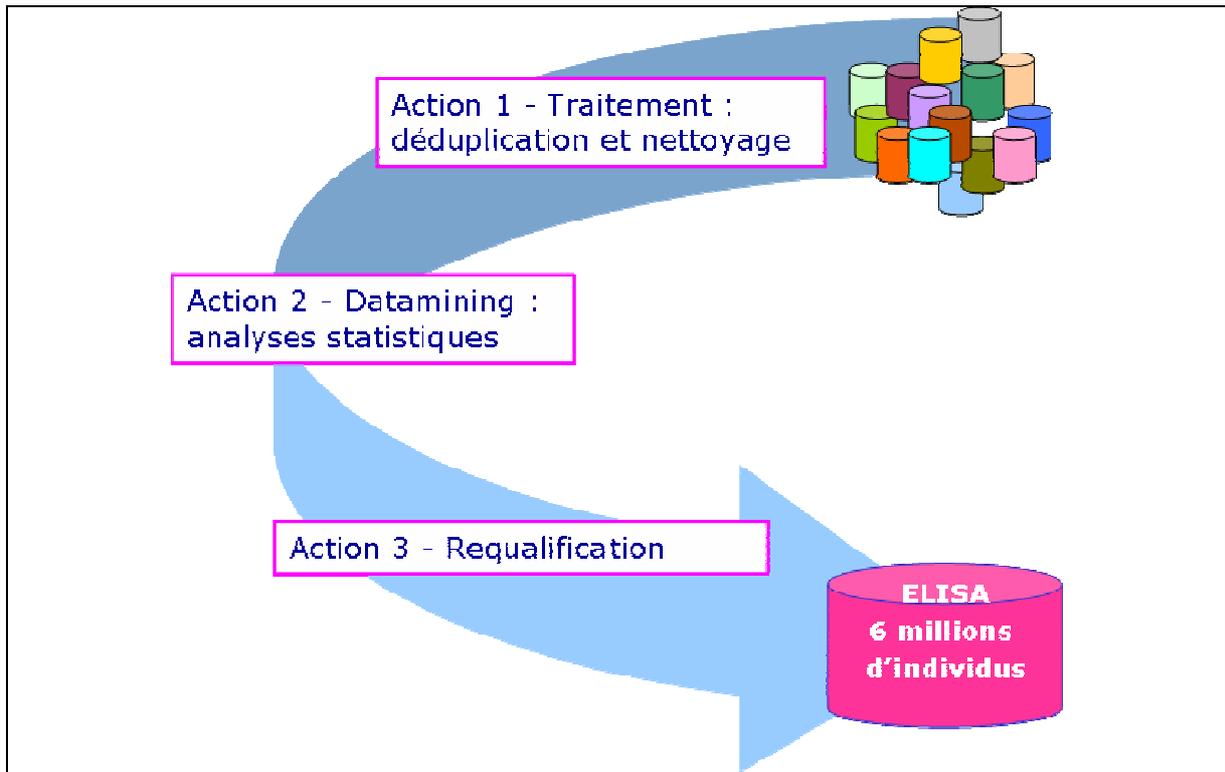
La base Elisa est constituée de la mutualisation des bases de données recueillies par 1000mercis au travers des services Millemercis.com, Millemercismariage.com et anniversairedemariage.com et également de bases de partenaires. Au-delà des bases constituées directement par 1000mercis au travers des sites qu'elle édite, la base Elisa compte les 21 partenaires suivants :

- e-TF1 portail généraliste
- Meetic leader européen de la rencontre sur Internet
- PriceMinister achat et vente entre particuliers
- Voyages-sncf.com voyagiste en ligne, leader des sites de e-commerce en France
- Evene.fr portail culturel
- Pixibox.com coupons de réduction
- Glowria leader français de la location de DVD à domicile
- Anyway voyagiste en ligne
- Club Internet fournisseur d'accès à Internet
- ViaMichelin cartes et itinéraires
- Expedia leader mondial du voyage en ligne
- Yourban vente de textile
- Apache jeux et jouets pour enfants
- Château Online vins
- Cegetel opérateur de téléphonie et fournisseur d'accès à Internet
- Pixmania vente de produits technologiques
- AssurOne assurances automobiles, habitation et santé
- Welcome Office fournitures de bureau
- Pense Malin portail féminin
- RueduCommerce vente de produits technologiques
- Marmiton recettes de cuisine

1000mercis mutualise ces différentes audiences en une base de données unique afin d'en constituer une offre à forte valeur ajoutée pour les annonceurs. Ceci permet à la Société et à ses partenaires de maximiser les revenus issus de la monétisation de leur audience auprès de l'ensemble des annonceurs. A cette fin, 1000mercis procède à trois types d'actions : des retraitements, du datamining⁵ et de la requalification. Ces actions sont réalisées au moment de l'intégration des données dans la base Elisa et de manière pérenne afin de maintenir un niveau de qualité optimisé et constant.

⁵ Le datamining signifie l'analyse quantitative de données individuelles grâce à des méthodes statistiques

La constitution de la base Elisa



Source : Société, novembre 2005

Actions 1 : les traitements

Pour retraiter les données, 1000mercis réalise des déduplications et des nettoyages. La déduplication consiste à comparer les fichiers afin de déterminer les adresses e-mail présentes une ou plusieurs fois. Les nettoyages visent à éliminer les adresses invalides. Ces traitements sont automatisés, mais des contrôles manuels par sondage sont réalisés afin d'améliorer sans cesse la qualité des traitements effectués.

Actions 2 : le datamining

Le datamining consiste à analyser la base afin de l'optimiser en regard des besoins des annonceurs. Cette analyse se fait au travers de l'utilisation de méthodes statistiques et vise essentiellement à inférer des données manquantes et calculer des scores. Par exemple si sur 100.000 personnes, 1000mercis connaît la date de naissance de 80.000 personnes et que cette donnée est manquante pour les 20.000 restantes, les méthodes statistiques visent à prévoir les âges manquants grâce aux prénoms des individus. 1000mercis détermine l'âge moyen par prénom et, s'il n'y a pas de trop forte dispersion de l'âge autour de la moyenne, une tranche d'âge peut être affectée à l'individu avec une probabilité de vraisemblance. Si, quelques mois après, 1000mercis collecte la date de naissance auprès de l'individu, la donnée précédemment calculée est remplacée par la donnée réelle. Le score est alors amélioré grâce à cette nouvelle donnée.

Actions 3 : la requalification

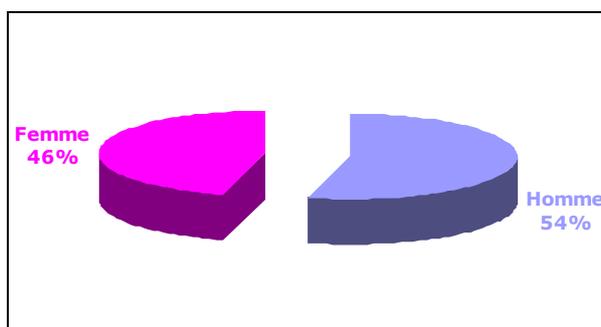
La requalification consiste à collecter de nouvelles données sur chacun des individus composant l'audience disponible. L'objectif est de collecter des données dont l'intérêt est maximal pour les annonceurs dans la durée mais également de manière ponctuelle au vu des demandes et de l'évolution du marché publicitaire. La requalification s'effectue à l'aide de questionnaires auxquels les individus présents dans le Programme Elisa répondent directement sur Internet. Ils sont prévenus par e-mail et sont invités à se rendre sur un site sur lequel des questions leur sont posées. Les questionnaires sont soit

généralistes (ils sont alors composés d'environ 130 questions permettant une requalification optimisée) soit centrés sur un secteur d'activité (par exemple l'automobile ou la téléphonie). Tous les questionnaires sont dynamiques, c'est-à-dire que les questions posées dépendent des réponses de l'individu aux questions précédentes. Le savoir-faire en termes de requalification et, de manière générale, de collecte de données est un des avantages concurrentiels importants de 1000mercis.

La base Elisa ainsi constituée est utilisée par les annonceurs afin d'envoyer aux individus des messages publicitaires ciblés en fonction de critères sociodémographiques (comme l'âge ou le sexe) mais également déclaratifs (par exemple les centres d'intérêt) ou bien comportementaux (par exemple l'achat sur Internet). 1000mercis sélectionne les individus correspondant aux critères de ciblage demandés par l'annonceur et les plus susceptibles de répondre à l'offre. Une fois les individus choisis, 1000mercis ou un prestataire spécialisé dans l'envoi d'e-mail ou de SMS procède au routage de la campagne publicitaire. L'annonceur ne gère jamais en direct les campagnes et n'accède donc jamais directement à la base de données. Les profils sont uniquement loués, ils ne sont jamais cédés. Les messages sont en grande majorité envoyés par e-mail, mais également par SMS, MMS ou parfois encore par courrier papier. Enfin, certains annonceurs mixent les canaux afin de maximiser l'impact de leurs campagnes.

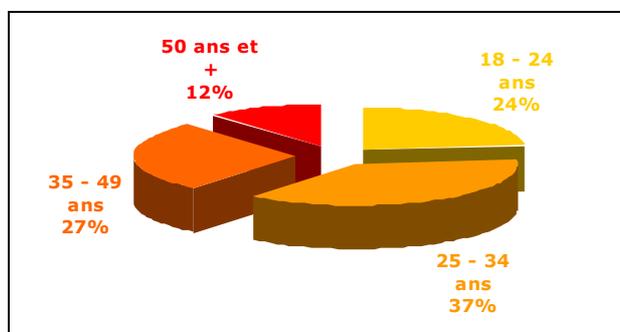
Au-delà de son étendue, la base Elisa compte de très nombreux critères de qualification, ce qui permet à 1000mercis de disposer d'une offre répondant aux attentes de la grande majorité des annonceurs. La base Elisa est composée de 54% d'hommes et 46% des individus ont entre 25 et 49 ans.

Répartition de la base Elisa par sexe



Source : Société, octobre 2005

Répartition de la base Elisa par classe d'âge



Source : Société, octobre 2005

L'activité de publicité interactive est une activité à fort effet de levier puisque en grande partie automatisée. Les processus sont identiques quel que soit le volume et donc le

budget d'une campagne publicitaire. Les prix sur le marché de la location des adresses e-mail sont passés de 0,17 €HT brut par adresse en 2004 à 0,21 €HT brut par adresse sur le premier semestre 2005 (source : TNS Secodip / SNCD, *Le marché de l'e-mail de conquête*, juillet 2005).

Afin de pouvoir offrir aux annonceurs une prestation complète, 1000mercis dispose des savoir-faire technique et marketing et des équipes pour concevoir, réaliser et envoyer les messages. Ces savoir-faire sont en totale synergie avec l'activité de marketing interactif. En effet, les compétences nécessaires pour concevoir et envoyer des messages dans une optique d'acquisition de nouveaux clients sont similaires à celles qui visent à fidéliser les clients déjà acquis.

6.1.2 Le marketing interactif

Afin d'accompagner les annonceurs pendant l'intégralité du cycle de vie de leurs clients, de la conquête à la fidélisation, la Société s'est appuyée sur son expertise acquise en publicité interactive et l'a déclinée sur le domaine du marketing interactif. Bénéficiant d'une grande récurrence, les revenus issus du marketing interactif représentent 52% du chiffre d'affaires global du dernier exercice. Les actions de marketing interactif visent aussi bien les clients actuels que les prospects des annonceurs pour lesquels travaille 1000mercis.

Pour offrir ce service unique, 1000mercis dispose d'un éventail de solutions alliant des savoir-faire marketing, informatiques, statistiques et graphiques. Le but final est de connaître et d'impacter la valeur client⁶ afin de l'augmenter et donc de maximiser le chiffre d'affaires généré par les annonceurs. Les six principaux objectifs des actions marketing sont les suivants :

- Convertir les prospects en clients
- Fidéliser les clients et augmenter la valeur client : actions d'upselling⁷ et de cross-selling⁸
- Augmenter la notoriété d'un annonceur
- Améliorer l'image d'une marque
- Annoncer les lancements de nouveaux produits et services
- Mesurer à la fois la valeur et la satisfaction des clients

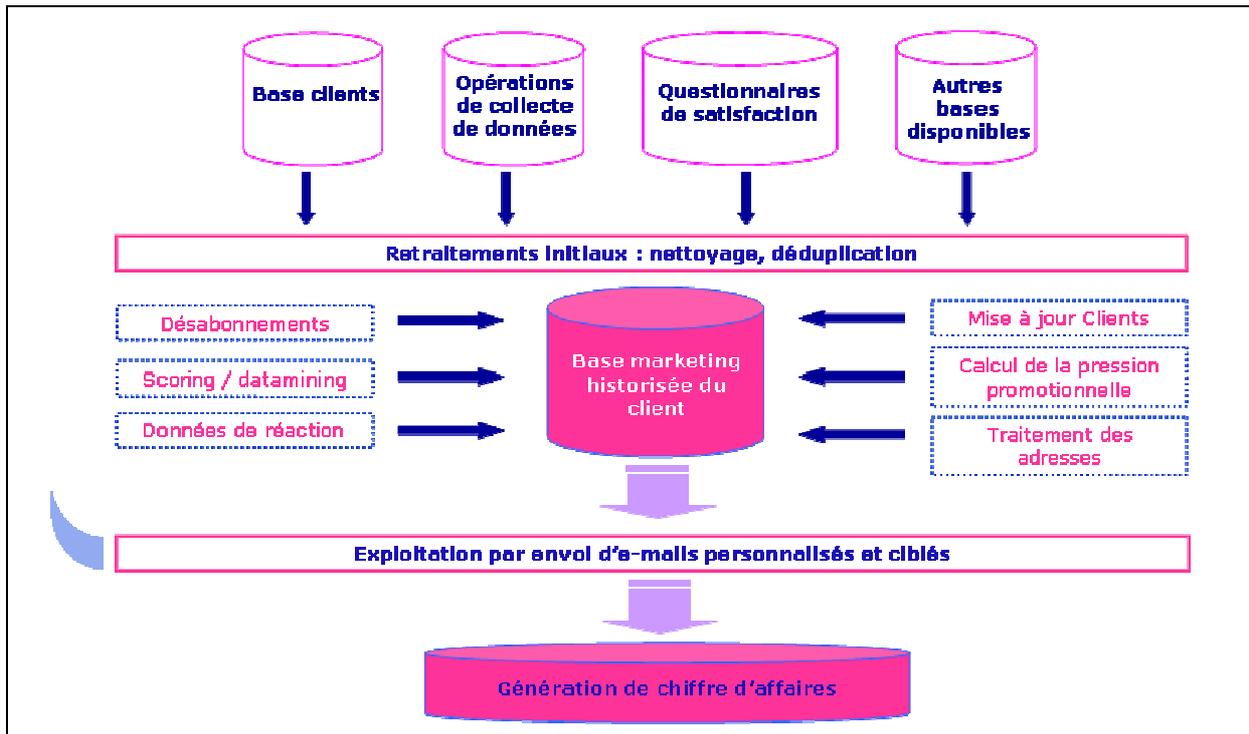
Pour mener des actions de marketing interactif, il est nécessaire de disposer d'une base de données marketing historisée, c'est-à-dire qui conserve en mémoire les événements antérieurs survenus entre la marque et ses clients. La base de données est donc au cœur des actions de marketing interactif, ce qui constitue la principale différence avec le marketing offline. En effet, dans le marketing traditionnel, les annonceurs ne connaissent pas, ou dans une infime proportion, leurs clients et prospects individuellement. Avant l'apparition des médias interactifs, pour constituer des bases de données et historiser les actions de leurs clients, certaines marques avaient mis en place des programmes de fidélisation. mais l'investissement que représente la mise en place de tels programmes a réduit le champ des entreprises capables d'en assumer les coûts. Avec l'arrivée d'Internet, la constitution et l'exploitation de bases de données pour mettre en place des actions de marketing ciblées et personnalisées se sont démocratisées, et l'ensemble des secteurs et des entreprises peuvent désormais mettre en œuvre une telle politique.

6 La valeur client (en anglais *customer life time value*) désigne la valorisation monétaire attribuée par une entreprise à chacun de ses clients. Cette valorisation peut être obtenue par une actualisation des flux de chiffre d'affaires facturés sur une période donnée à chaque client.

7 Upselling : vendre plus à un même client.

8 Cross-selling : vendre un produit complémentaire à un même client.

La base de données au cœur des actions de marketing interactif

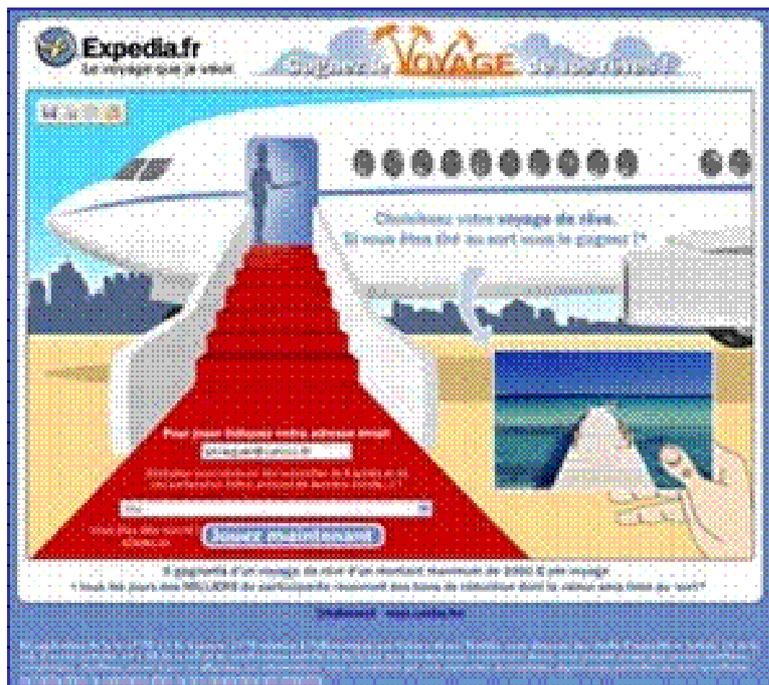


Source : Société, novembre 2005

Le marketing interactif comporte donc trois phases principales : collecter des données, agréger et analyser ces données et les exploiter afin de générer du chiffre d'affaires. Pour chacune de ces phases plusieurs techniques peuvent être mises en œuvre simultanément ou séquentiellement. Ces trois phases sont détaillées dans les paragraphes suivants.

Il existe une grande quantité de méthodes pour collecter des données sur Internet efficacement et à coût maîtrisé. Pour les sociétés qui ont une activité de vente sur Internet, la collecte se fait naturellement lors des transactions. mais pour augmenter les volumes collectés ou pour les initier lorsque l'entreprise ne fait pas de vente en ligne, 1000mercis met en place des opérations spécifiques. Les deux principales méthodes utilisées sont les opérations de collecte et les études par questionnaire. Elles sont toutes les deux présentées ci-après.

Les opérations de collecte se présentent souvent sous la forme d'un jeu incitant les internautes à s'inscrire et à se qualifier en fournissant des informations correspondant au secteur d'activité de l'entreprise. Afin de maximiser le volume d'individus inscrits aux opérations, des mécaniques de marketing viral (ou bouche à oreille organisé) sont conçues, développées et gérées par 1000mercis. De très nombreux exemples peuvent être présentés puisque 1000mercis a réalisé 56 opérations de ce type depuis 2002. L'opération présentée ci-dessous a été choisie car elle est remarquable en terme de volume de données collectées.



Cette opération menée pour le compte de la société Expedia, leader mondial du voyage en ligne sur Internet a attiré 2.515.846 visiteurs uniques sur 35 jours parmi lesquels 1.037.692 se sont inscrits, pour un objectif initial de 500.000. 80% des inscrits sont venus car des amis leur en avaient parlé (marketing viral).



Les études par questionnaire et en particulier au moyen de questionnaires de satisfaction, quant à elles, répondent à un triple objectif : collecter des données pour personnaliser la communication, mieux connaître la valeur client pour l'optimiser et participer à la politique de marketing relationnel interactif en donnant la parole aux clients. Ces questionnaires sont accessibles depuis un e-mail et les internautes peuvent y répondre directement en ligne. Internet permet d'éviter l'étape de saisie des questionnaires, étape nécessaire lorsqu'ils étaient réalisés sur papier, et donc d'abaisser à la fois les coûts de saisie et les risques d'erreur.

La seconde phase consiste à agréger et analyser les données collectées afin d'élaborer une base de données marketing efficace et évolutive. Cette étape nécessite des savoir-faire informatiques, statistiques et marketing d'une grande technicité. L'analyse des données se fait grâce au datamining dont un des principaux objectifs est de mettre en place des scores, et en particulier des scores d'appétence. Ces derniers visent à prévoir l'intérêt d'un individu pour un produit ou une catégorie de produits. Le travail réalisé dans cette seconde phase conditionne la réussite des opérations menées dans la troisième phase présentée ci-dessous.

La troisième phase consiste à exploiter ces données afin de générer du chiffre d'affaires. L'exploitation se fait au travers d'opérations promotionnelles et relationnelles. La très grande majorité de ces actions se fait grâce à l'envoi d'e-mails. En effet, l'e-mail est un outil de contact efficace, souple, réactif et peu coûteux. Cependant d'autres canaux peuvent être utilisés tels que le SMS, l'appel téléphonique ou le courrier papier si cela semble nécessaire pour atteindre l'objectif. Le fait de collecter une base de données sur Internet n'empêche en rien de collecter le numéro de téléphone mobile, de téléphone fixe et l'adresse postale tant que ces demandes sont légitimes et accompagnées d'un consentement de l'internaute.

1000mercis regroupe les différents types d'e-mail en trois catégories : les newsletters récurrentes, les e-mails tactiques pour les opérations calendaires (Noël, Nouvel an, Saint Valentin, ...) et spécifiques (offres promotionnelles, lancement de nouveaux services, ...) et les e-mails automatiques. Ces derniers sont envoyés pour des opérations relationnelles (anniversaire, fête, ...) et des relances automatiques en fonction de profils comportementaux (relance des inactifs, relance sur individus qui cliquent sur une

newsletter, ...). C'est cette dernière catégorie, appelée « *trigger marketing* »⁹, qui constitue un des leviers de marketing interactif les plus puissants.

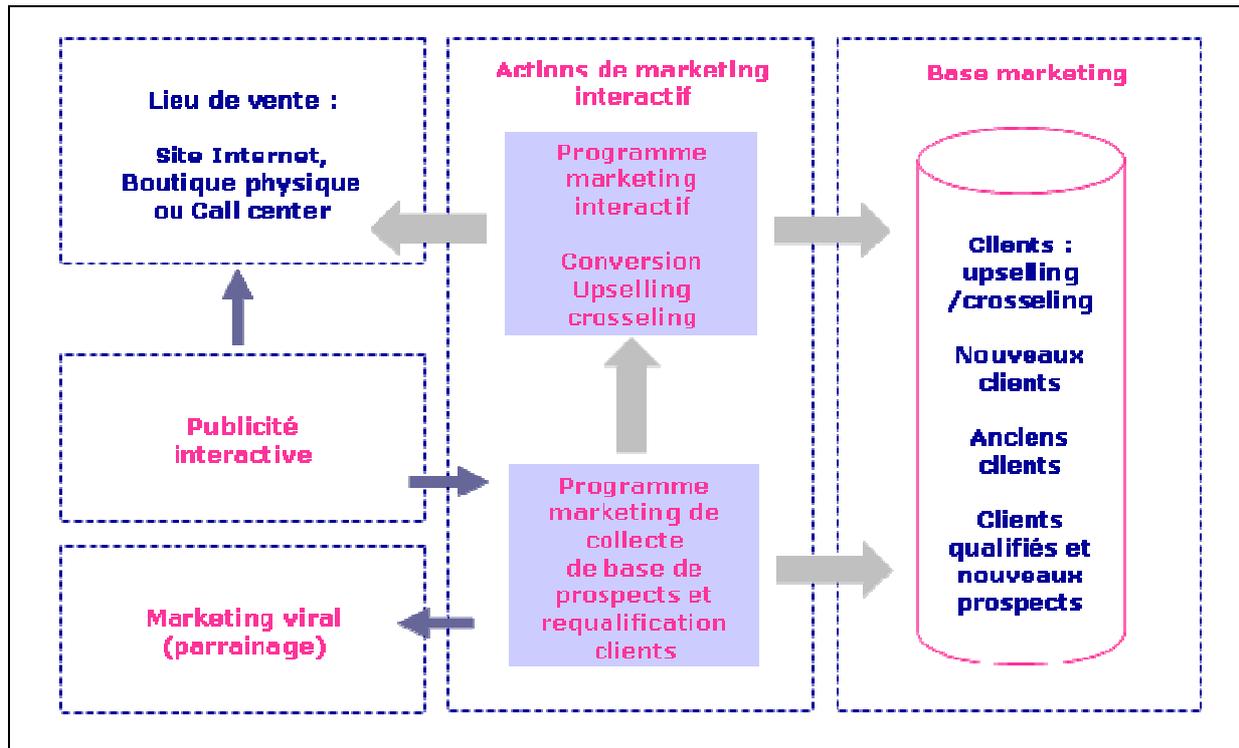
Deux principes importants conduisent toutes les actions présentées ci-dessus : la mise en place d'un cercle vertueux et l'apprentissage. Le cercle vertueux du marketing interactif consiste, lors de chaque utilisation de la base de données à collecter des données pertinentes qui sont à leur tour exploitées pour améliorer le retour sur investissement des annonceurs. Sans cesse enrichie, la qualité de la matière première s'améliore ainsi en permanence. Par conséquent, la performance des actions marketing augmente également. Le marketing interactif est né en France il y a moins de 10 ans. Aussi, la courbe d'apprentissage en est encore à ses débuts et il est nécessaire d'être sans cesse dans une démarche de construction de connaissance. Dans cette optique, 1000mercis utilise ses sites (Millemercis.com, Millemercismariage.com et anniversairedemariage.com) comme des laboratoires afin de mesurer sans cesse l'efficacité de nouvelles actions marketing. En outre, de nombreux tests sont réalisés afin de parfaire la maîtrise des spécificités du marketing interactif par secteur d'activité et par client. Les analyses réalisées visent à mesurer l'impact de l'action marketing en termes de chiffre d'affaires et de marge générée.

6.1.3 Une croissance forte du chiffre d'affaires sur chacune des deux activités tirée par des effets de synergie

Les effets de synergie sont nombreux entre la publicité et le marketing interactifs. En premier lieu, ces deux activités permettent à 1000mercis d'accompagner les annonceurs aussi bien en phase de conquête pure de nouveaux clients qu'en phase mixte de conquête de clients, de fidélisation des clients existants et de reconquête des anciens clients. D'autre part, les savoir-faire utilisés en termes de bases de données pour chacune de ces deux activités sont identiques. En effet, les techniques de nettoyage et de gestion de bases de données sont similaires ainsi que les techniques de datamining utilisées. Entre les deux métiers, les effets d'expérience sont ainsi cumulatifs et 1000mercis peut amortir ses investissements en recherche et développement sur ces deux activités. Enfin, lorsque les annonceurs doivent générer des visites d'internautes sur leurs opérations marketing, le Programme Elisa est alors une solution efficace pour répondre à ce besoin.

⁹ En anglais, « trigger » signifie « gâchette » ou « déclencheur ». Le trigger marketing consiste donc à déclencher des actions marketing de manière automatique en fonction d'événements définis préalablement.

Les synergies entre la publicité et le marketing interactifs



Source : Société, novembre 2005

Le schéma ci-dessus illustre les synergies entre la publicité interactive et le marketing interactif. La Société intervient à toutes les étapes du processus en amont et en aval du lieu de vente.

6.2 Les avantages concurrentiels de 1000mercis

Présent sur le marché depuis près de six ans, 1000mercis bénéficie aujourd'hui de sept principaux avantages concurrentiels :

6.2.1 Elisa : une audience disponible de 6 millions d'individus qualifiés

Le nombre d'individus déjà présents dans la base de données Elisa constitue un avantage concurrentiel très significatif pour la Société. En effet, pour les annonceurs qui souhaitent louer des adresses, le fait que 1000mercis dispose aujourd'hui de la base interactive la plus importante sur le marché leur garantit des potentiels très importants sur la plupart des cibles recherchées. Cette taille leur garantit également la possibilité de généraliser leurs campagnes auprès d'une population très importante.

Au-delà de la taille de la base, six principaux éléments contribuent à faire du Programme Elisa un produit unique sur le marché :

- Le principe de la mutualisation de bases de données issues de partenaires variés et complémentaires permet à la base Elisa de couvrir les principaux secteurs d'activité présents sur Internet : assurance, voyage/tourisme, achat vente entre particuliers, opérateurs de télécommunication, services Internet et fournisseurs d'accès. Cette variété d'origines confère à la base Elisa une grande représentativité de la population des internautes français et une richesse de critères de sélection inégalée. Ceci lui

permet de disposer des principales cibles recherchées par les annonceurs (exemples : les seniors, les jeunes parents, les femmes célibataires...).

- L'intégration de l'ensemble des individus sous une marque unique Elisa permet au Programme de disposer d'une taille critique et de s'imposer comme une référence pour les consommateurs.
- D'un point de vue technique, la mutualisation des bases partenaires au sein d'Elisa permet de concentrer les ressources informatiques, humaines et techniques sur une base unique plutôt que de les disperser sur de multiples bases, ce qui est le cas des brokers¹⁰ et des multi propriétaires de bases.
- L'intégration des bases au sein d'un programme unique permet au Programme Elisa de communiquer directement auprès de ses membres avec une marque unique clairement identifiée sans perturber le cycle de communication normal de fidélisation de chacune des bases partenaires. Ceci confère également au Programme une capacité unique sur le marché de requalifier ses membres de manière directe, récurrente et personnalisée au moyen de toutes les techniques de collecte maîtrisées par la Société : questionnaires, jeux, sondages, enquêtes sous la marque Elisa ou en partenariat avec des institutions telles que des laboratoires de recherche.
- La base de données Elisa s'appuie ensuite sur une vision de la donnée consommateur en flux et non en stock. Les équipes techniques de 1000mercis ont ainsi mis en place avec chaque partenaire des flux de données qui assurent une mise à jour fréquente des données et un rafraîchissement ainsi qu'une très forte réactivité de la base.
- Enfin, le volume et la profondeur de la base auraient moins de valeur pour les annonceurs sans l'expertise statistique développée depuis plus de 5 ans par 1000mercis. Ce savoir-faire permet de maximiser l'efficacité de chaque campagne quel que soit l'annonceur, tout en réduisant l'attrition¹¹ de la base par une gestion optimisée des rythmes individuels de sollicitation. Au-delà de la taille, la capacité avérée de 1000mercis à détecter pour chaque campagne les profils les plus susceptibles de réagir positivement à une sollicitation publicitaire est un des avantages concurrentiels majeurs de la société.

6.2.2 Des partenaires fidèles et de grande renommée

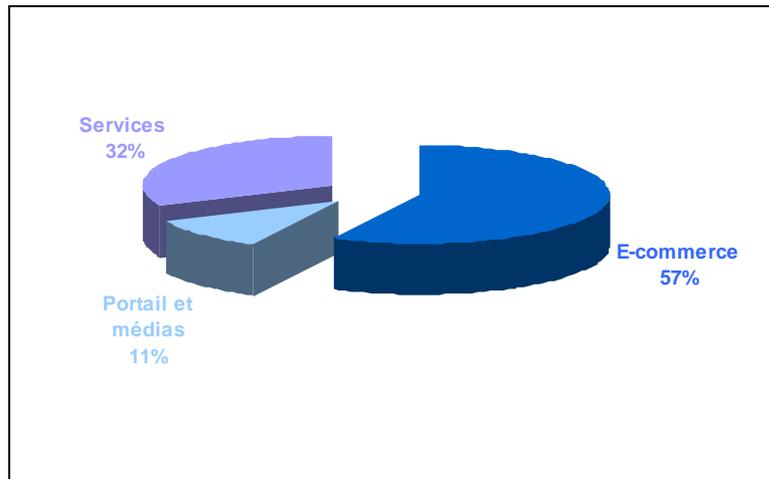
1000mercis a conclu des contrats de partenariat avec plusieurs grands comptes dans le cadre du programme Elisa. Aux termes de ces contrats, chaque partenaire confie à 1000mercis les coordonnées des personnes de sa base de données dont il a reçu le consentement à recevoir des emails publicitaires afin que 1000mercis valorise ces adresses en les intégrant la base Elisa. Chaque mois, 1000mercis commercialise les adresses de la base Elisa et rétrocède à chaque partenaire une commission sur les revenus générés par l'utilisation de ses adresses.

Parmi les partenaires et les clients de 1000mercis figurent aujourd'hui plusieurs très grands comptes qui sont une référence pour le reste de l'industrie. De nombreux exemples comme le domaine du tourisme en ligne, dans lequel le partenariat avec Expedia est largement illustratif, ainsi que le secteur de la vente de produits technologiques sur Internet avec la présence de Rue du Commerce, de Pixmania et de Priceminister peuvent être cités.

10 Brokers : sont appelés brokers les individus ou les sociétés agissant comme intermédiaires entre les annonceurs et les sociétés disposant d'une audience au sein d'une base de données.

11 Attrition : l'attrition signifie la diminution de la taille d'une base de données. Cette diminution peut être due aux éventuelles désinscriptions faisant suites à l'envoi d'un message.

Ventilation des adresses de la base Elisa par secteur



Source : Société, octobre 2005

Majoritairement constituée d'individus venant de sites d'e-commerce (57%) la base Elisa comprend également des individus venant de portails et de services Internet. Concernant le Programme Elisa, le nombre d'adresses déjà présentes, la réputation des partenaires existants et du Programme, et le flux d'affaires permanent qu'il génère sont des éléments cruciaux dans la décision des propriétaires de bases d'intégrer ce Programme. Le Programme Elisa présente des économies d'échelles importantes. En effet, à mesure que la base s'agrandit, les résultats des campagnes s'améliorent, et le flux d'affaires généré s'accroît. L'intérêt pour les nouvelles bases d'intégrer le Programme s'en trouve donc encore renforcé.

6.2.3 Une marque reconnue pour son expérience et son savoir-faire

Sur le marché français, le savoir-faire de 1000mercis est aujourd'hui largement reconnu sur ses deux spécialités que sont la publicité interactive et le marketing interactif.

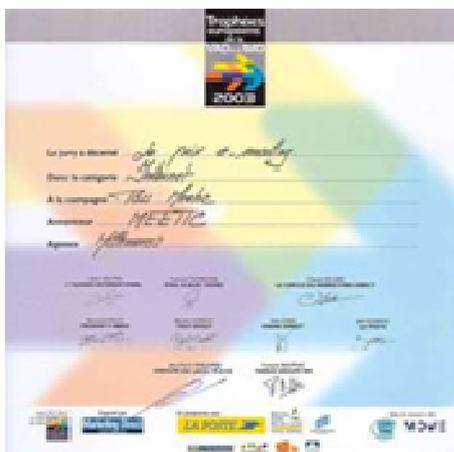
Peu à peu, la marque de 1000mercis s'est établie sur le marché pour être aujourd'hui liée aux valeurs de rigueur et d'expertise d'une part, de réactivité et d'efficacité d'autre part. Au-delà du Clic d'Or reçu en 2005, de nombreuses récompenses attestent de la reconnaissance de 1000mercis par le marché et par ses pairs.



Grand prix de l'e-mail marketing 2001 décerné à 1000mercis par Web Marketing Europe et ABC Net Marketing



Vainqueur du Message d'Or 2002 du e-message BtoC dans le cadre du Grand Prix du Message Ecrit organisé par le magazine Marketing Direct



Prix e-mailing 2003 des Trophées européens de la Vente à Distance. Campagne « Pass » réalisée pour Meetic



Trophée de bronze 2005 dans la catégorie « Marketing relationnel » décerné par Marketing Magazine Opération Expedia « Le voyage de vos rêves »

Plusieurs facteurs ont contribué à façonner cette image qui représente aujourd'hui un avantage concurrentiel significatif sur le marché : la passion des fondateurs pour le marketing interactif sur bases de données et leur expérience accumulée depuis 1997 sur ce marché, la constitution d'une équipe pluridisciplinaire aux compétences reconnues, l'ancrage au fil des années de la Société sur ce marché naissant, l'implication de la Société dans la structuration du marché national et européen grâce à sa présence très active dans les instances représentatives de la profession.

Cette expérience accumulée et le bouche à oreille particulièrement positif sur le marché ont ainsi contribué à faire de la marque 1000mercis un gage de sérieux et un élément rassurant quand il s'agit pour un annonceur de confier ou de collecter une base de données.

6.2.4 Une entreprise innovante grâce à ses programmes de Recherche et Développement

Avant de créer la Société, ses fondateurs avaient pour activité la recherche dans le domaine du marketing interactif sur bases de données. La création de 1000mercis est

née de leur envie commune de constituer le pôle d'expertise leader dans le domaine de la publicité et du marketing interactif. Les bases de données étant au cœur de ce savoir-faire, c'est sur ce socle que l'expertise de 1000mercis s'est constituée au fil des années grâce à différents processus :

- Un objectif permanent de mesure des résultats selon les méthodologies strictes issues des normes académiques
- Une politique active de recherche sur des thèmes stratégiques menée en partenariat avec différents laboratoires de recherche (HEC, Université Paris IX Dauphine...)
- Un lien étroit avec de nombreux acteurs du monde académique et de la recherche en marketing
- Une politique de recrutement de profils très pointus dans les disciplines clés : marketing quantitatif, statistiques et développement en bases de données
- La mise en place d'une organisation interne par projet, tournée vers l'acquisition de nouvelles connaissances, la consolidation des savoir-faire établis et leur transmission aux nouveaux collaborateurs
- Une volonté d'allier connaissance théorique et pragmatisme

6.2.5 Un savoir-faire technologique en constante évolution

La Société a constitué une équipe technique stable et compétente qui a su faire face aux enjeux techniques complexes auxquels elle a été confrontée dans le cadre de son activité. D'un point de vue technique, 1000mercis bénéficie aujourd'hui de plusieurs avantages concurrentiels :

- Une expérience acquise et reconnue dans la conception, l'hébergement et l'exploitation de bases de données de très fort volume
- Un outil d'envoi d'e-mails développé en interne qui fait partie des plus sophistiqués du marché en permettant, au-delà du volume d'envoi, de gérer des niveaux de personnalisation inégalés sur le marché (fonctionnalité de routage dynamique et de personnalisation intégrale)
- Une expérience considérable dans la collecte et le stockage de données destinées à l'analyse statistique du comportement individuel sur les médias interactifs et l'intégration de fonctionnalités d'analyse statistique dans les modules de gestion de bases de données développés en interne
- Une organisation par projets permettant de développer en parallèle de nombreuses opérations de collecte de données pour des clients et des pays différents en maintenant une intégration très forte avec les fonctions marketing, graphiques et statistiques
- Une base de connaissances et d'outils développés en interne alimentés au fil des opérations par l'équipe de développement qui permet l'amélioration progressive de la productivité
- L'expérience et la capacité croissante à travailler pour des opérations internationales multilingues de très grande envergure.

Pour répondre à ces défis technologiques, la Société s'est appuyée sur l'expérience de son équipe technique. La Société envisage de renforcer encore ses investissements technologiques dans les mois et les années qui viennent.

6.2.6 Une rentabilité établie associée à des revenus récurrents et en forte croissance

A l'équilibre financier dès son troisième exercice, la Société a démontré depuis ses débuts sa capacité à croître de manière très rapide. Le chiffre d'affaires a été multiplié par plus de 4 en 2 ans tout en contrôlant la croissance de ses effectifs puisque l'effectif moyen a, quant à lui, doublé sur la même période.

Outre sa croissance rapide, le modèle économique de 1000mercis se caractérise par une très forte rentabilité due aux effets de leviers que permet Internet sur chacune des deux activités de la Société : la publicité interactive et le marketing interactif.

Le développement du marketing interactif a en outre permis d'améliorer la récurrence des revenus de la Société. Grâce à la mise en place de contrats de 12 ou 18 mois, la Société a ainsi considérablement développé la visibilité de ses revenus futurs. Cette tendance devrait continuer dans l'avenir permettant d'ajouter à la croissance et à la rentabilité du modèle économique de la Société une grande récurrence de ses revenus.

6.2.7 Une équipe expérimentée qui sait piloter une forte croissance

La croissance très rapide de la Société depuis sa création a toujours été maîtrisée. La Société considère aujourd'hui que la capacité de ses équipes à anticiper et gérer la croissance de chacune de ses activités constitue un avantage concurrentiel important.

Plusieurs facteurs contribuent à faciliter la gestion de cette croissance :

- L'anticipation des évolutions grâce à la participation active des équipes de la Société aux organisations professionnelles dont elle est membre : IAB (Interactive Advertising Bureau), EBG (Electronic Business Group), SNCD (Syndicat National de la Communication Directe), FEVAD (Fédération des Entreprises de Vente à Distance), Cercle du marketing direct, Silicon Sentier et Signal SPAM
- La constitution d'équipes par pôles de compétences, dirigées par des responsables expérimentés impliqués dans la répartition des tâches, l'évolution des processus internes à l'équipe, l'anticipation des besoins, la formation et le recrutement
- La mise en place progressive de processus de gestion permettant le suivi et le pilotage des activités lorsqu'elles passent en phase d'industrialisation
- La remise en question régulière des processus de gestion utilisés en regard de la croissance des activités
- Le suivi régulier et la priorité accordée aux chantiers transversaux permettant de structurer la Société pour mieux absorber la croissance à venir
- La mise en place d'entretiens individuels deux fois par an avec les salariés afin de suivre précisément les conséquences de la croissance des activités sur leur activité quotidienne et faire ainsi évoluer l'organisation de manière pertinente.

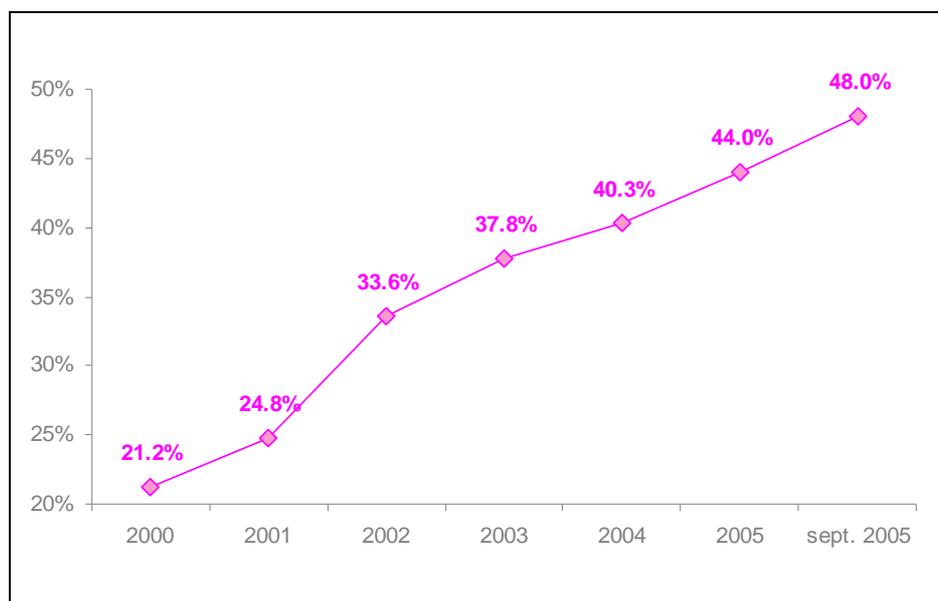
6.3 Le marché de la publicité et du marketing interactif : un marché neuf et en croissance alimenté par un cercle vertueux

Le marché sur lequel opère 1000mercis est segmenté en deux subdivisions, celui de la publicité interactive, qui consiste pour les annonceurs à acquérir de nouveaux clients, et celui du marketing interactif qui vise à les fidéliser, à augmenter les paniers moyens et de manière générale à maximiser la valeur client. Ce marché se place dans le secteur plus général des médias interactifs et bénéficie de sa forte croissance. De plus, si chacun des marchés est en croissance, ils créent par leurs synergies un cercle vertueux qui accélère encore le phénomène.

6.3.1 Le développement des médias interactifs : un phénomène au cœur de notre société

Le marché de la publicité et du marketing interactif est tiré par les usages des consommateurs. La France compte désormais 25 millions d'internautes, soit 48% de la population âgée de plus de 11 ans (source : Ipsos, octobre 2005) et 51% de la population âgée de plus de 18 ans (source : TNS Sofres, juillet 2005). La durée moyenne de connexion est de 20 heures par mois. 72% des internautes se connectent au moins une fois par jour et 50% se connectent plusieurs fois par jour (source : Ipsos, octobre 2005). Les consommateurs sont donc largement présents sur Internet et les annonceurs y voient un nouveau lieu de conquête et de fidélisation.

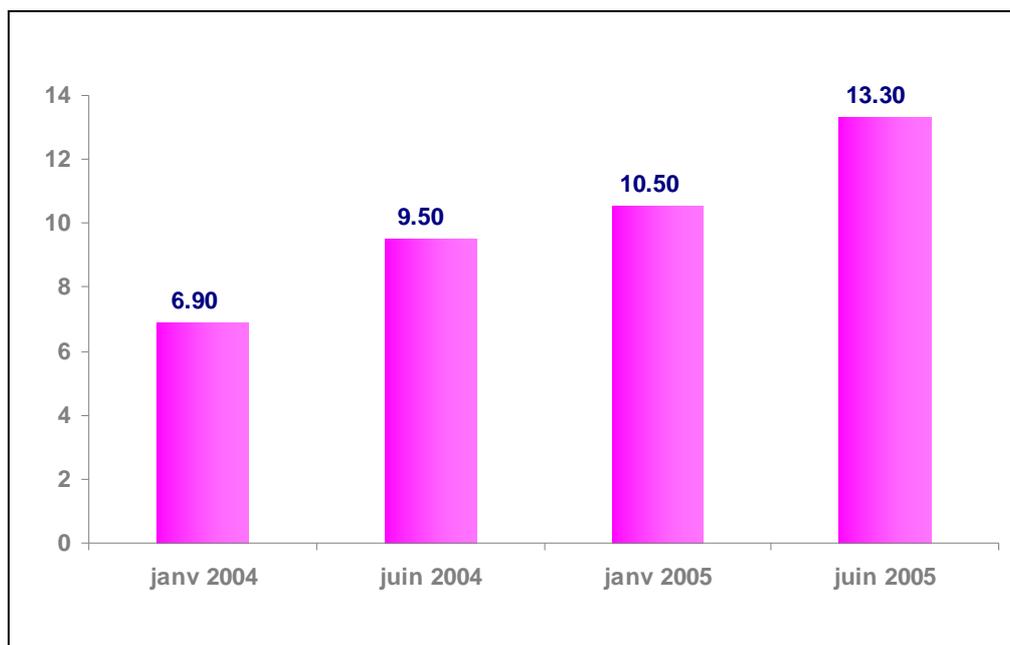
Taux de pénétration d'Internet (part des Français âgés de 11 ans et plus qui se connectent au moins une fois par mois)



Source : Ipsos, octobre 2005

La croissance du taux de pénétration a été favorisée par un double phénomène de baisse des prix. En premier lieu, la baisse des prix du matériel informatique qui a permis à de nombreux foyers de s'équiper. En second lieu, la concurrence accrue, qui a résulté de la libéralisation du secteur des télécommunications, a eu un fort impact sur les prix des accès Internet. Cette baisse des prix des accès haut débit explique en partie la très forte accélération du nombre d'internautes français accédant à Internet en haut débit qui a plus que doublé en 18 mois (source : Médiamétrie, *L'observatoire des usages Internet*, juillet 2005).

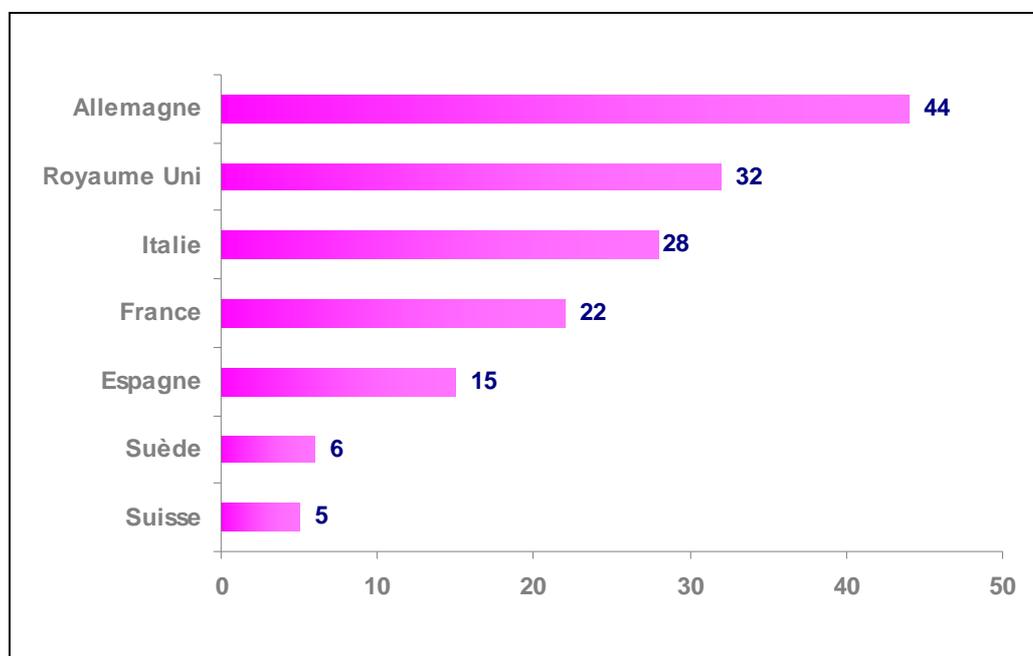
Nombre d'internautes français accédant au haut débit (en millions)



Source : Médiamétrie, L'observatoire des usages Internet, juillet 2005

Le phénomène constaté en France est largement répandu dans les autres pays européens. Aujourd'hui, l'Europe compte 150 millions d'internautes de 18 ans et plus.

Nombre d'internautes en Europe (en millions)



Source : Nielsen / Netratings Global Internet Trends, Q1 2005

La croissance du téléphone mobile, autre média interactif, est également très rapide. Avec une pénétration de 76,7% en France en septembre 2005 (source : ARCEP, octobre 2005), ce terminal est un outil de contact interactif puissant entre les consommateurs et les marques. Avec l'arrivée de la 3G, « l'Internet mobile n'est plus un doux rêve » comme le titrait le Journal du Net (www.journaldunet.com). La convergence de ces deux

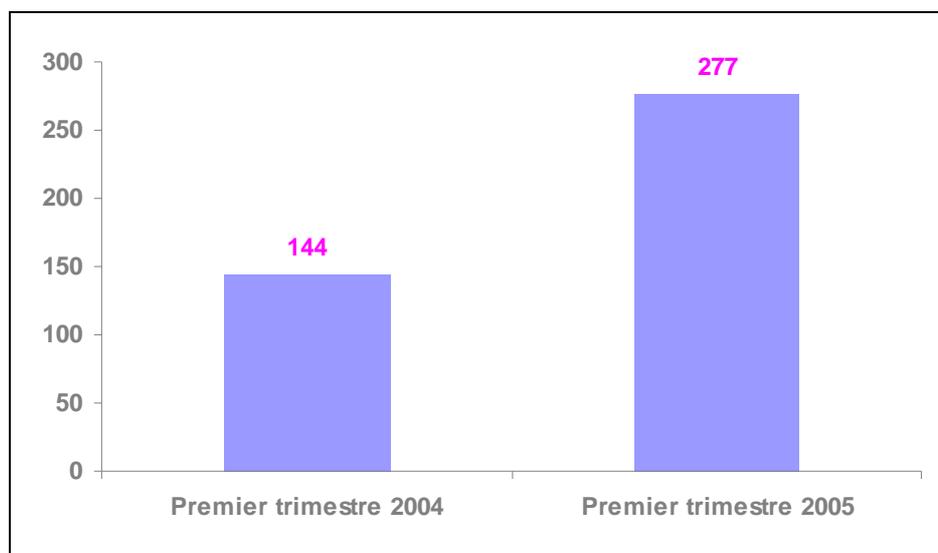
terminaux renforce encore les perspectives de croissance du marché sur lequel intervient 1000mercis.

6.3.2 La publicité interactive : nouveau levier efficace pour les annonceurs

Désormais, les annonceurs sont conscients du fait que leurs consommateurs sont connectés sur Internet et de manière générale équipés en terminaux interactifs. Ils peuvent donc utiliser ces médias comme vecteurs d'acquisition et de fidélisation. À mesure qu'Internet prend de plus en plus d'importance dans la vie des consommateurs, les investissements publicitaires en ligne augmentent dans les budgets des annonceurs. De ce fait, le montant des investissements publicitaires sur Internet a atteint 844 M€ en France en 2004, ce qui représente 4,9% des investissements plurimédia, et une progression de +78% par rapport à 2003 (source : Secodip / IAB, *Le marché publicitaire Internet*, avril 2005).

1 228 annonceurs ont communiqué sur Internet en 2004, soit 177 annonceurs de plus que l'année précédente (source : Secodip / IAB, *Le marché publicitaire Internet*, avril 2005). Arrivent en tête des secteurs les voyagistes ensuite les services Internet puis l'automobile. L'investissement publicitaire sur Internet poursuit donc une formidable croissance, tant par rapport aux investissements antérieurs sur ce média que par rapport aux autres médias. Et cette croissance ne faiblit pas puisqu'elle a été de 91,7% entre le premier trimestre 2004 et le premier trimestre 2005.

La croissance du marché publicitaire sur Internet en France (M€)



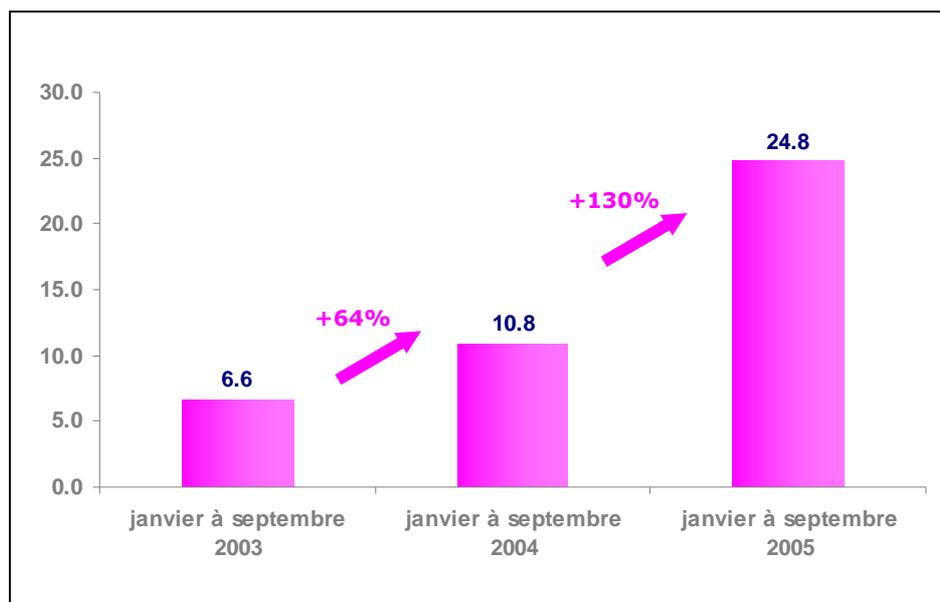
Source : Secodip / IAB, *Le marché publicitaire Internet*, avril 2005

La croissance du marché publicitaire interactif est constatée par les analystes dans toute l'Europe aussi bien sur Internet que sur les autres médias interactifs. Cette croissance est soutenue par deux phénomènes : l'augmentation du nombre de consommateurs utilisant ces médias et l'efficacité de l'utilisation des médias interactifs pour les annonceurs. En effet, l'étude NetImpact2 menée par l'IAB et Ipsos ASI montre que dans huit cas sur dix, Internet améliore l'image des marques et dans sept cas sur dix, Internet fait progresser l'intention de prescription des marques.

Au sein de la publicité interactive, l'e-mailing de recrutement connaît également une très forte croissance. Depuis 2003, TNS Media Intelligence et le Syndicat National de la Communication Directe (SNCD) ont mis en place un baromètre de veille sur l'e-mailing de recrutement. Ce baromètre repose sur un déclaratif trimestriel des douze acteurs

principaux de ce marché, membres du SNCD : Adress Company, Buongiorno, Claritas, CuisineAZ, DPV, Hi Media, Ibase, Infomédiation-Edengo, Koodpo, Maximiles, 1000mercis et Wanadoo Data. De janvier à septembre 2005, l'e-mailing de recrutement représente 24,8 millions d'euros, soit une progression de +130% par rapport à la même période en 2004 et 114 millions de mails envoyés, soit une progression de +89%. Le coût moyen par e-mail à la location a augmenté de 0,17 €HT brut par e-mail en 2004 à 0,21€HT brut par e-mail en 2005. Les trois premiers trimestres de 2005 ont vu 344 annonceurs actifs, pour 482 campagnes produits.

Montants investis en e-mailing en France (M€)



Source : TNS Media Intelligence / SNCD, octobre 2005

L'e-mailing sur base louée constitue donc un outil de plus en plus utilisé par les annonceurs et les marchés plus matures montrent un potentiel de croissance encore très important. En effet, aux Etats-Unis, le marketing direct en ligne continue à progresser et à se diversifier. Internet représente désormais 41% du budget de marketing direct des entreprises américaines, contre 25% seulement en septembre 2004. Ce média pourrait même devenir majoritaire dans les mois à venir, puisque 57% des responsables du secteur interrogés par le magazine américain affirment avoir l'intention d'augmenter leurs investissements online en 2006 (source : 2005 Online Marketing Survey, Direct Magazine, in Le Journal du Net, article du 21/09/2005).

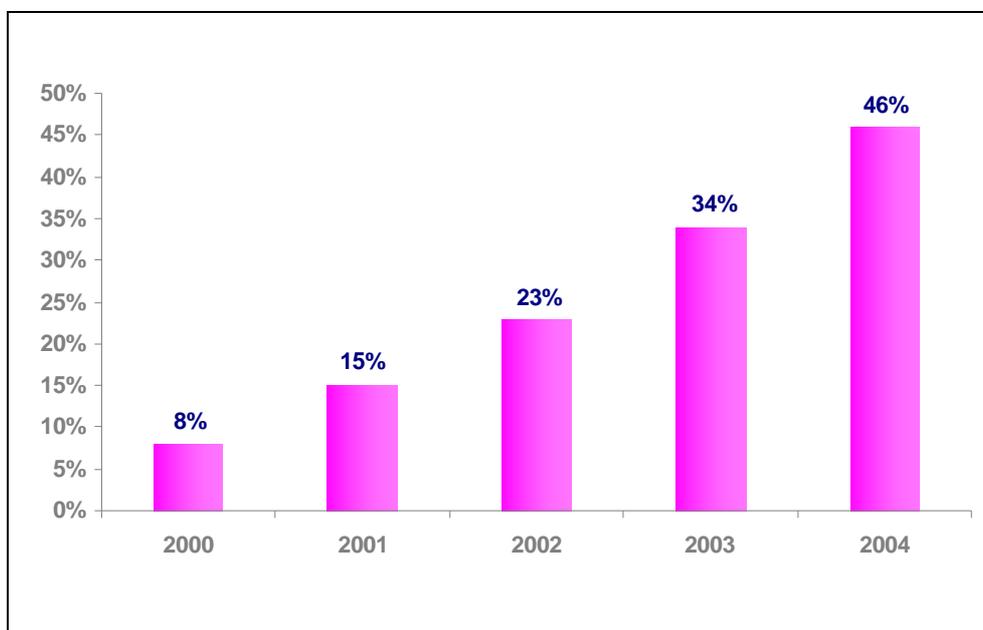
6.3.3 **Le marketing interactif : un secteur tiré par la croissance du marché publicitaire et par l'essor d'Internet dans les processus d'achat des consommateurs**

Le marketing interactif prend le relais de la publicité interactive une fois que les clients ont été acquis par les annonceurs. Logiquement, la voie de communication la plus pertinente vis-à-vis d'un consommateur acquis via la publicité interactive est le marketing interactif. Aussi, la croissance de la publicité interactive tire la croissance du marketing interactif. De plus, ce dernier est un outil puissant et économique par rapport aux outils marketing traditionnellement disponibles.

A ce premier phénomène s'ajoute le fait que de plus en plus de consommateurs utilisent les médias interactifs dans leur processus d'achat. Que ce soit pour prendre des informations ou acheter directement via Internet. Aujourd'hui, 42% des internautes effectuent leurs achats à partir d'informations recueillies sur Internet (source : Ipsos-Enquête profiling 2004) et 1 français sur 4 de plus de 18 ans achète en ligne (source :

baromètre TNS Sofres / FEVAD, avril 2005). L'importance d'Internet augmente donc considérablement, aussi bien pour le commerce traditionnel que pour le commerce à distance.

Part du e-commerce dans le chiffre d'affaires total vente à distance (en valeur)



Source : FEVAD - Chiffres clés vente à distance e-commerce – édition 2005

Ce cercle vertueux autoalimente la croissance aussi bien de la publicité que du marketing interactifs. En effet, le marketing permet de développer la valeur client des consommateurs acquis grâce à la publicité interactive. Aussi, les annonceurs, qui peuvent sur Internet mesurer l'efficacité de leurs actions, sont de plus en plus enclins à favoriser la publicité sur Internet lors de leurs arbitrages budgétaires.

6.4 Les clés de la croissance future

6.4.1 Une croissance du marché de la publicité et du marketing interactifs inscrite dans le temps grâce à la conjonction de deux phénomènes simultanés

Morgan Stanley estime dans son rapport au sous titre évocateur : « *Internet impact just starting* » que le marché de la publicité en ligne aux Etats-Unis a un potentiel de croissance situé entre 400% et 1000%. En Europe, la croissance du marché de la publicité et du marketing interactif semble soutenue par les deux mêmes phénomènes. Le premier phénomène vient de l'âge des utilisateurs d'Internet. Les individus âgés de moins de 50 ans sont sur-représentés dans la population des internautes. Cela est particulièrement flagrant pour les individus âgés de moins de 25 ans : Internet est même en passe de dépasser la radio et la télévision chez les jeunes (source : Lettre d'information de la FEVAD, septembre 2005 – n°340). Les consommateurs de demain seront donc mécaniquement de plus en plus utilisateurs des médias interactifs.

Répartition par âge de la population des internautes français

Age	% des internautes	% de la population française	Indice par rapport à la population française *
11-25	12,70%	7,20%	176
16-24	23,30%	13,30%	175
25-34	19,30%	15,10%	128
35-49	25,70%	24,70%	104
50-64	15,30%	20,60%	74
65+	3,80%	19,10%	20

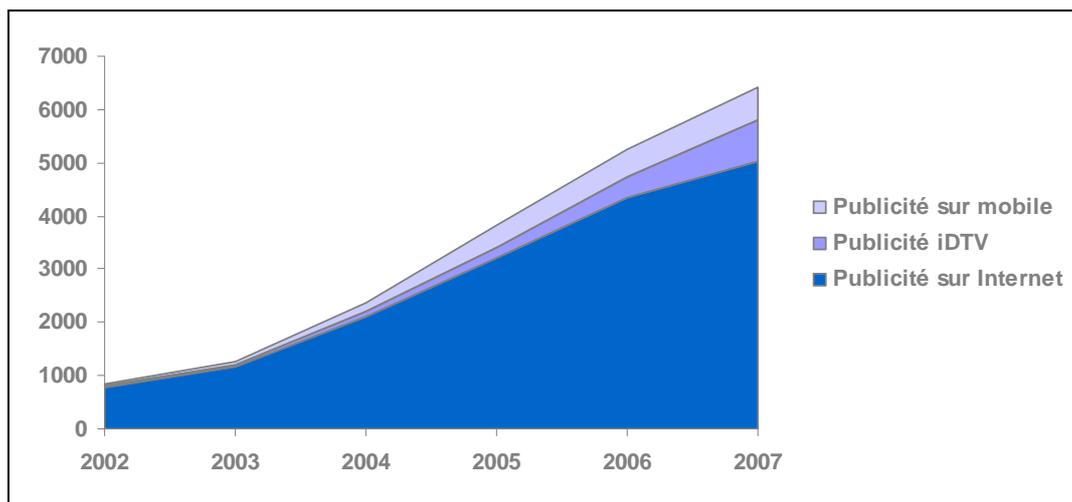
* Base 100 : répartition identique de la population internaute française et de la population française. indice construit en base 100, celle-ci indiquant la fréquence moyenne d'utilisation d'Internet sur l'ensemble de la population française. Un indice supérieur à 100 caractérise une utilisation d'Internet supérieure à la moyenne de la population française, et un indice inférieur à 100 caractérise une utilisation d'Internet inférieure à la moyenne de la population française.

Source : Médiamétrie, Etude sur le profil des internautes en France, avril 2005

Le second phénomène vient de la part des dépenses en regard de la maturité des secteurs annonceurs. En 2004, 70,2% des investissements publicitaires sur Internet provenaient seulement de 6 secteurs, ce qui démontre notamment que le marché publicitaire sur Internet est susceptible de poursuivre sa croissance à un rythme soutenu car de nombreux secteurs investissent encore très peu.

Les analystes prévoient donc une croissance soutenue du marché de la publicité interactive aux Etats-Unis et en Europe. Le marché du marketing étant mécaniquement relié au marché de la publicité interactive, la croissance devrait donc être également importante sur ce segment.

La croissance de la publicité interactive en Europe



Source : Forrester Research Inc., Q1 2005

6.4.2 Une augmentation du parc clients tirée par la croissance du nombre de secteurs annonceurs

Si l'on s'intéresse aux investissements médias par secteur économique, on note une importante disparité entre les secteurs. En 2004, Internet représente 13,5% des

investissements publicitaires du secteur des télécommunications, 13,9% de ceux du secteur informatique et 19,6% de ceux du secteur Voyages/tourisme (source : TNS Media Intelligence / Secodip / IAB, *Le marché publicitaire Internet*, avril 2005). Au contraire, des secteurs tels que l'alimentation, la beauté ou la publicité financière dépensent moins de 2% de leurs investissements média sur Internet (source : TNS Media Intelligence/ Secodip / IAB, *Le marché publicitaire Internet*, avril 2005). Ces secteurs, moins matures dans l'utilisation des médias interactifs, vont mécaniquement initier un rattrapage et donc augmenter la part des dépenses allouées.

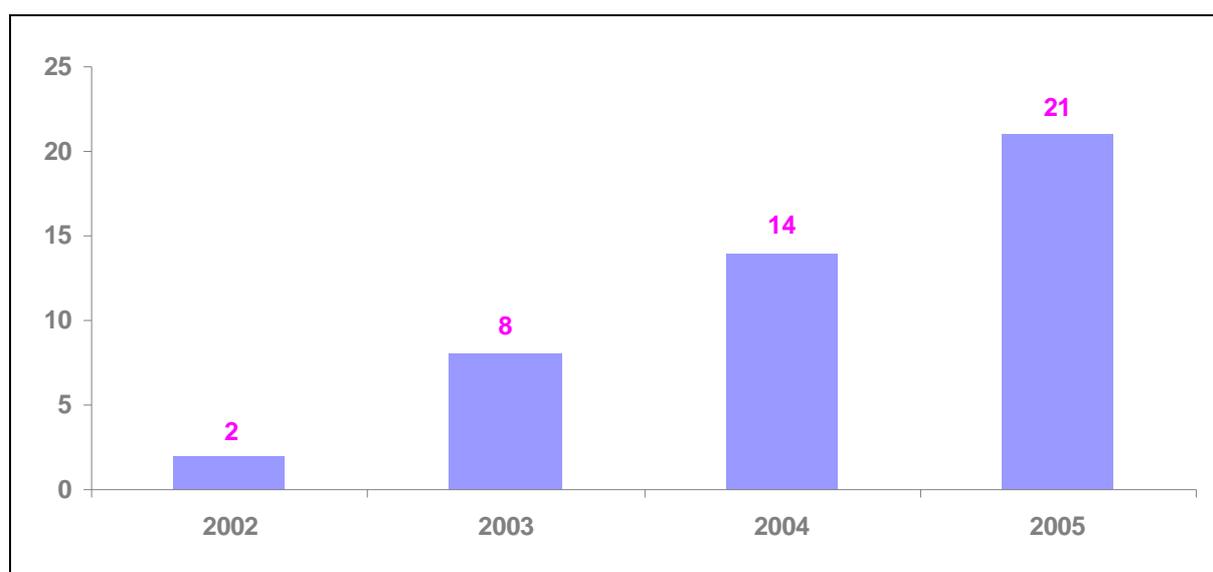
Pour ce qui est de 1000mercis, la diversification des secteurs dans lesquels la Société trouve ses clients est un phénomène enclenché depuis 2004 qui semble devoir durer. En effet, que ce soit dans le domaine de la publicité ou du marketing interactifs, 1000mercis opère aujourd'hui aussi bien pour des secteurs matures tels que le voyage (Expedia, Anyway...), les télécommunications (Cegetel, SFR, Orange ...) et les fournisseurs d'accès (Noos, Club-Internet, AOL...) que pour de nouveaux secteurs tels que l'alimentaire (Nespresso, Bonduelle...), ou les services bancaires et financiers (BNP Paribas, Cofidis...). Le savoir-faire et l'expérience acquise par 1000mercis lui permettent de proposer rapidement aux nouveaux annonceurs une offre claire et efficace sur la base de processus industrialisés.

6.4.3 Une politique partenariale qui assure une forte croissance de la base Elisa

La croissance de la base de données provient d'un double phénomène : la croissance de chacune des bases partenaires et l'augmentation du nombre de partenaires. En effet, l'activité de chacun des partenaires déjà présents au sein de la base Elisa leur permet d'augmenter en permanence la taille de leur base. Les rythmes de croissance varient d'un partenaire à l'autre, mais la tendance est sans exception positive.

Depuis le lancement du Programme Elisa, aucun partenaire n'a quitté le programme. Au-delà de cette fidélité, l'enjeu de 1000mercis réside dans la signature de nouveaux accords de partenariats. Les tendances présentées dans le graphique ci-dessous montrent la capacité croissante de 1000mercis à attirer de nouveaux partenaires.

Nombre de partenaires présents dans le Programme Elisa



Source : Société, novembre 2005

Au-delà de la croissance de l'audience du Programme Elisa, la politique de requalification visant à collecter sans cesse de nouveaux critères pertinents pour les annonceurs est également une clef de croissance future identifiée et au centre des priorités de 1000mercis.

6.4.4 Position concurrentielle au niveau national

La croissance très rapide de 1000mercis, de l'ordre de 100% par an sur le chiffre d'affaires des trois derniers exercices, en fait un acteur majeur et reconnu. A cette date, aucun classement des sociétés présentes sur le marché sur lequel opère 1000mercis n'est disponible. La seule variable mesurable qui, là encore, n'est confirmée par aucun organisme d'étude à date, est la taille de l'audience disponible dans la base Elisa. Sur ce point, la connaissance des chiffres dont la Société a pu avoir connaissance dans la presse spécialisée lui fait penser que le Programme Elisa est leader sur le marché Français en regard de la taille de sa base mutualisée.

Les acteurs présents sur le marché de la publicité interactive ont des positionnements divers : les sociétés monétisant l'audience de leur site tels que Aufeminin, les sociétés monétisant exclusivement l'audience de sites tiers tels que Hi media et les acteurs monétisant à la fois des audiences propres et des audiences de tiers au travers d'activités de broking tel que Acxiom. Dans l'analyse de l'environnement concurrentiel, la Société estime qu'il est pertinent de retenir deux axes : la maîtrise de l'audience et la diversité de l'audience. La maîtrise de l'audience consiste à analyser dans quelle mesure chacun des acteurs représentés peut impacter la qualité et le volume de l'audience qu'il monétise. La diversité de l'audience vise, quant à elle, à analyser dans quelle mesure chacun des acteurs peut adresser une population assez large pour couvrir la totalité des besoins des annonceurs.

Pour ce qui est du marché du marketing interactif, là encore les acteurs présents, tels que Business Interactif ou Aquantive, ont des stratégies et des positionnements très variés. Dans l'analyse de l'environnement concurrentiel, la Société estime qu'il est pertinent de retenir deux axes : la spécialisation sur les médias interactifs et la maîtrise des bases de données. La spécialisation sur les médias interactifs consiste à analyser dans quelle mesure chacun des acteurs représentés focalise son savoir-faire sur les médias interactifs. La maîtrise des bases de données vise, quant à elle, à analyser dans quelle mesure les bases de données sont au cœur du savoir-faire de chacun des acteurs.

6.4.5 Développer de nouveaux services et diversifier les leviers de rentabilité et de croissance

A ce jour, 1000mercis retient trois axes principaux visant à développer de nouveaux services et diversifier les leviers de rentabilité et de croissance.

Le premier consiste à lancer le Programme « Elisa Pro ». Ce Programme vise à adresser la clientèle des annonceurs opérant dans le domaine du Business to Business¹². Ils souhaitent donc, grâce aux médias interactifs, toucher des entreprises susceptibles d'acheter leurs produits ou services. 1000mercis compte développer ce nouveau service de publicité interactive à l'aide de deux leviers : la requalification de l'audience existante au sein d'Elisa dans sa dimension professionnelle et l'entrée de nouveaux partenaires ayant des audiences Business to Business au sein du Programme.

Le deuxième consiste pour 1000mercis à augmenter son offre d'études dans le domaine du marketing interactif ; en effet, si 1000mercis réalise de très nombreuses études pour le compte de ses clients, cette prestation n'est pas aujourd'hui commercialisée avec une

¹² Business to Business : les annonceurs opérant dans le domaine du Business to Business s'adressent à des entreprises et non à des particuliers

offre dédiée. Le marché des études au travers des médias interactifs étant en forte progression, le besoin des annonceurs se faisant de plus en plus prégnant et la légitimité de 1000mercis étant importante sur ce segment de marché, cette diversification semble être un axe de croissance naturel.

Le troisième consiste à lancer de nouveaux sites édités par 1000mercis à l'intention du grand public et de nouvelles versions des sites existants, en particulier Millemercis.com. Les nouveaux sites lancés viseront à alimenter le Programme Elisa et à diversifier le nombre de terrains d'apprentissage pour l'équipe de 1000mercis. L'amélioration des sites actuels visera à augmenter leur efficacité. Enfin, de nouveaux leviers de rentabilité délaissés jusque là pourront être explorés afin d'en analyser les performances au sein du modèle économique de 1000mercis.

6.4.6 Un modèle immédiatement répliquable à l'international

Au-delà de la consolidation de sa position sur le marché français, un des objectifs de 1000mercis est de répliquer cette stratégie à l'international. La stratégie déployée sera la même que celle utilisée sur le marché français : une pénétration du marché par les activités de publicité interactive grâce au Programme Elisa et ensuite, une extension au marketing interactif afin d'aider les annonceurs à fidéliser les clients acquis.

Cette stratégie a déjà été amorcée de deux façons : en lançant le Programme Elisa sur le marché espagnol et en réalisant des opérations de marketing interactif pour le compte de clients français implantés dans plusieurs pays ou pour le compte d'entités de groupes déjà clients de 1000mercis en France.

Le développement du Programme Elisa en Espagne sous le nom « Programa Elisa » a démarré en mars 2005 et s'est fait sur la base de l'audience de sites français implantés en Espagne tels que ViaMichelin ou Meetic. Dans sa stratégie de croissance en Espagne, la prochaine étape est de développer des partenariats locaux afin de faire croître l'audience disponible. La gestion de la base de données et la production des campagnes de publicité interactive seront prises en charge par l'équipe française, la partie commerciale sera gérée par une équipe locale. Une fois le modèle de développement validé sur le marché espagnol, 1000mercis déploiera cette stratégie dans d'autres pays.

Pour ce qui est du marketing interactif, la première opération paneuropéenne a eu lieu en juillet 2005 dans 4 pays : France, Allemagne, Italie et Espagne. Cette opération a été réalisée pour Meetic, leader européen de la rencontre sur Internet. Depuis, plusieurs campagnes ont été réalisées pour des clients ayant leur siège social en France ou des filiales de sociétés pour lesquelles 1000mercis travaille déjà en France. La prochaine étape sera donc, une fois le Programme Elisa implanté dans chacun des pays visés, de développer une clientèle locale sur les activités de marketing interactif.

6.4.7 Opportunités d'acquisitions

La Société va continuer à placer la croissance interne au cœur de sa stratégie. Toutefois, 1000mercis souhaite pouvoir saisir des opportunités de croissance externe qui présenteraient une complémentarité géographique ou sectorielle importante avec son activité et des synergies significatives.

7 ORGANIGRAMME

1000mercis ne fait partie d'aucun groupe et ne détient aucune filiale.

8 PROPRIETES IMMOBILIERES, USINES ET EQUIPEMENT

8.1 Descriptif

Les bureaux de 1000mercis sont installés dans un immeuble sis au 28 rue de Châteaudun à Paris (75009) et représentent une superficie de 493 m². Les locaux sont loués auprès de tiers (qui n'ont aucun lien capitalistique direct ou indirect avec la Société ni avec ses dirigeants) par un bail commercial qui court depuis le 1er août 2005 pour une durée de 9 années entières et consécutives. Le loyer annuel hors charges s'élève à 163 000 €, payable trimestriellement et d'avance.

Comme indiqué au paragraphe 5.2, les activités de 1000mercis nécessitent peu d'investissements hormis des équipements informatiques en matériels et logiciels, ainsi que du mobilier de bureau.

8.2 Questions environnementales

Compte tenu de son activité, 1000mercis n'est pas confrontée pour son exploitation à des contraintes environnementales. La Société porte cependant une attention particulière aux enjeux liés au développement durable par une maîtrise de ses consommations et une participation active au recyclage des déchets.

9 EXAMEN DU RESULTAT ET DE LA SITUATION FINANCIERE

9.1 Chiffres comparés entre le 30 juin 2004 et le 30 juin 2005

En K€	30/06/05	30/06/04	Progression
Chiffre d'affaires	4 103,0	2 097,2	+95,6%
Total Charges d'exploitation	2 511,6	1 446,4	+73,6%
Résultat d'exploitation	1 592,1	659,0	+141,6%
Résultat financier	24,0	9,0	+167,0%
Résultat courant avant impôt	1 616,1	667,9	+142,0%
Résultat net de l'exercice	1 284,6	610,2	+110,5%

La croissance du chiffre d'affaires de 96 % (+2 006 K€) provient de la poursuite du développement de l'activité de publicité interactive (+87 %) et d'une progression plus importante de l'activité de marketing interactif (+130 %).

Si les charges facturées par les partenaires Elisa progressent dans les mêmes proportions que la hausse du chiffre d'affaires (+385 K€ soit +133 %), la progression des autres achats et charges externes (frais de communication et de publicité, frais généraux) est limitée à une hausse de 57 % (+323 K€).

De même, la progression des salaires et charges sociales, liée essentiellement à de nouveaux recrutements, est limitée à 56 % (+311 K€).

Au total, la croissance de l'activité permet à la société de bénéficier d'un fort effet de levier, les ressources nécessaires au développement de cette croissance étant maîtrisées. De ce fait le résultat d'exploitation progresse de 142 % (+933 K€).

Le résultat net est affecté par un effet d'impôt sur les sociétés significatif, la charge d'impôt sur les sociétés passant de 58 K€ à 362 K€ du fait notamment de la fin de l'absorption des reports déficitaires antérieurs. La progression du résultat net s'établit au final à +111 % soit + 674 K€.

9.2 Chiffres comparés entre le 30 juin 2003 et le 30 juin 2004

En K€	30/06/04	30/06/03	Progression
Chiffre d'affaires	2 097,2	936,0	+124,1%
Total Charges d'exploitation	1 446,4	784,5	+84,4%
Résultat d'exploitation	659,0	152,6	+331,8%
Résultat financier	9,0	7,2	+25,0%
Résultat courant avant impôt	667,9	159,8	+317,9%
Résultat net de l'exercice	610,2	165,0	+269,8%

La croissance du chiffre d'affaires de 124 % (+1 161 K€) provient de la poursuite de la croissance de l'activité de publicité interactive (+135 %) et du développement soutenu de l'activité, plus récente, de marketing interactif (+163 %).

Les charges facturées par les partenaires Elisa constituent désormais un poste de dépense significatif dont l'augmentation est directement liée à la croissance de l'activité (+216 K€). La progression des autres achats et charges externes (frais de communication et de publicité, frais généraux) est en hausse de 64 % (+220 K€).

La progression des salaires et charges sociales, liée essentiellement à de nouveaux recrutements, est de 74 % (+234 K€).

De ce fait, le résultat d'exploitation progresse de 332 % (+506 K€) et la société confirme la rentabilité de son modèle économique, la croissance du chiffre d'affaires étant bien supérieure à l'augmentation des charges d'exploitation (+84 %).

Pour la première fois depuis sa création, la société enregistre une charge d'impôt sur les sociétés de 58 K€, du fait notamment de la fin de l'absorption des reports déficitaires antérieurs. La progression du résultat net s'établit au final à +270 % soit + 445 K€.

10 TRESORERIE ET CAPITAUX

10.1 Chiffres comparés entre le 30 juin 2004 et le 30 juin 2005

En K€	30/06/05	30/06/04
Capitaux propres	2 515,0	1 230,4
Endettement financier	0,9	0,1
Valeurs mobilières de placement et disponibilités	2 406,3	659,3
Flux net de trésorerie d'exploitation	1 850	329
Flux net de trésorerie d'investissements	-103	-51
Flux net de trésorerie de financement	0	-60
Variation de trésorerie	1 747	218

10.2 Chiffres comparés entre le 30 juin 2003 et le 30 juin 2004

En K€	30/06/04	30/06/03
Capitaux propres	1 230,4	620,2
Endettement financier	0,1	60,1
Valeurs mobilières de placement et disponibilités	659,3	444,0
Flux net de trésorerie d'exploitation	329	334
Flux net de trésorerie d'investissements	-51	-75
Flux net de trésorerie de financement	-60	0
Variation de trésorerie	218	259

L'endettement financier est négligeable dans la mesure où les flux de trésorerie d'exploitation ont autofinancé les besoins d'investissements en 2004 et 2005.

Compte tenu de sa profitabilité et des apports initiaux des associés, la Société n'a jamais eu recours à l'emprunt pour assurer le financement de ses activités et n'a de ce fait aucun engagement à ce titre.

De même, la Société n'a jamais recours au découvert bancaire, sa trésorerie couvrant les besoins de financement de l'exploitation.

11 RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT, BREVETS, LICENCES

La stratégie de 1000mercis est fondée depuis sa création sur le développement de son savoir-faire dans le domaine de la publicité et du marketing interactifs utilisant les bases de données. Pour développer cette expertise, 1000mercis mène depuis ses débuts une intense politique de recherche au croisement des trois disciplines que sont l'informatique, les statistiques et le marketing quantitatif.

Chaque année des priorités de recherche sont définies au sein de la Société afin de pouvoir ensuite définir ou apprécier les projets de recherche à mener au cours de l'année.

Pour 2005, 5 priorités de recherche ont été définies :

Priorités de recherche 2005

	Thème de recherche	Questions de recherche
1	La collecte de données sur Internet	Quels formats de collecte peut-on distinguer aujourd'hui ? Quel est l'impact des méthodes de collecte sur la qualité et la quantité des données collectées ?
2	Le marketing viral	Comment définir et mesurer le marketing viral ? Quel est l'impact des différents types de dispositif marketing sur les effets viraux ? Quelles différences observe-t-on entre les pays ?
3	Le consommateur face à l'e-mailing	Quelles sont les perceptions de l'e-mailing par les internautes ? Quels sont les différents effets de l'e-mailing et comment les mesurer ? Quelles cibles réagissent particulièrement aux différentes stratégies d'e-mailing ?
4	La satisfaction du client sur Internet	Comment mesurer la satisfaction d'un internaute aux différentes étapes de sa navigation : recherche, visite, achat, consommation du produit acheté ... Quel est l'impact de la satisfaction sur la fidélité et sur le marketing viral ?
5	La valeur client sur Internet	Quelle définition donner à la valeur client dans les différents contextes on-line ? Quel est l'impact du marketing viral sur la valeur client ? Quels sont les différents types de fidélité sur Internet ? Comment mesurer la fidélité sur Internet ?

Pour mener à bien ces recherches, plusieurs collaborations avec des laboratoires de recherche prestigieux sont en cours et débouchent sur des publications :

- Un projet de recherche a été mené pendant 3 ans avec le département de recherche en Marketing du groupe HEC. Celui-ci a notamment débouché sur l'encadrement d'une thèse de doctorat sur les systèmes multi agents en Marketing exclusivement consacrée aux projets de recherche menés avec 1000mercis. Cette thèse a été soutenue à HEC le 28 juin 2005. Le jury a décerné à l'auteur le titre de Docteur ès sciences de gestion de l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales, avec la mention très honorable et les félicitations du jury à l'unanimité. Il a d'autre part proposé l'auteur pour le prix de thèse.

- Un article a été rédigé et cosigné par plusieurs membres de l'équipe de recherche de 1000mercis et un chercheur du laboratoire Dauphine Marketing Stratégie Prospective (DMSP). Il a été examiné et accepté par la Revue Française de Marketing, revue scientifique de Recherche en Marketing. La publication est prévue au premier semestre 2006. Il a pour titre « L'efficacité d'un e-mail à vocation commerciale : étude de l'influence des caractéristiques sociodémographiques des internautes sur le processus de réponse »
- Une collaboration entre 1000mercis et un laboratoire de recherche coréen est en cours sur le thème : « Integrating word of mouth effects into customer equity »
- Une thèse de doctorat est en cours en partenariat avec le laboratoire de recherche de l'Université Paris IX Dauphine sur le sujet suivant : « Déterminants de la réponse du consommateur face à la collecte de données personnelles : influence du dispositif de collecte, de la sensibilité des données et de l'état de la relation client »

En raison de ses efforts en Recherche et Développement, 1000mercis a bénéficié depuis plusieurs années des crédits d'impôt recherche (CIR) suivants :

Exercice clos le 30 juin 2002 : 83 391 €

Exercice clos le 30 juin 2003 : 7 854 €

Exercice clos le 30 juin 2004 : 51 297 €

Exercice clos le 30 juin 2005 : 97 398 €

Le crédit d'impôt recherche est principalement assis sur les dépenses de personnel des chercheurs rémunérés par 1000mercis ainsi que sur les frais de fonctionnement associés.

Chaque année, le montant du crédit d'impôt recherche a été comptabilisé en diminution de la charge d'impôt sur les sociétés. Pour les exercices clos en 2002 et 2003, le crédit d'impôt recherche a généré une créance vis-à-vis du Trésor Public, le remboursement en a été immédiatement obtenu, conformément aux dispositions prévues pour les entreprises nouvelles. Pour les exercices clos en 2004 et 2005, le crédit d'impôt recherche a été imputé sur le solde à payer de l'impôt sur les sociétés.

En outre, avec près de 18% de ses dépenses consacrées à l'innovation en 2004, 1000mercis a obtenu le statut de Jeune Entreprise Innovante (JEI).

12 TENDANCES

12.1 Tendances constatées depuis le 1er juillet 2005

Le premier semestre de l'exercice en cours est marqué par l'ouverture d'un bureau en Espagne, première étape d'un développement international. La croissance reste bien orientée, tant sur le marketing interactif que sur la publicité interactive.

12.2 Tendance anticipée d'ici la fin de l'exercice en cours

A la connaissance de 1000mercis, il n'existe ni tendance connue ni engagement raisonnablement susceptibles d'influer négativement sur les perspectives de la Société.

A l'inverse, la croissance anticipée du chiffre d'affaires reste bien orientée, conformément aux évolutions du marché décrites au chapitre 6.

En outre, l'introduction en bourse de la Société peut s'avérer bénéfique à court, moyen et long termes, en permettant à la fois :

- une levée de fonds nécessaire à l'accélération de la stratégie,
- un fort mouvement de notoriété auprès des clients et du grand public,
- un surcroît de motivation des salariés via des mécanismes incitatifs.

13 PREVISIONS OU ESTIMATIONS DU BENEFICE

1000mercis n'entend pas faire de prévisions ou estimations de bénéfice.

L'estimation du chiffre d'affaires réalisé par 1000mercis au cours du semestre clos le 31 décembre 2005, revue par le Commissaire aux comptes, s'élève à 3,5 millions d'euros.

La Société publiera son chiffre d'affaires définitif du semestre clos le 31 décembre 2005 au plus tard le 15 février 2006. Elle publiera ses résultats du semestre clos le 31 décembre 2005 au plus tard le 15 avril 2006.

Attestation du commissaire aux comptes portant sur l'estimation du chiffre d'affaires du premier semestre de l'exercice 2005/2006

Madame la présidente du Conseil d'administration,

En notre qualité de commissaire aux comptes et en application du Règlement (CE) n° 809/2004, nous avons établi le présent rapport sur l'estimation du chiffre d'affaires du premier semestre de l'exercice 2005/2006 de la société 1000mercis, présentée au paragraphe 13 de son document de base daté du 11 janvier 2006.

Cette estimation du chiffre d'affaires semestriel a été établie sous votre responsabilité, en application des dispositions du Règlement (CE) n° 809/2004 et des recommandations CESR relatives aux estimations.

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, d'exprimer une conclusion, dans les termes requis par l'annexe I, chapitre 13, du Règlement (CE) n° 809/2004, sur le caractère adéquat de l'établissement de cette estimation.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France. Ces travaux ont comporté une évaluation des procédures mises en place pour l'établissement de cette estimation du chiffre d'affaires semestriel ainsi que la mise en œuvre de diligences permettant de s'assurer de la conformité des méthodes comptables utilisées avec celles suivies pour l'établissement de cette estimation. Ils ont également consisté à collecter les informations et les explications que nous avons estimées nécessaires permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que cette estimation est adéquatement établie.

A notre avis :

- cette estimation a été adéquatement établie sur la base indiquée ;
- la base comptable utilisée aux fins de cette estimation est conforme aux méthodes comptables appliquées par la société.

Paris, le 11 janvier 2006
Le Commissaire aux comptes
Bellot Mullenbach & Associés

Eric Blache
Membre de la Compagnie Régionale de Paris

14 ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION ET DIRECTION GENERALE

14.1 Informations générales relatives aux fondateurs, dirigeants et administrateurs

Nom	Fonction dans la Société
Yseulys Costes	Président du Conseil d'administration et Directeur général
Thibaut Munier	Directeur général délégué et administrateur
Cécile Moulard	Administrateur
Dominique Roux	Administrateur

Les membres des organes d'administration et de Direction générale sont présentés dans le tableau ci-dessus.

Au cours des cinq dernières années, Mademoiselle Yseulys Costes et Monsieur Thibaut Munier n'ont détenu aucun autre mandat social que celui qu'ils exercent dans la Société.

Madame Cécile Moulard est gérante de Sixième Continent, société à responsabilité limitée au capital de 14.000 euros dont le siège est situé 5 boulevard d'Inkerman à Neuilly-sur-Seine (92200) et membre du Conseil de surveillance de Messagio, spécialiste des solutions et applications mobiles à valeur ajoutée. Elle n'a exercé aucun autre mandat social au cours des cinq dernières années.

Monsieur Dominique Roux est administrateur de Fintel (filiale de Apax Partners), et de RFO en tant que représentant de l'Etat. Il n'a exercé aucun autre mandat social au cours des cinq dernières années.

Au cours des cinq dernières années, aucun dirigeant ni administrateur de la Société :

- n'a fait l'objet d'une condamnation pour fraude, d'une incrimination ou d'une sanction publique officielle prononcée contre lui par les autorités statutaires ou réglementaires ;
- n'a été impliqué dans une faillite, mise sous séquestre ou liquidation en tant que dirigeant ou mandataire social ;
- n'a été empêché d'agir en qualité de membre d'un organe d'administration, de direction ou de surveillance ou de participer à la gestion d'un émetteur.

Adresses professionnelles

Mademoiselle Yseulys Costes et Monsieur Thibaut Munier :
28 rue de Châteaudun – 75009 Paris.

Madame Cécile Moulard :
5 boulevard d'Inkerman - 92200 Neuilly-sur-Seine.

Professeur Dominique Roux :
Université Paris Dauphine - G.R.E.S.
Place du Maréchal de Lattre de Tassigny - 75775 Paris Cedex 16.

Aucun lien familial n'existe entre ces quatre personnes.

Résumé des parcours et niveaux de qualification

Yseulys Costes (33 ans), Président du Conseil d'administration et Directeur général depuis octobre 2000, est diplômée du Magistère de Sciences de Gestion et du D.E.A. de Marketing et Stratégie de l'Université Paris IX Dauphine et a effectué un M.B.A. à la Robert O. Anderson School, USA. Chercheur en marketing interactif, elle a été reçue comme chercheur invité à la Harvard Business School et enseigne le Marketing Interactif dans plusieurs établissements (HEC, ESSEC, Université Paris IX Dauphine). Auteur de nombreux ouvrages et articles sur les thèmes du marketing on-line et des bases de données, elle a également été pendant deux ans coordinatrice de l'IAB France (Interactive Advertising Bureau) avant de fonder Millemercis.com en février 2000. Elle a été élue Femme Internet de l'année 2001, et a été élue en avril 2002 au Conseil d'administration du SNCD¹³ pour lequel elle est responsable des relations institutionnelles nouveaux média. En novembre 2005, elle a été élue au bureau de Signal Spam¹⁴ en tant que Conseil Permanent.

Thibaut Munier (31 ans), Directeur général délégué et administrateur depuis octobre 2000, est diplômé de l'Ecole Supérieure de Commerce de Lyon, du D.E.A. de Marketing et Stratégie de l'Université Paris IX Dauphine et du M.B.A. de l'Université du Texas à Austin, USA. Auparavant responsable R&D Marketing Relationnel à Air France en charge du datamining clients, il a coordonné de 1998 à 2000 la conception et la mise en oeuvre des campagnes de Marketing Direct effectuées auprès des membres du programme Fréquence Plus, aussi bien on-line que sur les supports traditionnels. Spécialiste du marketing quantitatif, il a également mené des recherches au sein du centre de recherche en marketing de l'Université Paris IX Dauphine et est l'auteur de plusieurs publications.

Cécile Moulard (42 ans), administrateur depuis mai 2003, est diplômée de Sciences Po et d'un DESS de Marketing de l'IEP de Paris. Cécile Moulard a débuté sa carrière en 1988 comme responsable des études marketing pour la chaîne de télévision « La 5 ». Elle a ensuite rejoint le groupe Carat où elle est restée 9 ans et a notamment créé Carat Interactive. En 1999, elle devient conseiller particulier du Président-Directeur général de Vivendi Universal pour toute la stratégie Internet avant d'intégrer Amazon France en 2000 au poste de Directeur général en charge du marketing et du développement. Fin 2001, elle crée Sixième Continent, société de conseil s'adressant aux sociétés à forte valeur ajoutée technologique. Elle a rejoint Meetic en octobre 2004 comme Directrice Marketing Europe. Auteur de mail *Connexion : la conversation planétaire commence !*, Cécile Moulard est également chargée d'enseignement à HEC et à Telecom Paris, Présidente d'honneur de l'IAB France (Interactive Advertising Bureau), Vice Présidente du Club.Sénat.fr et membre de Young leader fellow, Eisenhower fellow et Remarque fellow.

Dominique Roux (62 ans), administrateur depuis janvier 2006, est Professeur à l'Université de Paris Dauphine. Docteur en économie et en sciences de gestion, il est

¹³ Le Syndicat National de la Communication Directe avait dès 2001 mis en place une commission e-direct. Yseulys Costes est élue vice-présidence de cette commission puis est élue au Conseil d'administration en charge des relations institutionnelles nouveaux médias. Ce travail se concrétise notamment par son action tout au long du processus d'adoption de la LCEN (Loi pour la Confiance dans l'Economie Numérique).

¹⁴ Présidée par M. Dominique Roux, cette association témoigne d'un engagement partagé des pouvoirs publics et de la société civile dans la lutte contre le Spam en France. Elle s'inscrit dans la continuité de l'initiative lancée par la CNIL en 2002. Cette association regroupe l'ACSEL, l'AFA, l'AFOM, l'APRIL, BSA, la FEVAD, le GESTE, l'UDA, le SNCD, Microsoft et la Poste. La Direction du développement des Médias, la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL), le Ministère de l'intérieur, le Ministère de l'industrie et l'Union nationale des associations familiales (UNAF) y sont au titre d'observateurs.

également Agrégé de sciences de gestion. Dominique Roux est administrateur de Fintel (filiale de Apax Partners), et de RFO en tant que représentant de l'Etat.

14.2 Conflits d'intérêts au niveau des organes d'administration et de Direction générale

A notre connaissance, il n'existe aucun conflit d'intérêt potentiel entre les devoirs, à l'égard de 1000mercis, de l'un des dirigeants ou administrateurs de la Société. Aucun dirigeant, ni administrateur ne détient de participation chez l'un des principaux clients ou fournisseurs de la Société. En revanche, il peut être noté que Madame Cécile Moulard, administratrice de 1000mercis, est également salariée de Meetic.

15 REMUNERATIONS ET AVANTAGES

15.1 Rémunérations des administrateurs et dirigeants

Le Conseil d'administration du 10 janvier 2005 a fixé la rémunération fixe annuelle de Mademoiselle Yseulys Costes à 55.000 euros brut à compter du 1er janvier 2005. Le Conseil d'administration du 28 juin 2005 a accepté l'octroi d'une prime de 25.000 euros à Mademoiselle Yseulys Costes. Mademoiselle Yseulys Costes ne reçoit aucun avantage en nature, ni jetons de présence, et ne bénéficie d'aucun régime facultatif de retraite complémentaire.

Le Conseil d'administration du 10 janvier 2005 a fixé la rémunération fixe annuelle de Monsieur Thibaut Munier à 55.000 euros brut à compter du 1er janvier 2005. Le Conseil d'administration du 28 juin 2005 a accepté l'octroi d'une prime de 25.000 euros à Monsieur Thibaut Munier. Monsieur Thibaut Munier ne reçoit aucun avantage en nature, ni jetons de présence, et ne bénéficie d'aucun régime facultatif de retraite complémentaire.

Madame Cécile Moulard ne reçoit aucune rémunération, ni aucun avantage en nature, ni jetons de présence et ne bénéficie d'aucun régime facultatif de retraite complémentaire.

Monsieur Dominique Roux ne reçoit aucune rémunération, ni aucun avantage en nature, ni jetons de présence et ne bénéficie d'aucun régime facultatif de retraite complémentaire.

15.2 Sommes provisionnées par la Société aux fins de versement de pensions, retraites et autres avantages au profit des administrateurs et dirigeants

La Société n'a aucune provision aux fins de versement de pensions, retraites et autres avantages au profit des administrateurs et dirigeants.

16 FONCTIONNEMENT DES ORGANES D'ADMINISTRATION ET DE DIRECTION

16.1 Direction de la Société

Nom	Fonction	Date de 1ère nomination	Date d'échéance du mandat
Yseulys Costes	Président du Conseil d'administration et Directeur général	17/10/2000	17/10/2006
Thibaut Munier	Directeur général délégué et administrateur	17/10/2000	17/10/2006
Cécile Moulard	Administrateur	30/05/2003	AGO 2006 (1)
Dominique Roux	Administrateur	07/01/2006	AGO 2011 (2)

(1) Mandat échu à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire qui sera appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 30 juin 2006. Madame Cécile Moulard a été nommée administrateur par l'Assemblée générale du 30 mai 2003 en remplacement de Madame Orianne Garcia, démissionnaire, pour la durée du mandat restant à courir de son prédécesseur.

(2) Mandat échu à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire qui sera appelée à statuer en 2011 sur les comptes du dernier exercice clos.

16.2 Contrats entre les administrateurs et la Société

Il n'existe aucun contrat de service conclu entre la Société et l'un de ses administrateurs ou dirigeants à la date du présent document de base.

16.3 Comités d'audit et de rémunération

Néant.

16.4 Gouvernement d'entreprise

La Société dispose d'un administrateur indépendant : Monsieur Dominique Roux.

Compte tenu de sa taille encore limitée, 1000mercis n'a pas encore engagé de réflexion relative aux pratiques en matière de gouvernement d'entreprise. La Société ne dispose donc d'aucun comité spécialisé.

La Société envisage néanmoins de prendre des dispositions envisageables en matière de gouvernement d'entreprise.

16.5 Rapport sur le contrôle interne – exercice clos au 30 juin 2005

Rapport du Commissaire aux comptes, établi en application du dernier alinéa
De l'article L.225-235 du Code de commerce,
Sur le Rapport du Président du Conseil d'administration
de la société 'Millemercis S.A.'
Pour ce qui concerne les procédures de contrôle interne relatives
A l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En notre qualité de Commissaire aux comptes de la société 'Millemercis S.A.' et en application des dispositions du dernier alinéa de l'article L225-235 du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur le rapport établi par le Président de votre société conformément aux dispositions de l'article L.225-37 du Code de commerce au titre de l'exercice clos le 30 juin 2005.

Sous la responsabilité du Conseil d'administration, il revient à la Direction de définir et de mettre en œuvre des procédures de contrôle interne adéquates et efficaces. Il appartient au Président de rendre compte, dans son rapport, notamment de conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil d'administration et des procédures de contrôle interne mises en place au sein de votre société.

Il nous appartient de vous communiquer les observations qu'appellent de notre part les informations données dans le rapport du Président, concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Nous avons effectué nos travaux selon la doctrine professionnelle applicable en France. Celle-ci requiert la mise en œuvre de diligences destinées à apprécier la sincérité des informations données dans le rapport du Président, concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière. Ces diligences consistent notamment à :

- Prendre connaissance des objectifs et de l'organisation générale du contrôle interne, ainsi que des procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, présentés dans le rapport du Président.
- Prendre connaissance des travaux sous-tendant les informations ainsi données dans le rapport.

Sur la base de ces travaux, nous avons des observations à formuler sur les informations données concernant les procédures de contrôle interne de la société relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, présentées dans le rapport du Président du Conseil d'administration établi en application des dispositions du dernier alinéa de l'article 225-37 du Code de commerce.

Ces observations concernent le contrôle interne sur les procédures comptables portant principalement sur la facturation et le recouvrement clients, faiblesses en cours de résolution sur le dernier exercice.

Fait à Bois-Guillaume le 8 décembre 2005
Pour la SARL Goubault-Gambert
Le Commissaire aux comptes

Pierre Gambert

16.6 Rapport sur le contrôle interne – exercice clos au 30 juin 2004

Rapport du Commissaire aux comptes, établi en application du dernier alinéa
De l'article L.225-235 du Code de commerce,
Sur le Rapport du Président du Conseil d'administration
de la société 'Millemercis S.A.'
Pour ce qui concerne les procédures de contrôle interne relatives
A l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

En notre qualité de Commissaire aux comptes de la société 'Millemercis S.A.' et en application des dispositions du dernier alinéa de l'article L225-235 du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur le rapport établi par le Président de votre société conformément aux dispositions de l'article L.225-37 du Code de commerce au titre de l'exercice clos le 30 juin 2004.

Sous la responsabilité du Conseil d'administration, il revient à la Direction de définir et de mettre en œuvre des procédures de contrôle interne adéquates et efficaces. Il appartient au Président de rendre compte, dans son rapport, notamment de conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil d'administration et des procédures de contrôle interne mises en place au sein de votre société.

Il nous appartient de vous communiquer les observations qu'appellent de notre part les informations données dans le rapport du Président, concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Nous avons effectué nos travaux selon la doctrine professionnelle applicable en France. Celle-ci requiert la mise en œuvre de diligences destinées à apprécier la sincérité des informations données dans le rapport du Président, concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière. Ces diligences consistent notamment à :

- Prendre connaissance des objectifs et de l'organisation générale du contrôle interne, ainsi que des procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, présentés dans le rapport du Président.
- Prendre connaissance des travaux sous-tendant les informations ainsi données dans le rapport.

Sur la base de ces travaux, nous n'avons pas d'observation à formuler les informations données concernant les procédures de contrôle interne de la société relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, présentées dans le rapport du Président du Conseil d'administration établi en application des dispositions du dernier alinéa de l'article 225-37 du Code de commerce.

Fait à Bois-Guillaume le 23 novembre 2004
Pour la SARL Goubault-Gambert
Le Commissaire aux comptes

Pierre Gambert

17 SALARIES

17.1 Nombre de salariés et répartition par fonction

Le personnel est réparti en 6 pôles de compétences :

- Direction générale
- Administratif et financier
- Marketing et commercial
- Statistiques
- Informatique
- Gestion de projets, production graphique et e-mailing

	30/11/2005	30/06/2005	30/06/2004
Direction générale	2	2	2
Administratif et financier	1	1	0
Marketing et commercial	7	5	2
Statistiques	3	2	1
Informatique	6	5	4
Gestion de projets, production graphique et e-mailing	7	4	2
Total	26	19	11

17.2 Organisation du travail

Chaque pôle de compétence est géré par un responsable. Une réunion hebdomadaire tenue le lundi matin et rassemblant l'ensemble des responsables permet de faire un bilan des avancements des projets de la semaine précédente et de planifier les missions de chaque pôle sur les semaines à venir. A l'intérieur de chaque pôle, le travail est redistribué par le responsable de l'équipe.

Le métier de 1000mercis repose sur la synergie entre les différents pôles de compétences, aussi, l'optimisation de l'organisation est un élément important de la stratégie de développement de 1000mercis.

17.3 Collaborateurs clés

1000mercis estime que la motivation de ses équipes autour d'un management de haut niveau constitue un atout important. Fidèles et diplômés d'Ecoles et d'Universités françaises reconnues, ces quatre collaborateurs clés sont :

- Julien Chailloux, responsable du pôle gestion de projet, production graphique et e-mailing, est Ingénieur de l'École nationale supérieure de l'électronique et de ses applications (ENSEA) et diplômé de l'École supérieure des sciences économiques et commerciales (ESSEC). Il est arrivé chez 1000mercis en avril 2000.
- Sylvain Emery, responsable informatique, est Ingénieur, diplômé NFI-FIIFO de l'Université d'Orsay. Il est arrivé chez 1000mercis en octobre 2000.
- Dorothee Fromageau, responsable marketing, est titulaire du DEA de marketing et stratégie de l'Université Paris IX Dauphine. Elle est arrivée chez 1000mercis en décembre 2002.
- Stéphanie Gauthier, responsable du pôle statistiques, est diplômée de l'ISUP (Institut de Statistiques de l'Université Paris VI) et titulaire du DEA de statistiques appliquées de l'Université Paris VII. Elle est arrivée chez 1000mercis en octobre 2003.

17.4 Actions de formation

1000mercis réalise 4 types de formations :

- Les actions de formation externe au travers de société de formation, en particulier dans les domaines techniques
- Les actions de formation que 1000mercis réalise en interne au travers des contrats d'insertion et de professionnalisation encadrés par le FAFIEC
- Les actions de formation réalisées au travers des organismes professionnels dont 1000mercis est adhérent : EBG (Electronic Business Group), IAB (Interactive Advertising Bureau), FEVAD (Fédération des Entreprises de Vente à Distance), SNCD (Syndicat National de la Communication Directe)
- La participation de collaborateurs à des conférences académiques connexes au domaine d'activité de 1000mercis.

17.5 Participations et stock-options des administrateurs et dirigeants

Nom	Fonction	Nombre actions détenues au 10/01/06	% du capital	Titres donnant accès au capital détenus au 10/01/06
Yseulys Costes	Président du Conseil d'administration Directeur général	824 890	27,45%	Néant
Thibaut Munier	Administrateur Directeur général délégué	824 890	27,45%	Néant
Cécile Moulard	Administrateur	110	0,00%	Néant
Dominique Roux	Administrateur	1	0,00%	Néant

17.6 Participation des salariés dans le capital de la Société

La Société a procédé à l'émission de 542 bons de souscription de parts de créateurs d'entreprise (BSPCE) suivants :

- le 21 novembre 2000 :
130 BSPCE au bénéfice de Monsieur Sylvain Emery, avec expiration au 20 novembre 2005,
215 BSPCE au bénéfice de Monsieur Julien Chailloux, avec expiration au 20 novembre 2005,
50 BSPCE aujourd'hui caducs suite au départ du salarié concerné.
- le 12 octobre 2001 :
147 BSPCE, toujours en circulation, à Mademoiselle Anne Colombeau, avec expiration au 11 octobre 2006.

Messieurs Sylvain Emery et Julien Chailloux ont exercé l'intégralité de leurs BSPCE en date du 25 octobre 2005.

17.7 Contrats d'intéressement et de participation

Néant.

18 PRINCIPAUX ACTIONNAIRES

18.1 Répartition du capital et des droits de vote au 10 janvier 2006

	Nombre d'actions	% capital	Nombre de droits de vote	% droits de vote
Yseulys Costes	824 890	27,45	1 591 920	27,19
Thibaut Munier	824 889	27,45	1 592 029	27,19
Natexis Life	808 390	26,91	1 616 780	27,61
Marc Simoncini	450 120	14,98	900 240	15,37
Fabrice Grinda	58 190	1,94	116 380	1,99
Julien Chailloux	23 650	0,79	23 650	0,41
Sylvain Emery	14 300	0,48	14 300	0,24
Cécile Moulard	110	0,00	220	0,00
Dominique Roux	1	0,00	1	0,00
Total	3 004 540	100,00	5 855 520	100,00

Les chiffres du tableau ci-dessus sont présentés après la division de nominal autorisée par l'Assemblée générale mixte du 7 janvier 2006, par voie d'échange de 1 action ancienne de 11 € de nominal contre 110 actions nouvelles de 0,1 € de nominal.

18.2 Actionnaires significatifs non représentés au Conseil d'administration

Natexis Life et Monsieur Marc Simoncini, détenant respectivement 26,91% et 14,98% du capital à la date du présent document de base, ne sont pas représentés au Conseil d'administration.

18.3 Droits de vote des principaux actionnaires

A l'occasion de l'introduction en bourse, il a été décidé d'instaurer un droit de vote double à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative depuis deux ans au moins au nom du même actionnaire.

Le tableau figurant ci-dessus présente l'état de l'actionnariat tant en termes de pourcentage de capital que de droits de vote, même si ces droits de vote double ne deviendront effectifs qu'à compter de l'admission sur Alternext.

18.4 Contrôle de la Société

A la date du présent document de base, aucun actionnaire ne détient à lui seul le contrôle de la Société.

18.5 Accords pouvant entraîner un changement de contrôle

Il sera mis fin au pacte d'actionnaires existant au jour de l'introduction en bourse. A compter de cette date, un pacte signé entre Mademoiselle Yseulys Costes, Monsieur

Thibaut Munier et Monsieur Marc Simoncini (les « Parties »), reprenant notamment les obligations prévues pour le marché Alternext, entrera en vigueur. En voici les principaux articles :

Article 3 – Droit de Préférence

Au cas où l'une des Parties (ci-après dénommé pour le présent article, le "Cédant") envisagerait de procéder au transfert d'un bloc de valeurs mobilières, à tout tiers ou à toute Partie ou sur le marché, le Cédant sera tenu de notifier son intention aux autres Parties en indiquant le nombre de valeurs mobilières qu'il souhaite céder, le prix unitaire auquel il envisage de les céder ses valeurs mobilières et, le cas échéant, l'identité de l'acquéreur potentiel. Le Cédant ne pourra procéder au transfert envisagé qu'après avoir offert aux autres Parties la possibilité d'acquérir, au prorata de leur participation sauf accord contraire, lesdites valeurs mobilières aux mêmes conditions que celles auxquelles il envisage de les céder.

Article 4 – Garantie de Cours

Conformément à l'article 3.1 des règles d'Alternext, marché non réglementé d'Euronext, les Parties s'interdisent de procéder à la cession (en dehors du marché) à un tiers ou à une Partie, agissant seul ou de concert, au sens de l'article L.233-10 du Code de commerce (ci-après désigné "Acquéreur" dans le cadre de cet article 4) d'un ou plusieurs bloc(s) d'actions ou de valeurs mobilières conférant à l'Acquéreur la majorité des droits de vote ou du capital de la Société sans que l'Acquéreur ne se soit engagé irrévocablement à mettre en œuvre une garantie de cours dans les conditions suivantes :

- (i) l'Acquéreur devra se porter acquéreur, au cours auquel la cession de bloc a été ou doit être réalisée, de tous les titres de la Société présentés à la vente sur Alternext;
- (ii) la garantie de cours doit durer au minimum dix jours de bourse ;
- (iii) l'Acquéreur devra reprendre l'engagement prévu par le présent article 4.

Le présent engagement est repris par l'article 9.4 des statuts de la Société que les Parties s'interdisent de modifier sauf pour répondre aux exigences des règles d'Alternext ou pour répondre aux demandes des autorités de marché.

Article 5 – Durée et portée du Pacte

Le Pacte est conclu pour une période qui expirera le 31 décembre 2008. Au terme de cette première période, le Pacte sera automatiquement renouvelé pour des périodes successives d'une année.

A l'occasion de chaque renouvellement, y compris du premier d'entre eux, toute Partie pourra dénoncer le Pacte, pour ce qui la concerne, en notifiant sa décision au moins six mois à l'avance aux autres Parties.

Par exception à ce qui précède, les stipulations de l'article 4 resteront en vigueur tant que les actions de la Société seront admises aux négociations d'Alternext.

Néanmoins, à la date à laquelle une Partie ne détiendrait plus aucune action ou valeur mobilière de la Société, le Pacte prendrait fin à l'égard de cette Partie sous réserve qu'elle ait préalablement respecté les dispositions du Pacte, il resterait toutefois en vigueur à l'égard des autres Parties.

Il n'existe aucun autre accord entre actionnaires que celui mentionné ci-dessus.

18.6 Etat des nantissements d'actions 1000mercis

Néant.

19 OPERATIONS AVEC DES APPARENTES

Monsieur Marc Simoncini, actionnaire de 1000mercis, est également Président et actionnaire de Meetic (anciennement Ilius), société avec laquelle 1000mercis entretient des relations commerciales. Meetic est par ailleurs l'un des 21 partenaires du Programme Elisa.

Les prestations assurées de part et d'autre sont conclues au prix de marché et ont représenté les sommes suivantes :

En €	30.06.05	30.06.04
Prestations facturées par 1000mercis à Meetic (montant HT)	101 949	22 578
Prestations facturées par Meetic à 1000mercis (montant HT)	195 981	103 625

Les opérations avec Meetic ont représenté 2,5 % du chiffre d'affaires de 1000mercis au 30 juin 2005 et 1,1% du chiffre d'affaires au 30 juin 2004.

20 INFORMATIONS FINANCIERES

20.1 Comptes sociaux au 30 juin 2005

20.1.1 Bilan

BILAN ACTIF	30/06/05			30/06/04	
	Euros	Brut	Amort. prov.	Net	Net
ACTIF IMMOBILISE					
Immobilisations incorporelles					
Concessions, brvts, licences, logiciels, drts & val. similaires		88 930.18	85 478.31	3 451.87	4 494.55
Immobilisations corporelles					
Autres immobilisations corporelles		165 177.73	74 386.90	90 790.83	58 860.84
Immobilisations financières					
Autres immobilisations financières		76 660.71		76 660.71	49 885.71
		330 768.62	159 865.21	170 903.41	113 241.10
ACTIF CIRCULANT					
Avances et acomptes versés sur commandes		456.34		456.34	4 273.78
Créances					
Clients et comptes rattachés		1 887 681.66	26 867.56	1 860 814.10	1 449 121.23
Autres créances		174 986.63		174 986.63	147 734.77
Valeurs mobilières de placement					
Autres titres		2 341 294.68		2 341 294.68	442 904.13
Disponibilités		428 171.82		428 171.82	387 452.93
Charges constatées d'avance		10 928.64		10 928.64	8 054.71
		4 843 519.77	26 867.56	4 816 652.21	2 439 541.55
TOTAL GENERAL		5 174 288.39	186 732.77	4 987 555.62	2 552 782.65

BILAN PASSIF	30/06/05	30/06/04
Euros	Net	Net
CAPITAUX PROPRES		
Capital (dont versé : 53 938)	53 938.00	53 938.00
Primes d'émission, de fusion, d'apport	826 571.10	826 571.10
- Réserve légale	5 394.00	
Report à nouveau	344 457.63	-260 316.35
Résultat de l'exercice (bénéfice ou perte)	1 284 663.40	610 167.98
	2 515 024.13	1 230 360.73
DETTES (1)		
Emprunts et dettes auprès d'établissements de crédit	759.66	
Emprunts et dettes financières	96	96
Avances et acomptes reçus sur commandes en cours	461.64	461.64
Fournisseurs et comptes rattachés	995 906.22	572 023.91
Dettes fiscales et sociales	957 335.62	577 462.28
Autres dettes	517 972.35	172 378.09
	2 472 531.49	1 322 421.92
TOTAL GENERAL	4 987 555.62	2 552 782.65
(1) Dont à moins d'un an	2 472 069.85	1 321 960.28

20.1.2 Compte de résultat

COMPTE DE RESULTAT	30/06/05			30/06/04
	Euros	France	Exportation	Total
Produits d'exploitation				
Production vendue (services)	4 034 686.82	68 346.42	4 103 033.24	2 097 169.80
Chiffre d'affaires net	4 034 686.82	68 346.42	4 103 033.24	2 097 169.80
Reprises sur provisions et transfert de charges				8 159.88
Autres produits			584.67	17.53
			4 103 617.91	2 105 347.21
Charges d'exploitation				
Autres achats et charges externes (a)			1 562 972.88	855 228.48
Impôts, taxes et versements assimilés			20 057.00	4 908.36
Salaires et traitements			680 311.72	392 094.18
Charges sociales			181 155.75	158 752.77
- Sur immobilisations : dotations aux amortissements			45 819.48	28 315.71
- Sur actif circulant : dotations aux provisions			20 913.75	
Autres charges			322.36	7 095.14
			2 511 552.94	1 446 394.64
RESULTAT D'EXPLOITATION			1 592 064.97	658 952.57
Produits financiers				
Autres intérêts et produits assimilés			8 961.06	8 362.20
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement			15 294.37	721.9
			24 255.43	9 084.10
Charges financières				
Intérêts et charges assimilées			230.41	123.72
Différences négatives de change			1.59	
			232.00	123.72
RESULTAT FINANCIER			24 023.43	8 960.38
RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS			1 616 088.40	667 912.95
Produits exceptionnels				
Sur opérations de gestion			30 956.00	
Sur opérations en capital				1 062.50
			30 956.00	1 062.50
Charges exceptionnelles				
Sur opérations de gestion			489	1 051.45
Sur opérations en capital				113.02
			489.00	1 164.47
RESULTAT EXCEPTIONNEL			30 467.00	-101.97
Impôts sur les bénéfices			361 892.00	57 643.00
Total des produits			4 158 829.34	2 115 493.81
Total des charges			2 874 165.94	1 505 325.83
BENEFICE OU PERTE			1 284 663.40	610 167.98

(a) Y compris :

- Redevances de crédit-bail mobilier
- Redevances de crédit-bail immobilier

20.1.3 Tableau des flux de trésorerie

Voir annexes 20.1.4.

20.1.4 Annexes

L'exercice clos le 30 juin 2005 a une durée de 12 mois identique à celle de l'exercice précédent clos le 30 juin 2004.

Principes et méthodes comptables

(Décret n° 83-1020 du 29-11-1983 - articles 7, 21, 24 début, 24-1, 24-2 et 24-3)

Les conventions générales comptables ont été appliquées, dans le respect du principe de prudence, conformément aux hypothèses de bases :

- continuité de l'exploitation,
- permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre,
- indépendance des exercices,

et conformément aux règles générales d'établissement et de présentation des comptes annuels définies par le plan comptable général et le Code de commerce.

La méthode de base retenue pour l'entrée et l'évaluation des éléments inscrits en comptabilité générale est la méthode des coûts historiques.

Les méthodes d'évaluation utilisées concernant :

- les immobilisations
- les créances
- les provisions

sont conformes aux recommandations du Conseil National de la Comptabilité et de l'Ordre des Experts Comptables.

Par exception aux méthodes décrites ci-dessus, les valeurs mobilières de placements (Sicav monétaires) sont évaluées sur la base du cours de clôture à la date d'arrêt des comptes. Voir la note n° 3 ci-après.

Les règles et les méthodes comptables qui méritent d'être précisées sont les suivantes :

Immobilisations

Immobilisations incorporelles

Les immobilisations incorporelles, comptabilisées au coût de production ou d'acquisition, sont constituées :

- de dépenses liées à la création des sites Internet. Ces dépenses sont amorties sur une durée de 3 ans en linéaire.
- d'achats de logiciels et de licences qui sont amortis sur une durée de 1 an en linéaire.

Les coûts ultérieurs d'amélioration des sites sont enregistrés en charges.

La marque Millemercis, ayant été créée par la société n'est pas valorisée dans les comptes.

La société développe en permanence des logiciels utiles à son exploitation. En l'absence d'un suivi des dépenses par projet au 30 juin 2005, elles ne sont pas activées.

Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont inscrites au bilan pour leur coût d'acquisition. Les durées et modes d'amortissement sont les suivants :

matériel de bureau et informatique
mobilier

3 ans linéaire et dégressif
5 ans linéaire

La société n'a pas mis en place par anticipation les nouvelles règles comptables relatives aux dépréciations et amortissements des actifs (CRC 2002-10), dont l'incidence serait au demeurant peu significative.

La méthode d'amortissement dégressif pour le matériel de bureau et informatique a été retenue pour les acquisitions à compter de l'exercice clos le 30 juin 2005. Cette méthode est considérée comme adaptée à l'activité de la société et au rythme d'utilisation des biens.

Immobilisations financières

Les immobilisations financières sont constituées principalement de dépôts et cautionnements versés.

Travaux en cours

Les travaux en cours de production ne sont pas valorisés, en l'absence d'une évaluation suffisamment fiable à cette date. L'inventaire des commandes en cours à l'ouverture de l'exercice et au 30 juin 2005 conduit néanmoins à considérer que cette valeur est peu significative.

Créances

Les créances sont comptabilisées à leur valeur nominale et une provision pour dépréciation est constituée lorsqu'une perte probable apparaît.

Valeurs mobilières de placement

Les valeurs mobilières de placement sont constituées de SICAV monétaires et sont évaluées au dernier cours connu à la clôture de l'exercice. La plus value latente au 30 juin 2005 s'élève à 30 476 € dont 8 961 € comptabilisés en produits financiers au cours de l'exercice et 21 515 € comptabilisés au cours des exercices antérieurs. La plus value latente comptabilisée au cours de l'exercice clos le 30 juin 2004 s'élevait à 8 362 €.

Le cas échéant les valeurs mobilières de placement font l'objet d'une provision calculée par catégorie de titres afin de ramener leur valeur au cours de clôture ou à leur valeur liquidative lorsque celle-ci est inférieure.

Reconnaissance du chiffre d'affaires.

Le chiffre d'affaires est principalement constitué de deux sources de revenus : la publicité interactive et le marketing interactif.

Les recettes de publicité interactive proviennent de la monétisation de l'audience des sites internet Millemercis et des sites des partenaires regroupés au sein du Programme Elisa.

Le marketing interactif consiste à effectuer des opérations de conquête et de fidélisation sur les médias interactifs pour le compte de la clientèle.

Les contrats de publicité interactive prévoient la sélection, la mise à disposition d'adresses email, d'adresses postales ou de numéros de SMS d'internautes ayant donné leur consentement ainsi que le routage de messages promotionnels ciblés vers ces individus par Millemercis pour la réalisation d'opérations de publicité interactive. Millemercis propose également à des annonceurs la gestion complète de tout ou partie de

leur marketing interactif. Le chiffre d'affaires est reconnu, en fin de mois, sur la base de l'envoi des messages ou de la réalisation de la prestation.

Listes de mariage

La société exploite un site internet destiné à gérer des listes de mariage et de cadeaux. A ce titre elle reçoit les fonds des donateurs, les affecte par liste, et gère l'utilisation de ces fonds par les bénéficiaires des dons. Ces fonds n'appartiennent pas à la société. Les fonds reçus en attente d'utilisation sont déposés sur un compte courant bancaire isolé sur lequel la société ne dispose pas de moyens de paiement. Les sommes dues aux bénéficiaires des listes sont comptabilisées en autres dettes.

Faits caractéristiques de l'exercice

La société a bénéficié pour la première fois au cours de l'exercice du statut des jeunes entreprises innovantes (JEI) et a comptabilisé les réductions suivantes de charges sociales et d'impôt sur les sociétés :

- Exonérations de charges sociales pour la période du 1er juillet 2004 au 30 juin 2005 : 86 989 € comptabilisés en diminution des charges sociales,
- Exonérations de charges sociales pour la période du 1er janvier 2004 au 30 juin 2004 : 30 956 € comptabilisés en produit exceptionnel sur opérations de gestion, la période concernée étant antérieure à l'ouverture de l'exercice social,
- Exonération d'impôt sur les sociétés : 100 000 € comptabilisés en réduction de la charge d'impôt sur les sociétés.

Note complémentaire pour les besoins du document de base

La société a bénéficié des crédits d'impôt recherche suivants :

Exercice clos le 30 juin 2004 : 51 297 €

Exercice clos le 30 juin 2005 : 97 398 €

Le crédit d'impôt recherche est principalement assis sur les dépenses de personnel des chercheurs rémunérés par 1000mercis ainsi que sur les frais de fonctionnement associés.

Chaque année, le montant du crédit d'impôt recherche a été comptabilisé en diminution de la charge d'impôt sur les sociétés. Pour les exercices clos en 2004 et 2005, le crédit d'impôt recherche a été imputé sur le solde à payer de l'impôt sur les sociétés.

Notes sur le bilan et le compte de résultat

A. Bilan

A.1 Détail de l'actif immobilisé

Immobilisations brutes

	Au 30.06.2004	Acquisitions	Cessions	Au 30.06.2005
Immobilisations incorporelles	97 480	2 359	10 909	88 930
Immobilisations corporelles	90 830	74 348		165 178
Immobilisations financières	49 886	26 775		76 661
Total	238 196	103 482	10 909	330 769

Amortissements

	Au 30.06.2004	Dotations	Reprises	Au 30.06.2005
Immobilisations incorporelles	92 986	3 401	10 909	85 478
Immobilisations corporelles	31 969	42 418		74 387
Immobilisations financières				
Total	124 955	45 819	10 909	159 865

Immobilisations nettes

	Au 30.06.2004	Augmentation	Diminution	Au 30.06.2005
Immobilisations incorporelles	4 494	-1 042		3 452
Immobilisations corporelles	58 861	31 930		90 791
Immobilisations financières	49 886	26 775		76 661
Total	113 241	57 663		170 904

Détail des immobilisations et amortissements au 30.06.2005

	Montant brut	Amortissement	Valeur nette	Durée
Sites et logiciels	88 930	85 478	3 452	3 ans linéaire
Matériel informatique	156 813	70 525	86 288	3 ans linéaire et dégressif
Mobilier	8 365	3 862	4 503	5 ans linéaire
Total	254 108	159 865	94 243	

Détail des immobilisations financières au 30.06.2005

	Au 30.06.2004	Au 30.06.2005
Dépôt de garantie locaux	49 028	75 803
Autres dépôts de garantie	858	858
Total	49 886	76 661

La Société ne détient pas de participations.

A.2 Actif circulant

2.1. Clients et comptes rattachés

	Au 30.06.2004	Au 30.06.2005
Clients et comptes rattachés	1 304 346	1 709 119
Clients factures à établir	150 729	178 563
Provision pour créances douteuses	-5 954	-26 868
Total	1 449 121	1 860 814

Les créances clients sont à échéance de moins d'un an.

2.2. Autres créances

	Au 30.06.2004	Au 30.06.2005
Etat	147 734	161 014
Autres		13 973
Total	147 734	174 987

Les autres créances sont à échéance de moins d'un an.

2.3. Trésorerie

	Au 30.06.2004	Au 30.06.2005
Sicav monétaires (1)	442 904	2 341 295
Comptes courants bancaires	222 702	50 726
Régularisations entre comptes de trésorerie	-6 264	14 258
Trésorerie propre à la société	659 342	2 406 279
Compte courant liste de mariage	164 751	377 446
Régularisations entre comptes de trésorerie	6 264	-14 258
Trésorerie gérée pour le compte de la clientèle (2)	171 015	363 188
Total	830 357	2 769 467

(1) Les valeurs mobilières de placement sont valorisées sur la base des cours constatés à la clôture de l'exercice.

Les plus values latentes sur Sicav au 30 juin 2005 s'élèvent à 30 476 € dont 21 515 € comptabilisés au cours des exercices antérieurs et 8 961 € comptabilisées en produits financiers au cours de l'exercice.

Un compte de SICAV est bloqué à la demande de la banque à hauteur de 107 100 € en couverture d'une garantie donnée par la banque.

(2) Les dons perçus sur les listes de mariage sont gérés par la société pour le compte de sa clientèle. Ils sont déposés sur un compte bancaire distinct au titre duquel la société dispose de moyens de paiements limités à la seule faculté d'opérer des virements entre comptes.

A.3 Charges constatées d'avance

	Au 30.06.2004	Au 30.06.2005
Divers (contrats d'entretien, assurances, cotisations, etc)	8 055	10 929
Total	8 055	10 929

Il s'agit de charges courantes d'exploitation à échéance de moins d'un an.

A.4 Capitaux propres

Variation des capitaux propres au 30.06.2005

	Nombre d'actions	Valeur nominale	Primes liées au capital	Report à nouveau et réserves	Résultat de l'exercice	Total des capitaux propres
Apport initial en capital	21 000	42 000				42 000
Augmentations de capital	5 969	11 938	826 568			838 506
Emission de bons de souscriptions			3			3
Accumulation des résultats antérieurs au 30 juin 2003				-260 316		-260 316
Résultat de l'exercice 2003/2004					610 168	610 168
Au 30.06.2004	26 969	53 938	826 571	-260 316	610 168	1 230 361
Affectation du résultat de l'exercice 2003/2004 (1)				610 168	-610 168	
Résultat de l'exercice 2004/2005					1 284 663	1 284 663
Au 30.06.2005	26 969	53 938	826 571	349 852	1 284 663	2 515 024

(1) La réserve légale a été intégralement dotée dans le cadre de cette affectation de résultat, soit 5 394 €.

Instruments dilutifs

	1ère attribution de BSPCE	2ème attribution de BSPCE	Total
Attribution Exercice	395		395
Annulation	50		50
Solde au 30.06.2001	345		345
Attribution Exercice		147	147
Annulation			
Solde au 30.06.2002	345	147	492
Attribution Exercice		aucun mouvement	
Annulation			
Solde au 30.06.2005	345	147	492

Première attribution de bons de souscription de parts de créateurs d'entreprise

L'Assemblée générale extraordinaire du 17 octobre 2000 a autorisé l'émission en une ou plusieurs fois de bons de souscription de parts de créateurs d'entreprise dans le délai d'un an. En vertu de l'autorisation conférée par l'Assemblée générale extraordinaire du 17 octobre 2000, un Conseil d'administration réuni le 21 novembre 2000 a procédé à l'attribution de 395 bons de souscription de parts de créateurs d'entreprise. Leurs caractéristiques sont les suivantes :

- chaque BSPCE est émis à titre gratuit et est incessible
- chaque BSPCE confère à son titulaire le droit de souscrire à une action nouvelle de la société, d'une valeur nominale de 2 €, pour un prix de souscription de 2 €
- date limite d'exercice des BSPCE : le 20 novembre 2005

Deuxième attribution de bons de souscription de parts de créateurs d'entreprise

L'Assemblée générale extraordinaire du 17 octobre 2000 a autorisé l'émission en une ou plusieurs fois de bons de souscription de parts de créateurs d'entreprise dans le délai d'un an. En vertu de l'autorisation conférée par l'Assemblée générale extraordinaire du 17 octobre 2000, un Conseil d'administration réuni le 12 octobre 2001 a procédé à l'attribution de 147 bons de souscription de parts de créateurs d'entreprise. Leurs caractéristiques sont les suivantes :

- chaque BSPCE est émis à titre gratuit et est incessible
- chaque BSPCE confère à son titulaire le droit de souscrire à une action nouvelle de la société, d'une valeur nominale de 2€, pour un prix de souscription de 144,16 €
- date limite d'exercice des BSPCE : le 11 octobre 2006

A.5 Provisions pour risques et charges

A la clôture de l'exercice il n'existe aucun litige ou contentieux significatif susceptible de donner lieu à constatation d'une provision.

A.6 Dettes

6.1. Dettes financières

	Au 30.06.2004	Au 30.06.2005
Agios bancaires		760
Dépôts et cautionnements reçus	96	96
Total	96	856

6.2. Autres dettes

	Au 30.06.2004	Au 30.06.2005
Avoirs à établir	1 363	154 784
Listes de mariages	171 015	363 188
Total	172 378	517 972

Les autres dettes comprennent les sommes dues aux bénéficiaires au titre des dons effectués sur les listes de mariages.

Les avoirs à établir comprennent pour 153 894 € des remises de fin d'année à verser à la clientèle. A la clôture de l'exercice précédent, des avoirs à établir de même nature s'élevaient à 75 236 € et étaient comptabilisés dans le poste Fournisseurs factures non parvenues.

6.3. Fournisseurs et comptes rattachés

	Au 30.06.2004	Au 30.06.2005
Fournisseurs et comptes rattachés	366 197	685 570
Fournisseurs factures non parvenues	205 827	310 336
Total	572 024	995 906

Les dettes fournisseurs sont à échéance de moins d'un an.

Au 30.06.04 le poste Fournisseurs factures non parvenues comprenait des avoirs à établir pour remises de fin d'année à verser à la clientèle pour 75 236 €, désormais comptabilisés en autres dettes.

6.4 Dettes fiscales et sociales

	Au 30.06.2004	Au 30.06.2005
Personnel	28 137	22 962
Organismes sociaux	49 112	43 545
Dettes fiscales	364 765	686 234
Charges à payer	135 448	204 594
Total	577 462	957 335

Les dettes fiscales et sociales sont à échéance de moins d'un an.

B. Compte de résultat

B.1 Chiffre d'affaires

	Au 30.06.2004		Au 30.06.2005	
Publicité interactive	1 042 030	50%	1 947 124	47%
Marketing interactif	926 535	44%	2 132 293	52%
Sous location de bureaux (1)	103 500	5%		
	25 105	1%	23 616	1%
Chiffre d'affaires HT	2 097 170	100%	4 103 033	100%
Remises accordées (2)	-62 906		-65 768	
Chiffre d'affaires net HT	2 034 264		4 037 265	

(1) Les revenus issus de la sous location de bureaux ont pris fin en mai 2004.

(2) Les remises de fin d'année sont comptabilisées en charges externes (cf. ci-après).

B.2 Charges externes

	Au 30.06.2004	Au 30.06.2005
Charges facturées par les partenaires	289 715	674 228
Remises accordées à la clientèle	62 906	65 768
Autres achats et charges externes	502 607	822 977
Total	855 228	1 562 973

Les charges facturées par les partenaires correspondent aux sommes versées aux propriétaires des bases au titre de leur participation au programme de bases de données mutualisées de la société (Programme Elisa).

Par dérogation au schéma de comptabilisation usuel, les remises sur prestations vendues sont constatées en charges de l'exercice.

B.3 Charges de personnel

	Au 30.06.2004	Au 30.06.2005
Salaires	392 094	680 312
Charges sociales	158 753	181 156
Total	550 847	861 468

La société bénéficie pour l'exercice clos le 30.06.2005 du statut des Jeunes Entreprises Innovantes (JEI).

A ce titre, elle a bénéficié de réductions de charges sociales s'élevant à 86 989 € sur l'exercice.

B.4. Rémunération des dirigeants

	Au 30.06.2004	Au 30.06.2005
Rémunérations brutes allouées aux membres des organes de direction ou de gérance	113 112	145 000
Total	113 112	145 000

B.5 Résultat financier

	Au 30.06.2004	Au 30.06.2005
Plus-values latentes sur valeurs mobilières de placement	8 362	8 961
Plus-values de cessions de valeurs mobilières de placement	722	15 294
Charge d'intérêts	-124	-232
Total	8 960	24 023

B.6 Résultat exceptionnel

	Au 30.06.2004	Au 30.06.2005
Exonération de charges sociales pour le 1er semestre 2004 (JEI)		30 956
Résultat de cessions d'immobilisations	949	
Autres	-1 051	-489
Total	-102	30 467

La société a constaté dans l'exercice des exonérations de charges sociales liées au statut des Jeunes Entreprises Innovantes (JEI) et portant sur la période du 1er semestre 2004 antérieure à l'ouverture de l'exercice.

B.7 Impôt sur les sociétés

	Au 30.06.2004	Au 30.06.2005
Impôts sur les sociétés	108 940	459 818
Crédit d'impôt recherche	-51 297	-97 398
Crédit d'impôt apprentissage		-528
Total	57 643	361 892

L'impôt sur les sociétés de l'exercice clos le 30.06.2005 a été établi sous déduction d'une exonération de 100 000 € liée au statut des Jeunes Entreprises Innovantes (JEI).

B.8 Résultat net par action

Nombre d'actions et éléments dilutifs		
	Au 30.06.2004	Au 30.06.2005
Nombre d'actions composant le capital social	26 969	26 969
Nombre de BSPCE non exercés	492	492
Nombre d'actions en dilué	27 461	27 461

Résultat net comptable par action		
	Au 30.06.2004	Au 30.06.2005
Résultat net	610 168	1 284 663
Nombre d'actions	26 969	26 969
Résultat net par action	22.62	47.63

Résultat net comptable par action dilué		
	Au 30.06.2004	Au 30.06.2005
Résultat net	610 168	1 284 663
Nombre d'actions y compris les éléments dilutifs	27 461	27 461
Résultat net par action	22.22	46.78

C. Autres informations

C.1 Tableau des flux de trésorerie

en K€	Exercice 2004/2005	Exercice 2003/2004
Résultat net	1 285	610
Elimination des charges et produits sans incidence sur la trésorerie ou non liés à l'activité		
Amortissements et provisions	66	22
Capacité d'autofinancement	1 351	632
Dettes fiscales et sociales	380	432
Dettes fournisseurs	424	397
Produits constatés d'avance et autres dettes	154	1
Autres créances	-27	-109
Créances clients	-433	-1 015
Avances et acomptes	4	-4
Charges constatées d'avance	-3	-5
Décalages de trésorerie d'exploitation	499	-303
Flux de trésorerie liés à l'exploitation	1 850	329
Acquisitions d'immobilisations corporelles	-2	
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	-74	-51
Immobilisations financières	-27	
Trésorerie liée aux opérations d'investissements	-103	-51
Augmentation de capital		
Prime d'émission		
Dettes financières : dépôts de garantie reçus		-60
Trésorerie résultant des opérations de financement		-60
Variation de trésorerie	1 747	218
Variation du compte courant bancaire bloqué pour compte de la clientèle (cf. A.2.3.)	192	166

C.2 Effectif

L'effectif moyen de l'exercice clos le 30 juin 2005 est de 15 salariés cadres.

C.3 Fiscalité latente

Il n'y a pas de fiscalité latente ou différée significative à la clôture au 30 juin 2005.

C.4 Engagements hors bilan

Aucune provision pour engagement de retraite n'a été comptabilisée à la clôture au 30 juin 2005. La convention collective des bureaux d'études techniques et ingénieurs conseils dont dépend la société ne prévoit pas d'indemnisation des départs à la retraite avant cinq ans d'ancienneté. Compte tenu de l'âge moyen et de la faible ancienneté des salariés de la société, l'engagement de retraite est non significatif.

Un compte de valeurs mobilières de placement a été nanti à hauteur de 107 100 € au profit de la Caisse d'Epargne Ile de France en gage d'une garantie à première demande donnée par la banque pour les locaux occupés par la société.

20.2 Comptes sociaux au 30 juin 2004

20.2.1 Bilan

BILAN ACTIF	30/06/04			30/06/03	
	Euros	Brut	Amort. prov.	Net	Net
ACTIF IMMOBILISE					
Immobilisations incorporelles					
Frais d'établissement	10 909.19	10 909.19		397.69	
Concessions, brvts, licences, logiciels, drts & val. similaires	86 571.08	82 076.53	4 494.55	15 687.07	
Immobilisations corporelles					
Autres immobilisations corporelles	90 830.04	31 969.20	58 860.84	24 200.21	
Immobilisations financières					
Autres immobilisations financières	49 885.71		49 885.71	49 730.71	
	238 196.02	124 954.92	113 241.10	90 015.68	
ACTIF CIRCULANT					
Avances et acomptes versés sur commandes	4 273.78		4 273.78		
Créances					
Clients et comptes rattachés	1 455 075.04	5 953.81	1 449 121.23	428 377.13	
Autres créances	147 734.77		147 734.77	38 271.89	
Valeurs mobilières de placement					
Autres titres	442 904.13		442 904.13	411 479.73	
Disponibilités					
Charges constatées d'avance	8 054.71		8 054.71	2 982.73	
	2 445 495.36	5 953.81	2 439 541.55	915 584.41	
Charges à répartir sur plusieurs exercices				327.04	
TOTAL GENERAL	2 683 691.38	130 908.73	2 552 782.65	1 005 927.13	

BILAN PASSIF	30/06/04	30/06/03
Euros	Net	Net
CAPITAUX PROPRES		
Capital (dont versé : 53 938)	53 938.00	53 938.00
Primes d'émission, de fusion, d'apport	826 571.10	826 571.10
Report à nouveau	-260 316.35	-425 324.29
Résultat de l'exercice (bénéfice ou perte)	610 167.98	165 007.94
	1 230 360.73	620 192.75
DETTES (1)		
Emprunts et dettes financières	96	60 096.00
Avances et acomptes reçus sur commandes en cours	461.64	461.64
Fournisseurs et comptes rattachés	572 023.91	170 835.23
Dettes fiscales et sociales	577 462.28	145 095.44
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés		3 588.00
Autres dettes	172 378.09	5 658.07
	1 322 421.92	385 734.38
TOTAL GENERAL	2 552 782.65	1 005 927.13

(1) Dont à plus d'un an (a)

60 096.00

(1) Dont à moins d'un an (a)

1 321 960.28

325 176.74

(a) A l'exception des avances et acomptes reçus sur commandes en cours

20.2.2 Compte de résultat

COMPTE DE RESULTAT	30/06/04			30/06/03	
	Euros	France	Exportation	Total	Total
Produits d'exploitation					
Production vendue (services)	2 087 061.92	10 107.88	2 097 169.80	936 047.60	
Chiffre d'affaires net	2 087 061.92	10 107.88	2 097 169.80	936 047.60	
Reprises sur provisions et transfert de charges			8 159.88	83.73	
Autres produits			17.53	945.47	
			2 105 347.21	937 076.80	
Charges d'exploitation					
Autres achats et charges externes (a)			855 228.48	418 976.71	
Impôts, taxes et versements assimilés			4 908.36	2 437.00	
Salaires et traitements			392 094.18	226 013.84	
Charges sociales			158 752.77	90 630.65	
- Sur immobilisations : dotations aux amortissements			28 315.71	41 190.51	
- Sur actif circulant : dotations aux provisions				5 191.56	
Autres charges			7 095.14	54.48	
			1 446 394.64	784 494.75	
RESULTAT D'EXPLOITATION			658 952.57	152 582.05	
Produits financiers					
Autres intérêts et produits assimilés			8 362.20	6 977.88	
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement			721.9	1 015.33	
			9 084.10	7 993.21	
Charges financières					
Intérêts et charges assimilées			123.72	817.73	
			123.72	817.73	
RESULTAT FINANCIER			8 960.38	7 175.48	
RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS			667 912.95	159 757.53	
Produits exceptionnels					
Sur opérations en capital			1 062.50		
			1 062.50		
Charges exceptionnelles					
Sur opérations de gestion			1 051.45	2 603.59	
Sur opérations en capital			113.02		
			1 164.47	2 603.59	
RESULTAT EXCEPTIONNEL			-101.97	-2 603.59	
Impôts sur les bénéfices			57 643.00	-7 854.00	
Total des produits			2 115 493.81	945 070.01	
Total des charges			1 505 325.83	780 062.07	
BENEFICE OU PERTE			610 167.98	165 007.94	

(a) Y compris :

- Redevances de crédit-bail mobilier
- Redevances de crédit-bail immobilier

20.2.3 Tableau des flux de trésorerie

en K€	30.06.04	30.06.03
Résultat net	610	165
Elimination des charges et produits sans incidence sur la trésorerie ou non liés à l'activité : Amortissements et provisions	22	46
Capacité d'autofinancement	632	211
Variation du besoin en fonds de roulement :		
Dettes fiscales et sociales	432	29
Dettes fournisseurs	397	73
PCA et autres dettes	167	-24
Autres créances	-109	68
Créances clients	-1 015	-21
Avances et acomptes	-4	
CCA	-5	
Total	-137	125
Flux de trésorerie lié à l'exploitation	495	336
Acquisitions d'immobilisations corporelles		-5
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	-51	-20
Immobilisations financières		-50
Trésorerie liée aux opérations d'investissements	-51	-75
Augmentation de capital		
Prime d'émission		
Dividendes		
Dettes financières : dépôts de garantie reçus	-60	
Trésorerie résultant des opérations de financement	-60	0
Variation de trésorerie	384	261
Trésorerie début de période	446	185
Trésorerie fin de période	830	446

20.2.4 Annexes

Règles et méthodes comptables

(Décret n° 83-1020 du 29-11-1983 - articles 7, 21, 24 début, 24-1, 24-2 et 24-3)

Au bilan avant répartition de l'exercice clos le 30/06/2004 dont le total est de 2 552 782,65 euros et au compte de résultat de l'exercice, présenté sous forme de liste, et dégagant un résultat de : 610 167,98 euros.

L'exercice a une durée de 12 mois, recouvrant la période du 01/07/2003 au 30/06/2004.

Les notes ou tableaux ci-après font partie intégrante des comptes annuels.

Ces comptes annuels ont été établis le 30 septembre 2004

Faits caractéristiques de l'exercice

Néant

Evénements significatifs postérieurs à compter de la clôture

Néant

Les conventions générales comptables ont été appliquées, dans le respect du principe de prudence, conformément aux hypothèses de bases :

- continuité de l'exploitation,
- permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre,
- indépendance des exercices,

et conformément aux règles générales d'établissement et de présentation des comptes annuels.

La méthode de base retenue pour l'évaluation des éléments inscrits en comptabilité est la méthode des coûts historiques.

Immobilisations corporelles

Les immobilisations sont évaluées à leur coût d'acquisition (Prix d'achat et frais accessoires)

Les amortissements pour dépréciation sont calculés suivant le mode linéaire ou dégressif en fonction de la durée de vie prévue.

- Construction _____ ans
- Agencement et aménagement des constructions _____ ans
- Installations industrielles _____ ans
- Matériel et outillage _____ ans
- Matériel de transport _____ ans
- Mobilier de bureau 5 ans
- Autres 2 à 3 ans

Participation, autres titres immobilisés, valeurs mobilières de placement

La valeur brute est constituée par le coût d'achat hors frais accessoires. Lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur brute, une provision pour dépréciation est constituée du montant de la différence.

Créances

Les créances sont valorisées à leur valeur nominale. Une provision pour dépréciation est pratiquée lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur comptable.

Opérations en devises

Les charges et produits en devises sont enregistrés pour leur contrevaletur à la date de l'opération.

Les dettes, créances, disponibilités en devises figurent au bilan pour leur contrevaletur au cours de fin d'exercice. La différence résultant de l'actualisation des dettes et créances en devises à ce dernier cours est portée au bilan en "écart de conversion".

Les pertes latentes de change non compensées font l'objet d'une provision pour risques, en totalité ou partiellement.

Changement de méthodes

Aucun changement n'est intervenu par rapport au précédent exercice.

Autres informations

Emission de bons de souscription d'actions

Première émission de bons de souscription de parts de créateur d'entreprise :

Montant de l'émission : 0 €

Nombre de bons émis : 395

Prix d'exercice : chaque bon donne droit de souscrire à une action de la Société moyennant le paiement d'une somme de 2 €

Date limite d'exercice : 21 novembre 2005

Nombre de bons annulés : 50

Nombre de bons en circulation au 30 juin 2004 : 345

Augmentation de capital potentielle : 345 actions de 2 € soit un montant total de 690 €

Deuxième émission de bons de souscription de parts de créateur d'entreprise :

Montant de l'émission : 0 €

Nombre de bons émis : 147

Prix d'exercice : chaque bon donne droit de souscrire à une action de la Société moyennant le paiement d'une somme de 144,16 €

Date limite d'exercice : 12 octobre 2006

Nombre de bons annulés : 0

Nombre de bons en circulation : 147

Augmentation de capital potentielle : 147 actions au prix de 144,16 € soit 21 191,52 € dont une prime d'émission de 20 897,52 €

Chiffre d'affaires réalisé par échange

7 500 € HT

IMMOBILISATIONS

Cadre A		Valeur brute début d'exercice	Augmentations		
			Réévaluations	Acquisitions	
Immobilisations incorporelles					
Frais d'établissement, de recherche et développement	Total I	10 909.19			
Autres postes d'immobilisations incorporelles	Total II	86 571.08			
Immobilisations corporelles					
Matériel de bureau et informatique, mobilier		39 810.45		51 172.09	
	Total III	39 810.45		51 172.09	
Immobilisations financières					
Prêts et autres immobilisations financières		49 730.71		155	
	Total IV	49 730.71		155.00	
TOTAL GENERAL (I + II + III + IV)		187 021.43		51 327.09	
Cadre B		Diminutions		Valeur brute	Réévaluations
		Par virement	Par cession	fin d'exercice	Valeur d'origine
Immobilisations incorporelles					
Frais d'établissement, de recherche et développement	(I)			10 909.19	
Autres postes d'immobilisations incorporelles	(II)			86 571.08	
Immobilisations corporelles					
Matériel de bureau et informatique, mobilier			152.5	90 830.04	
	Total III		152.50	90 830.04	
Immobilisations financières					
Prêts et autres immobilisations financières				49 885.71	
	Total IV			49 885.71	
TOTAL GENERAL (I + II + III + IV)			152.50	238 196.02	

AMORTISSEMENTS

Cadre A		SITUATION ET MOUVEMENTS DE L'EXERCICE				
IMMOBILISATIONS AMORTISSABLES		Valeur en début d'exercice	Augmentations Dotations	Diminutions Sorties / Reprises	Valeur en fin d'exercice	
Immobilisations incorporelles						
Frais d'établissement recherche développ.	Total I	10 511.50	397.69		10 909.19	
Autres immobilisations incorporelles	Total II	70 884.01	11 192.52		82 076.53	
Immobilisations corporelles						
Matériel de bureau et informatique, mobilier		15 610.24	16 398.44	39.48	31 969.20	
	Total III	15 610.24	16 398.44	39.48	31 969.20	
TOTAL GENERAL (I + II + III)		97 005.75	27 988.65	39.48	124 954.92	
Cadre B		VENTILATIONS DES DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS DE L'EXERCICE			Cadre C	PROV. AMORT. DEROGATOIRES
IMMOBILISATIONS AMORTISSABLES	Amortissements linéaires	Amortissements dégressifs	Amortissements exceptionnels	Dotations	Reprises	
Immobilisations incorporelles						
Frais d'établiss., recherche développ.	(I)	397.69				
Aut. immobilisations incorporelles	(II)	11 192.52				
Immobilisations corporelles						
Matériel bureau et informatique, mobilier		16 398.44				
	Total III	16 398.44				
TOTAL GENERAL (I + II + III)		27 988.65				
Cadre D		Montant net début d'exercice	Augmentations	Dotations exercice aux amort.	Montant net en fin d'exercice	
Charges à répartir sur plusieurs exercices		327.04	0.02	327.06		

PROVISIONS INSCRITES AU BILAN	Montant au début de l'exercice	Augmentations : Dotations exercice	Diminutions : Reprises exercice	Montant à la fin de l'exercice
Euros				
Provisions pour dépréciations				
Sur comptes clients	11 827.69		5 873.88	5 953.81
Total III	11 827.69		5 873.88	5 953.81
TOTAL GENERAL (I + II + III)	11 827.69		5 873.88	5 953.81
<i>Dont dotations et reprises</i>			5 873.88	
			- d'exploitation	
			- financières	
			- exceptionnelles	

ETAT DES CREANCES ET DES DETTES					
Cadre A	ETAT DES CREANCES	Montant brut	A 1 an au plus	A plus d'1 an	
De l'actif immobilisé					
Autres immobilisations financières		49 885.71			49 885.71
De l'actif circulant					
Clients douteux ou litigieux		7 120.76		7 120.76	
Autres créances clients		1 447 954.28		1 447 954.28	
Impôts sur les bénéfices		51 297.00		51 297.00	
Taxe sur la valeur ajoutée		96 437.77		96 437.77	
Charges constatées d'avance		8 054.71		8 054.71	
Total		1 660 750.23		1 610 864.52	49 885.71
Cadre B	ETAT DES DETTES	Montant brut	A 1 an au plus	De 1 à 5 ans	A plus de 5 ans
Emprunts et dettes financières diverses		96		96	
Fournisseurs et comptes rattachés		572 023.91		572 023.91	
Personnel et comptes rattachés		122 597.12		122 597.12	
Sécurité sociale et autres organismes sociaux		87 841.00		87 841.00	
Impôts sur les bénéfices		106 765.00		106 765.00	
Taxe sur la valeur ajoutée		257 999.78		257 999.78	
Autres impôts, taxes et versements assimilés		2 259.38		2 259.38	
Autres dettes		172 378.09		172 378.09	
Total		1 321 960.28	1 321 960.28		

DETAIL DES PRODUITS A RECEVOIR	30/06/04	30/06/03
Créances clients et comptes rattachés		
418100 CLIENTS PROD.NON ENC.FACT	150 728.85	113 694.56
Total	150 728.85	113 694.56
TOTAL GENERAL	150 728.85	113 694.56

DETAIL DES CHARGES A PAYER	30/06/04	30/06/03
Dettes fournisseurs et comptes rattachés		
408100 FOURN. FACT.NON PARVENUES	205 827.29	45 621.39
Total	205 827.29	45 621.39
Dettes fiscales et sociales		
428200 DETTES PROV./CONGES PAYES	21 041.00	14 051.00
428600 AUTRES CHARGES A PAYER	73 419.00	13 112.00
438200 CHARG.SOC./CONGES A PAYER	8 627.00	5 761.00
438600 AUTR.CHARG.SOCIAL.A PAYER	30 102.00	5 768.00
448600 ETAT CHARGES A PAYER	2 259.38	120
Total	135 448.38	38 812.00
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés		
408400 FOURN.IMMO.FACT.NON PARV.		3 588.00
Total		3 588.00
Autres dettes		
419800 RRR A ACCORD. AVR A ETABL	1 362.79	3 683.60
Total	1 362.79	3 683.60
TOTAL GENERAL	342 638.46	91 704.99

DETAIL DES CHARGES CONSTATEES D'AVANCE	30/06/04	30/06/03
486000 CHARGES CONSTAT. D'AVANCE	8 054.71	2 982.73
TOTAL GENERAL	8 054.71	2 982.73

COMPOSITION DU CAPITAL SOCIAL

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 - Article 24-12)

Différentes catégories de titres	Valeur nominale	Au début de l'exercice	Nombre de titres		En fin d'exercice
			Créés pendant l'exercice	Remboursés pendant exercice	
ACTIONS	2 EUROS	26 969			26 969

20.3 Comptes sociaux au 30 juin 2003

20.3.1 Bilan

BILAN ACTIF	30/06/03			30/06/02
	Euros	Brut	Amort. prov.	Net
ACTIF IMMOBILISE				
Immobilisations incorporelles				
Frais d'établissement	10 909.19	10 511.50	397.69	3 725.30
Concessions, brvts, licences, logiciels, drts & val. similaires	86 571.08	70 884.01	15 687.07	33 320.69
Immobilisations incorporelles en cours				2 286.70
Immobilisations corporelles				
Autres immobilisations corporelles	39 810.45	15 610.24	24 200.21	14 008.14
Immobilisations financières				
Autres immobilisations financières	49 730.71		49 730.71	
	187 021.43	97 005.75	90 015.68	53 340.83
ACTIF CIRCULANT				
Créances				
Clients et comptes rattachés	440 204.82	11 827.69	428 377.13	413 039.70
Autres créances	38 271.89		38 271.89	106 294.46
Valeurs mobilières de placement				
Autres titres	411 479.73		411 479.73	226 212.90
Disponibilités	34 472.93		34 472.93	33.99
Charges constatées d'avance	2 982.73		2 982.73	3 002.50
	927 412.10	11 827.69	915 584.41	748 583.55
Charges à répartir sur plusieurs exercices	327.04		327.04	3 668.47
TOTAL GENERAL	1 114 760.57	108 833.44	1 005 927.13	805 592.85

BILAN PASSIF	30/06/03	30/06/02
	Net	Net
CAPITAUX PROPRES		
Capital (dont versé : 53938)	53 938.00	53 938.00
Primes d'émission, de fusion, d'apport	826 571.10	826 571.10
Report à nouveau	-425 324.29	-383 755.23
Résultat de l'exercice (bénéfice ou perte)	165 007.94	-41 569.06
	620 192.75	455 184.81
DETTES (1)		
Emprunts et dettes auprès d'établissements de crédit (2)		40 795.50
Emprunts et dettes financières (3)	60 096.00	60 000.00
Avances et acomptes reçus sur commandes en cours	461.64	461.64
Fournisseurs et comptes rattachés	170 835.23	78 023.77
Dettes fiscales et sociales	145 095.44	117 207.13
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	3 588.00	23 920.00
Autres dettes	5 658.07	
Produits constatés d'avance (1)		30 000.00
	385 734.38	350 408.04
TOTAL GENERAL	1 005 927.13	805 592.85
(1) Dont à plus d'un an (a)	60 096.00	60 000.00
(1) Dont à moins d'un an (a)	325 176.74	289 946.40
(2) Dont concours bancaires courants et soldes créditeurs de banque		40 795.50
(a) A l'exception des avances et acomptes reçus sur commandes en cours		

20.3.2 Compte de résultat

COMPTE DE RESULTAT	30/06/03			30/06/02
	France	Exportation	Total	Total
Produits d'exploitation (1)				
Production vendue (services)	935 779.86	267.74	936 047.60	493 888.96
Chiffre d'affaires net	935 779.86	267.74	936 047.60	493 888.96
Subventions d'exploitation				1 830.00
Reprises sur provisions et transfert de charges			83.73	700.9
Autres produits			945.47	302.86
			937 076.80	496 722.72
Charges d'exploitation (2)				
Autres achats et charges externes (a)			418 976.71	308 419.13
Impôts, taxes et versements assimilés			2 437.00	1 799.40
Salaires et traitements			226 013.84	201 456.87
Charges sociales			90 630.65	78 550.77
- Sur immobilisations : dotations aux amortissements			41 190.51	37 288.58
- Sur actif circulant : dotations aux provisions			5 191.56	6 636.13
Autres charges			54.48	4.24
			784 494.75	634 155.12
RESULTAT D'EXPLOITATION			152 582.05	-137 432.40
Produits financiers				
Autres intérêts et produits assimilés (3)			6 977.88	8 017.79
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement			1 015.33	3 144.11
			7 993.21	11 161.90
Charges financières				
Intérêts et charges assimilées (4)			817.73	232.52
			817.73	232.52
RESULTAT FINANCIER			7 175.48	10 929.38
RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS			159 757.53	-126 503.02
Produits exceptionnels				
Sur opérations de gestion				1 542.96
				1 542.96
Charges exceptionnelles				
Sur opérations de gestion			2 603.59	
			2 603.59	
RESULTAT EXCEPTIONNEL			-2 603.59	1 542.96
Impôts sur les bénéfices			-7 854.00	-83 391.00
Total des produits			945 070.01	509 427.58
Total des charges			780 062.07	550 996.64
BENEFICE OU PERTE			165 007.94	-41 569.06

20.3.3 Tableau des flux de trésorerie

en K€	30.06.03	30.06.02
Résultat net	165	-42
Elimination des charges et produits sans incidence sur la trésorerie ou non liés à l'activité :		
Amortissements et provisions	46	44
Capacité d'autofinancement	211	2
Variation du besoin en fonds de roulement :		
Dettes fiscales et sociales	29	60
Dettes fournisseurs	73	-31
PCA et autres dettes	-24	30
Autres créances	68	-79
Créances clients	-21	-266
Avances et acomptes		
CCA		
Total	125	-286
Flux de trésorerie lié à l'exploitation	336	-284
Acquisitions d'immobilisations corporelles	-5	-3
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	-20	-13
Immobilisations financières	-50	
Trésorerie liée aux opérations d'investissements	-75	-16
Augmentation de capital		
Prime d'émission		
Dividendes		
Dettes financières : dépôts de garantie reçus		60
Trésorerie résultant des opérations de financement	0	60
Variation de trésorerie	261	-240
Trésorerie début de période	185	425
Trésorerie fin de période	446	185

20.3.4 Annexes

Règles et méthodes comptables

(Décret n° 83-1020 du 29-11-1983 - articles 7, 21, 24 début, 24-1, 24-2 et 24-3)

Au bilan avant répartition de l'exercice clos le 30/06/2003 dont le total est de 1 005 927,13 euros et au compte de résultat de l'exercice, présenté sous forme de liste, et dégageant un résultat de :165 007,94 euros.

L'exercice a une durée de 12 mois, recouvrant la période du 01/07/2002 au 30/06/2003.

Les notes ou tableaux ci-après font partie intégrante des comptes annuels.

Ces comptes annuels ont été établis le 30 septembre 2003.

Faits caractéristiques de l'exercice

Néant

Evénements significatifs postérieurs à compter de la clôture

Néant

Les conventions générales comptables ont été appliquées, dans le respect du principe de prudence, conformément aux hypothèses de bases :
 continuité de l'exploitation,
 permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre,
 indépendance des exercices,

et conformément aux règles générales d'établissement et de présentation des comptes annuels.

La méthode de base retenue pour l'évaluation des éléments inscrits en comptabilité est la méthode des coûts historiques.

Immobilisations incorporelles

Les immobilisations sont évaluées à leur coût d'acquisition (prix d'achat et frais accessoires)

Les amortissements pour dépréciation sont calculés suivant le mode linéaire ou dégressif en fonction de la durée de vie prévue

Frais d'établissements	3 ans
Logiciels	1 à 3 ans

Immobilisations corporelles

Les immobilisations sont évaluées à leur coût d'acquisition (Prix d'achat et frais accessoires)

Les amortissements pour dépréciation sont calculés suivant le mode linéaire ou dégressif en fonction de la durée de vie prévue.

Construction	___ ans
Agencements et aménagts des constructions	___ ans
Installations industrielles	___ ans
Matériel et outillage	___ ans
Matériel de transport	___ ans
Mobilier de bureau	5 ans
Autres	2 à 3 ans

Participation, autres titres immobilisés, valeurs mobilières de placement

La valeur brute est constituée par le coût d'achat hors frais accessoires. Lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur brute, une provision pour dépréciation est constituée du montant de la différence.

Créances

Les créances sont valorisées à leur valeur nominale. Une provision pour dépréciation est pratiquée lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur comptable.

Opérations en devises

Les charges et produits en devises sont enregistrés pour leur contre-valeur à la date de l'opération.

Les dettes, créances, disponibilités en devises figurent au bilan pour leur contre-valeur au cours de fin d'exercice. La différence résultant de l'actualisation des dettes et créances en devises à ce dernier cours est portée au bilan en "écart de conversion".

Les pertes latentes de change non compensées font l'objet d'une provision pour risques, en totalité ou partiellement.

Changement de méthodes

Aucun changement n'est intervenu par rapport au précédent exercice.

Autres informations

Emission de bons de souscription d'actions :

Première émission de bons de souscription de parts de créateur d'entreprise :

Montant de l'émission : 0 €

Nombre de bons émis : 395

Prix d'exercice : chaque bon donne droit de souscrire à une action de la société moyennant le

paiement d'une somme de 2 €
 Date limite d'exercice : 21 novembre 2005
 Nombre de bons annulés : 50
 Nombre de bons en circulation au 30 juin 2003 : 345
 Augmentation de capital potentielle : 345 actions de 2 € soit un montant total de 690 €

Deuxième émission de bons de souscription de parts de créateur d'entreprise :
 Montant de l'émission : 0 €
 Nombre de bons émis : 147
 Prix d'exercice : chaque bon donne droit de souscrire à une action de la société moyennant le paiement d'une somme de 144,16 €
 Date limite d'exercice : 12 octobre 2006
 Nombre de bons annulés : 0
 Nombre de bons en circulation : 147
 Augmentation de capital potentielle : 147 actions au prix de 144,16 € soit 21 191,52 € dont une prime d'émission de 20 897,52 €

Chiffre d'affaire réalisé par échange
 Montant total H.T. 3 519 €

IMMOBILISATIONS				
Cadre A				
		Valeur brute début d'exercice	Augmentations	
			Réévaluations	Acquisitions
Immobilisations incorporelles				
Frais d'établissement, de recherche et développement	Total I	10 909.19		
Autres postes d'immobilisations incorporelles	Total II	81 771.08		4 800.00
Immobilisations corporelles				
Matériel de bureau et informatique, mobilier		19 817.23		19 993.22
	Total III	19 817.23		19 993.22
Immobilisations financières				
Prêts et autres immobilisations financières				49 730.71
	Total IV			49 730.71
TOTAL GENERAL (I + II + III + IV)		112 497.50		74 523.93
Cadre B				
		Diminutions		Valeur brute
		Par virement	Par cession	fin d'exercice
				Réévaluations Valeur d'origine
Immobilisations incorporelles				
Frais d'établissement, de recherche et développement	(I)			10 909.19
Autres postes d'immobilisations incorporelles	(II)			86 571.08
Immobilisations corporelles				
Matériel de bureau et informatique, mobilier				39 810.45
	Total III			39 810.45
Immobilisations financières				
Prêts et autres immobilisations financières				49 730.71
	Total IV			49 730.71
TOTAL GENERAL (I + II + III + IV)				187 021.43

AMORTISSEMENTS					
Cadre A		SITUATION ET MOUVEMENTS DE L'EXERCICE			
IMMOBILISATIONS AMORTISSABLES		Valeur en début d'exercice	Augmentations Dotations	Diminutions Sorties / Reprises	Valeur en fin d'exercice
Immobilisations incorporelles					
Frais d'établissement recherche développ.	Total I	7 183.89	3 327.61		10 511.50
Autres immobilisations incorporelles	Total II	46 163.69	24 720.32		70 884.01
Immobilisations corporelles					
Matériel de bureau et informatique, mobilier		5 809.09	9 801.15		15 610.24
	Total III	5 809.09	9 801.15		15 610.24
TOTAL GENERAL (I + II + III)		59 156.67	37 849.08		97 005.75
Cadre B			Cadre C		PROV. AMORT. DEROGATOIRES
VENTILATIONS DES DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS DE L'EXERCICE					
IMMOBILISATIONS AMORTISSABLES	Amortissements linéaires	Amortissements dégressifs	Amortissements exceptionnels	Dotations	Reprises
Immobilisations incorporelles					
Frais d'établiss., recherche développ.	(I) 3 327.61				
Aut. immobilisations incorporelles	(II) 24 720.32				
Immobilisations corporelles					
Matériel bureau et informatique, mobilier	9 801.15				
	Total III	9 801.15			
TOTAL GENERAL (I + II + III)		37 849.08			
Cadre D		Montant net début d'exercice	Augmentations	Dotations exercice aux amort.	Montant net en fin d'exercice
MOUVEMENTS DES CHARGES A REPARTIR S/ PLUSIEURS EXERCICES					
Charges à répartir sur plusieurs exercices		3 668.47		3 341.43	327.04

PROVISIONS INSCRITES AU BILAN	Montant au début de l'exercice	Augmentations : Dotations exercice	Diminutions : Reprises exercice	Montant à la fin de l'exercice
Euros				
Provisions pour dépréciations				
Sur comptes clients	6 636.13			
	Total III	6 636.13		
TOTAL GENERAL (I + II + III)		6 636.13		

ETAT DES CREANCES ET DES DETTES							
Cadre A		ETAT DES CREANCES		Montant brut	A 1 an au plus	A plus d'1 an	
De l'actif immobilisé							
Autres immobilisations financières				49 730.71		49 730.71	
De l'actif circulant							
Clients douteux ou litigieux				14 145.92	14 145.92		
Autres créances clients				426 058.90	426 058.90		
Impôts sur les bénéfices				7 854.00	7 854.00		
Taxe sur la valeur ajoutée				30 417.89	30 417.89		
Charges constatées d'avance				2 982.73	2 982.73		
Total				531 190.15	481 459.44	49 730.71	
Cadre B		ETAT DES DETTES		Montant brut	A 1 an au plus	De 1 à 5 ans	A plus de 5 ans
Emprunts et dettes financières diverses				60096		60 096.00	
Fournisseurs et comptes rattachés				170 835.23	170 835.23		
Personnel et comptes rattachés				28 365.95	28 365.95		
Sécurité sociale et autres organismes sociaux				41 199.00	41 199.00		
Taxe sur la valeur ajoutée				75 410.49	75 410.49		
Autres impôts, taxes et versements assimilés				120.00	120.00		
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés				3 588.00	3 588.00		
Autres dettes				5 658.07	5 658.07		
Total				385 272.74	325 176.74	60 096.00	

DETAIL DES PRODUITS A RECEVOIR			30/06/03	30/06/02
Créances clients et comptes rattachés				
418100 CLIENTS PROD.NON ENC.FACT			113 694.56	16 259.30
Total			113 694.56	16 259.30
Autres créances				
448700 ETAT PRODUITS A RECEVOIR				2 188.68
Total				2 188.68
TOTAL GENERAL			113 694.56	18 447.98

DETAIL DES CHARGES A PAYER		30/06/03	30/06/02
Dettes fournisseurs et comptes rattachés			
408100 FOURN. FACT.NON PARVENUES		45 621.39	45 362.62
Total		45 621.39	45 362.62
Dettes fiscales et sociales			
428200 DETTES PROV./CONGES PAYES		14 051.00	12 331.00
428600 AUTRES CHARGES A PAYER		13 112.00	
438200 CHARG.SOC./CONGES A PAYER		5 761.00	4 932.00
438600 AUTR.CHARG.SOCIAL.A PAYER		5 768.00	885.50
448600 ETAT CHARGES A PAYER		120.00	
Total		38 812.00	18 148.50
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés			
408400 FOURN.IMMO.FACT.NON PARV.		3 588.00	
Total		3 588.00	
Autres dettes			
419800 RRR A ACCORD. AVR A ETABL		3 683.60	
Total		3 683.60	
TOTAL GENERAL		91 704.99	63 511.12

DETAIL DES CHARGES CONSTATEES D'AVANCE		30/06/03	30/06/02
486000 CHARGES CONSTAT. D'AVANCE		2 982.73	3 002.50
TOTAL GENERAL		2 982.73	3 002.50

COMPOSITION DU CAPITAL SOCIAL

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 - Article 24-12)

Différentes catégories de titres	Valeur nominale	Au début de l'exercice	Nombre de titres		En fin d'exercice
			Créés pendant l'exercice	Remboursés pendant exercice	
ACTIONS	2 EUROS	26 969			26 969

20.4 Vérification des informations financières historiques

20.4.1 Rapports du Commissaire aux comptes relatifs à l'exercice clos le 30 juin 2005

Rapport général
(Prévu par l'article L.225-235 du Code de commerce)

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée générale, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 30 juin 2005, sur :

- le contrôle des comptes annuels de la société Millemercis, tels qu'ils sont joints au présent rapport,
- la justification de nos appréciations,
- les vérifications spécifiques et les informations prévues par la loi.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le Conseil d'administration. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

1. Opinion sur les comptes annuels

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

2. Justification des appréciations

En application des dispositions de l'article L.823-9 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

- La note I.1 de l'annexe expose les règles et méthodes relatives à l'activation et à l'amortissement des valeurs incorporelles et précise que les coûts de création de logiciels ne sont pas activés, en l'absence d'un suivi approprié au 30 juin 2005. Dans le cadre de notre appréciation des règles et principes comptables suivis par votre société, nous avons vérifié le caractère approprié des méthodes comptables visées ci-dessus et des informations fournies en annexe.
- La note I.2 de l'annexe précise qu'en l'absence d'une évaluation suffisamment fiable, les encours de production ne sont pas activés et indique que cette valeur est peu significative à l'ouverture et à la clôture de l'exercice. Nous nous sommes assurés du caractère non significatif de ces encours et nous avons vérifié le caractère approprié des informations fournies en annexe.

Nous précisons par ailleurs que les observations formulées dans le rapport du Commissaire aux comptes sur les procédures de contrôle interne mentionnées dans le rapport de votre Président (article L.225-37), portant sur certaines faiblesses du contrôle

interne, nous ont amenés à effectuer des contrôles substantifs étendus sur les opérations concernées.

Les appréciations que nous avons portées sur ces éléments s'inscrivent dans le cadre de notre démarche d'audit des comptes annuels, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de l'opinion sans réserve, exprimée dans la première partie de ce rapport.

3. Vérifications et informations spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du Conseil d'administration, et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels.

Paris, le 9 décembre 2005

L'auditeur contractuel
Bellot Mullenbach & Associés

Le Commissaire aux comptes
Goubault - Gambert

Eric Blache
Expert-comptable
Commissaire aux comptes

Pierre Gambert
Commissaire aux comptes
Membre de la Compagnie Régionale de Rouen

Rapport spécial du Commissaire aux comptes

Exercice 2004 - 2005

En qualité de Commissaire aux comptes de votre société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions réglementées.

En application de l'article L.225-40 du Code de commerce, nous avons été avisés des conventions qui ont fait l'objet de l'autorisation préalable de votre Conseil d'administration.

Il ne nous appartient pas de rechercher l'existence éventuelle d'autres conventions mais de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de celles dont nous avons été avisés, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé. Il vous appartient, selon les termes de l'article 92 du décret du 23 mars 1967, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations fournies avec les documents de base dont elles sont issues.

I - CONVENTION CONCLUE DANS L'EXERCICE

Nous vous informons qu'il ne nous a été donné avis d'aucune convention visée à l'article L.225-38 du Code de commerce.

Par ailleurs, en application du décret du 23 mars 1967, nous avons été informés que l'exécution des conventions suivantes, approuvées au cours d'exercices antérieurs, s'est poursuivie au cours du dernier exercice.

II - CONVENTIONS CONCLUES ANTERIEUREMENT

Actionnaire concerné : Monsieur Marc Simoncini

Avec la société Meetic Ilius

La société Meetic Ilius, dont Monsieur Marc Simoncini est actionnaire, a facturé des prestations de services à Millemercis SA pour un montant de 195.981,00 euros.

La société Millemercis SA a facturé des prestations de services à la société Meetic Ilius pour un montant de 101.949,47 euros.

Fait à Bois-Guillaume le 8 décembre 2005
Le Commissaire aux comptes
Pierre Gambert

20.4.2 Rapports du Commissaire aux comptes relatifs à l'exercice clos le 30 juin 2004

Rapport général du Commissaire aux comptes

Exercice 2003 – 2004

En exécution de la mission qui nous a été confiée lors de la signature des statuts le 11 février 2000, nous avons l'honneur de vous présenter notre rapport relatif à l'exercice couvrant la période du 1er juillet 2003 au 30 juin 2004 sur :

- Le contrôle des comptes annuels de la Société "Millemercis S.A." tels qu'ils sont joints au présent rapport,
- La justification de nos appréciations,
- Les vérifications et informations spécifiques prévues par la loi.

Les comptes annuels ont été arrêtés par votre Conseil d'administration. Il nous appartient sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

I – Contrôle des comptes annuels

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard de règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la Société à la fin de cet exercice.

II – Justification des appréciations

En application des dispositions de l'article L225-235 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, introduites par la loi de sécurité financière du 1er août 2003 et applicables pour la première fois à cet exercice, les appréciations auxquelles nous avons procédé pour émettre l'opinion ci-dessus, portant notamment sur les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes, ainsi que leur présentation d'ensemble, n'appellent pas de commentaire particulier.

III – Vérifications et informations spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du Président et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels.

Fait à Bois-Guillaume le 23 novembre 2004
Pour la SARL Goubault-Gambert
Le Commissaire aux comptes
Pierre Gambert

Rapport spécial du Commissaire aux comptes

Exercice 2003 - 2004

En qualité de Commissaire aux comptes de votre société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions réglementées.

En application de l'article L.225-40 du Code de commerce, nous avons été avisés des conventions qui ont fait l'objet de l'autorisation préalable de votre Conseil d'administration.

Il ne nous appartient pas de rechercher l'existence éventuelle d'autres conventions mais de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de celles dont nous avons été avisés, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé. Il vous appartient, selon les termes de l'article 92 du décret du 23 mars 1967, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations fournies avec les documents de base dont elles sont issues.

I- Convention conclue dans l'exercice

Nous vous informons qu'il ne nous a été donné avis d'aucune convention visée à l'article L.225-38 du Code de commerce.

Par ailleurs, en application du décret du 23 mars 1967, nous avons été informés que l'exécution des conventions suivantes, approuvées au cours d'exercices antérieurs, s'est poursuivie au cours du dernier exercice.

II – Conventions conclues antérieurement

Actionnaire concerné : Monsieur Marc Simoncini

Avec la société Meetic Ilius

La société Meetic Ilius, dont Monsieur Marc Simoncini est actionnaire, a facturé des prestations de services à Millemercis SA pour un montant de 19.104,90 TTC.

La société Millemercis SA a facturé des prestations de services à la société Meetic Ilius pour un montant de 27.003,29 euros TTC.

La société Meetic Ilius, dont Monsieur Marc Simoncini est actionnaire, a facturé des prestations de services à Millemercis SA pour un montant de 104.830,60 TTC.

Fait à Bois-Guillaume le 23 novembre 2004
Le Commissaire aux comptes
Pierre Gambert

20.4.3 Rapports du Commissaire aux comptes relatifs à l'exercice clos le 30 juin 2003

Rapport général du Commissaire aux comptes

Exercice 2002 - 2003

En exécution de la mission qui nous a été confiée lors de la signature des statuts le 11 février 2000, nous avons l'honneur de vous présenter notre rapport relatif à l'exercice couvrant la période du 1er juillet 2002 au 30 juin 2003 sur :

Le contrôle des comptes annuels de la Société "Millemercis S.A." tels qu'ils sont joints au présent rapport,

Les vérifications et informations spécifiques prévues par la loi,

Les comptes annuels ont été arrêtés par votre Conseil d'administration. Il nous appartient sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

I – Contrôle des comptes annuels

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard de règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

II – Vérifications et informations spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du Conseil d'administration et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels.

Fait à Bois-Guillaume le 4 novembre 2003
Pour la SARL Goubault-Gambert
Le Commissaire aux comptes
Pierre Gambert

Rapport spécial du Commissaire aux comptes

Exercice 2002 - 2003

En qualité de Commissaire aux comptes de votre société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions réglementées.

En application de l'article L.225-40 du Nouveau Code de commerce, nous avons été avisés des conventions qui ont fait l'objet de l'autorisation préalable de votre Conseil d'administration.

Il ne nous appartient pas de rechercher l'existence éventuelle d'autres conventions mais de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de celles dont nous avons été avisés, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé. Il vous appartient, selon les termes de l'article 92 du décret du 23 mars 1967, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations fournies avec les documents de base dont elles sont issues.

I – Convention conclue dans l'exercice

Nous vous informons qu'il ne nous a été donné avis d'aucune convention visée à l'article L.225-38 (L225-86 ou L223-19) du Nouveau Code de commerce.

Par ailleurs, en application du décret du 23 mars 1967, nous avons été informés que l'exécution des conventions suivantes, approuvées au cours d'exercices antérieurs, s'est poursuivie au cours du dernier exercice.

II – Conventions conclues antérieurement

Actionnaire concerné Marc Simoncini
Actionnaire détenant plus de 5% des parts Millemercis

La société Ilius, dont Monsieur Simoncini est actionnaire, a facturé des prestations de services à Millemercis SA pour un montant HT de 57.945 euros.

La société Millemercis a facturé des prestations de services à la société Ilius pour un montant H.T. de 27.667,70 euros.

Ces prestations ont été facturées au prix du marché.

Fait à Bois-Guillaume le 4 novembre 2003
Le Commissaire aux comptes
Pierre Gambert

20.5 Rapports de gestion établis par le Conseil d'administration

20.5.1 Rapport de gestion relatif à l'exercice clos le 30 juin 2005

Rapport de gestion
établi par le Conseil d'administration
et présenté à l'Assemblée générale du 23 décembre 2005

Mesdames, Messieurs,

Conformément à la loi et aux statuts, nous vous avons réunis en Assemblée générale afin de vous rendre compte de la situation et de l'activité de notre Société durant l'exercice clos le 30 juin 2005 et de soumettre à votre approbation les comptes annuels dudit exercice.

Nous vous donnerons toutes précisions et tous renseignements complémentaires concernant les pièces et documents prévus par la réglementation en vigueur et qui ont été tenus à votre disposition dans les délais légaux.

Vous prendrez ensuite connaissance des rapports du Commissaire aux comptes.

Activité de la Société

- Situation et évolution de l'activité de la Société au cours de l'exercice
Durant l'exercice clos le 30 juin 2005, la Société a réalisé un chiffre d'affaires de 4.103.033 euros contre 2.097.170 euros au titre de l'exercice précédent.

L'activité de la société est répartie en deux secteurs d'activité :

- La publicité interactive
- Le marketing interactif

La publicité interactive

Cette activité consiste à monétiser l'audience des sites Internet en commercialisant leurs bases de données d'adresses e-mail, postales et de SMS.

Cette activité représente environ 47 % du chiffre d'affaires de la Société. Elle bénéficie d'un fort effet de levier.

Au cours de l'exercice clos le 30 juin 2005, le Programme Elisa est passé de 14 à 20 partenaires et compte aujourd'hui plus de 6 millions d'adresses en Europe. Elisa est un programme opt-in d'envoi d'offres promotionnelles ciblées par e-mail, SMS et courrier postal. Cette base de données est la première base de données comportementales mutualisée en France.

Il convient de noter que le Programme Elisa est également commercialisé en Espagne depuis le mois de février 2005.

Les bases de données des sites Internet édités par la Société, www.millemercis.com et www.millemercismariage.com, qui sont la propriété de la Société, sont intégrées au Programme Elisa.

Le site www.millemercis.com permet à ses membres de créer des listes de cadeaux qu'ils souhaitent se voir offrir.

Le site www.millemercismariage.com a pour activité la création de listes de mariage.

Au-delà de la monétisation de leur audience, les sites Internet de la Société sont les laboratoires de tests et d'apprentissage en matière de publicité interactive, statistiques, et bases de données de la Société.

Le marketing interactif

Cette activité consiste dans la collecte, le traitement et l'exploitation de données pour le compte de tiers.

Elle représente environ 52% du chiffre d'affaires de la Société et bénéficie d'une forte rémanence grâce à la signature de contrats annuels.

Cette activité s'est fortement développée en cours d'exercice grâce à la notoriété de Millemercis sur le secteur.

Les principales opérations réalisées dans ce secteur consistent en des opérations de collecte de prospects ou de clients, des programmes de conversion de prospects en clients, des opérations de fidélisation de clients, des études de segmentation et des questionnaires de satisfaction ou de qualification.

- Evénements survenus depuis la clôture de l'exercice.

La survenance d'aucun événement important n'est à signaler depuis la clôture de l'exercice.

Il convient toutefois de noter l'exercice par Messieurs Julien Chailloux et Sylvain Emery de respectivement 215 et 130 BSPCE. L'augmentation de capital de 690 euros en résultant a été constatée par le Conseil d'administration du 8 novembre 2005.

Par ailleurs, le siège social de la société a été transféré au 28 rue de Châteaudun – 75009 Paris.

- Evolution prévisible et perspectives d'avenir

L'activité de la Société devrait continuer à croître très fortement autour de ses deux secteurs d'activité, à la fois du fait de l'augmentation du flux d'affaires réalisé avec chaque client et d'un accroissement significatif du nombre de clients.

A l'instar de la commercialisation du Programme Elisa en Espagne depuis le mois de février 2005, la société envisage de développer son activité dans d'autres pays en particulier européens.

- Activité en matière de recherche et de développement

Au cours de l'exercice, la Société a poursuivi ses activités en matière de Recherche et Développement dans les directions suivantes :

- Comportement de réaction des internautes face à l'e-mailing
- Impact de la personnalisation sur le comportement des consommateurs sur Internet (filtrage collaboratif ...)
- Collecte de données sur Internet (notamment OCPID, Outil de Collecte des Préférences Individuelles Déclarées)
- Marketing viral international
- Valeur client et satisfaction sur Internet

Elle a dépensé à ce titre 446.785 euros en matière de Recherche et Développement et a ainsi bénéficié d'un crédit impôt recherche d'un montant de 97.398 euros sur l'exercice.

Résultats - Affectation

- Examen des comptes et résultats

Nous allons maintenant vous présenter en détail les comptes annuels que nous soumettons à votre approbation et qui ont été établis conformément aux règles de présentation et aux méthodes d'évaluation prévues par la réglementation en vigueur.

Les règles et méthodes d'établissement des comptes annuels sont identiques à celles retenues pour les exercices précédents.

Un rappel des comptes de l'exercice précédent est fourni à titre comparatif.

Au cours de l'exercice clos le 30 juin 2005, le chiffre d'affaires s'est élevé à 4.103.033 euros contre 2.097.170 euros pour l'exercice précédent.

Le montant des traitements et salaires s'élève à 680.312 euros contre 392.094 euros pour l'exercice précédent.

Le montant des cotisations sociales et avantages sociaux s'élève à 181.156 euros contre 158.753 euros pour l'exercice précédent.

L'effectif salarié s'élève à 17 au 30 juin 2005.

Les charges d'exploitation de l'exercice ont atteint au total 2.511.553 euros contre 1.446.395 euros pour l'exercice précédent.

Le résultat d'exploitation ressort pour l'exercice à 1.592.065 euros contre 658.953 euros pour l'exercice précédent.

Quant au résultat courant avant impôts, tenant compte du résultat financier de 24.023 euros, il s'établit à 1.616.088 euros contre 667.913 euros pour l'exercice précédent.

Après prise en compte :

- du résultat exceptionnel de 30.467 euros
- d'un impôt sur les sociétés de 361.892 euros,
l'exercice clos le 30 juin 2005 se traduit par un bénéfice de 1.284.663 euros contre 610.168 euros pour l'exercice précédent.

La Société a en outre bénéficié pour la première fois au cours de l'exercice du statut des jeunes entreprises innovantes (JEI) et a comptabilisé les réductions suivantes de charges sociales et d'impôt sur les sociétés :

- Exonérations de charges sociales pour la période du 1er juillet 2004 au 30 juin 2005 : 86.989 euros comptabilisés en diminution des charges sociales,
- Exonérations de charges sociales pour la période du 1er janvier 2004 au 30 juin 2004 : 30.956 euros comptabilisés en produit exceptionnel sur opérations de gestion, la période concernée étant antérieure à l'ouverture de l'exercice social,
- Exonération d'impôt sur les sociétés : 100.000 euros comptabilisés en réduction de la charge d'impôt sur les sociétés.

Comme indiqué dans les annexes, les avoirs à émettre de 66.000 euros ont été comptabilisés en charges externes ce qui n'a donc aucune incidence sur le résultat de l'exercice. Toutefois cette présentation est amenée à être modifiée à l'occasion du prochain exercice.

Durant cet exercice, la Capacité d'Autofinancement de la Société s'est élevée à 1.351.000 euros contre 632.000 euros au titre de l'exercice précédent.

▪ Proposition d'affectation du résultat

Nous vous proposons de bien vouloir approuver les comptes annuels (bilan, compte de résultat et annexe) tels qu'ils vous sont présentés et qui font apparaître un bénéfice de 1.284.663 euros.

Nous vous proposons également de bien vouloir approuver l'affectation suivante :

Bénéfice de l'exercice	1.284.663 euros
A la réserve légale	69 euros
Au report à nouveau	1.284.594 euros

Le compte "report à nouveau" s'élèverait ainsi à 1.629.052 euros.

Compte tenu de cette affectation, les capitaux propres de la Société seraient de 2.515.024 euros.

Afin de nous conformer aux dispositions de l'article 243 bis du Code général des impôts, nous vous rappelons qu'aucune distribution de dividende n'a été effectuée depuis la constitution de la Société.

▪ Dépenses non déductibles fiscalement

Conformément aux dispositions de l'article 223 quater du Code général des impôts, nous vous demandons enfin d'approuver les dépenses et charges visées à l'article 39-4 dudit code, qui s'élèvent à un montant global de 489 euros.

▪ Tableau des résultats

Au présent rapport est annexé, conformément aux dispositions de l'article 148 du décret du 23 mars 1967, le tableau faisant apparaître les résultats de la Société au cours de chacun des exercices clos depuis sa constitution.

Conventions visées à l'article L. 225-38 du Code de commerce

Nous vous précisons qu'aucune convention entrant dans le champ d'application de l'article L. 225-38 du Code de commerce n'a été conclue au cours de l'exercice écoulé.

Administration et contrôle de la Société

Nous vous précisons qu'aucun mandat d'administrateur ou de Commissaire aux comptes n'est arrivé à expiration.

▪ Liste des mandats et fonctions

Conformément aux dispositions de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce, nous vous présentons la liste de l'ensemble des mandats et fonctions exercés dans toute société par chacun des mandataires sociaux.

Mademoiselle Yseulys Costes et Monsieur Thibaut Munier ne détiennent aucun autre mandat social que celui qu'ils exercent dans la société.

Madame Cécile Moulard est gérante de « Sixième Continent », Société à Responsabilité Limitée au capital de 14.000 euros dont le siège social est situé 5, Boulevard d'Inkerman – 92200 Neuilly-sur-Seine.

▪ Rémunérations et avantages reçus par les mandataires sociaux

Conformément aux dispositions de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce, nous vous rendons compte de la rémunération totale et des avantages de toute nature reçus, durant l'exercice, par chaque mandataire social :

Mademoiselle Yseulys Costes : rémunération de 72.500 euros brut et remboursement de frais de 8.568 euros.

Monsieur Thibaut Munier : rémunération de 72.500 euros brut et remboursement de frais de 6.426 euros.

Madame Cécile Moulard n'a reçu aucune rémunération, ni avantages durant l'exercice.

Participation des salariés au capital

Nous vous indiquons, conformément aux dispositions de l'article L.225-102 du Code de commerce, qu'au dernier jour de l'exercice clos, le personnel de la Société ne possédait pas de participation dans le capital de la société.

Plan d'options consenti par la Société

Vous allez également être informés par votre Conseil d'administration, dans son rapport spécial établi conformément aux dispositions de l'article L. 225-184 du Code de commerce, des opérations réalisées en vertu des dispositions prévues aux articles L. 225-177 à L. 225-186 du Code de commerce concernant les options de souscription ou d'achat d'actions.

Ratification du transfert du siège social

Le Conseil d'administration a décidé le 8 novembre 2005 le transfert du siège social au 28 rue de Châteaudun – 75009 Paris sous réserve de la ratification de ce transfert par la prochaine Assemblée générale.

Nous vous demandons en conséquence de bien vouloir ratifier ce transfert.

Votre Conseil vous invite, après la lecture des rapports présentés par votre Commissaire aux comptes, à adopter les résolutions qu'il soumet à votre vote.

Le Conseil d'administration

20.5.2 Rapport de gestion relatif à l'exercice clos le 30 juin 2004

Rapport de gestion
établi par le Conseil d'administration
et présenté à l'Assemblée générale du 20 décembre 2004

Mesdames, Messieurs,

Conformément à la loi et aux statuts, nous vous avons réunis en Assemblée générale afin de vous rendre compte de la situation et de l'activité de notre Société durant l'exercice clos le 30 juin 2004 et de soumettre à votre approbation les comptes annuels dudit exercice.

Nous vous donnerons toutes précisions et tous renseignements complémentaires concernant les pièces et documents prévus par la réglementation en vigueur et qui ont été tenus à votre disposition dans les délais légaux.

Vous prendrez ensuite connaissance des rapports du Commissaire aux comptes.

Activité de la Société

- Situation et évolution de l'activité de la Société au cours de l'exercice
Durant l'exercice clos le 30 juin 2004, la Société a réalisé un chiffre d'affaires de 2.097.170 euros, ce qui représente une augmentation de 124 % du chiffre d'affaires par rapport à l'exercice précédent.

L'activité de la société est répartie en trois secteurs d'activité :

- L'édition de sites Internet,
- Le marketing direct,
- Le conseil.

Edition de sites

La Société édite deux sites Internet : www.millemercis.com et www.millemercismariage.com.

Le site Millemercis permet à ses membres de créer des listes de cadeaux qu'ils souhaitent se voir offrir.

Le site a augmenté significativement son nombre de membres sur l'exercice clos le 30 juin 2004. Il est à noter que le coût d'acquisition des nouveaux membres est de plus en plus faible compte tenu des progrès réalisés par la Société en matière de marketing viral.

Le site Millemercis est plus que jamais le laboratoire de tests et d'apprentissage en matière de marketing direct, statistiques, et bases de données de la Société.

Le site Millemercis Mariage, créé en cours d'exercice, a pour activité la création de listes de mariage. Cette première année d'exploitation a permis de vérifier la viabilité du modèle économique du site.

Le marketing direct

Cette activité, consistant en la location d'adresses e-mail, postales et SMS, représente environ 50 % du chiffre d'affaires de la Société.

Au cours de l'exercice clos le 30 juin 2004, la Société a développé son outil de marketing direct dénommé Elisa. Il s'agit d'un programme opt-in d'envoi d'offres promotionnelles ciblées par e-mail, SMS et courrier postal. Cette base de données est la première base de données comportementales mutualisée en France.

En fin d'exercice la base de données Elisa réunissait 14 partenaires et comportait environ 3,5 millions d'adresses.

Le conseil

Cette activité consiste dans la collecte, le traitement et l'exploitation de données pour le compte de tiers. Elle représente environ 44% du chiffre d'affaires de la Société.

Cette activité s'est fortement développée en cours d'exercice grâce à la notoriété croissante de Millemercis sur le secteur due à ses compétences reconnues en matière de marketing, statistique et bases de données.

- Evénements importants survenus depuis la clôture de l'exercice

La survenance d'aucun événement important n'est à signaler depuis la clôture de l'exercice.

- Evolution prévisible et perspectives d'avenir

L'activité de la Société devrait continuer à croître autour de ses trois secteurs d'activité.

- Activité en matière de recherche et de développement

Au cours de l'exercice, la Société a poursuivi ses activités en matière de Recherche et Développement dans les directions suivantes :

- la requalification des bases de données,
- le tracking online,
- le couplage des outils de tracking à des techniques statistiques.

Elle a dépensé à ce titre 245 000 euros en matière de Recherche et Développement.

Résultats - Affectation

- Examen des comptes et résultats

Nous allons maintenant vous présenter en détail les comptes annuels que nous soumettons à votre approbation et qui ont été établis conformément aux règles de présentation et aux méthodes d'évaluation prévues par la réglementation en vigueur.

Les règles et méthodes d'établissement des comptes annuels sont identiques à celles retenues pour les exercices précédents.

Un rappel des comptes de l'exercice précédent est fourni à titre comparatif.

Au cours de l'exercice clos le 30 juin 2004, le chiffre d'affaires s'est élevé à 2.097.170 euros contre 936.048 euros pour l'exercice précédent.

Le montant des traitements et salaires s'élève à 392.094 euros contre 226.014 euros pour l'exercice précédent.

Le montant des cotisations sociales et avantages sociaux s'élève à 158.753 euros contre 90.631 euros pour l'exercice précédent.

L'effectif salarié moyen s'élève à 9 contre 6 pour l'exercice précédent.

Les charges d'exploitation de l'exercice ont atteint au total 1.446.395 euros contre 784.495 euros pour l'exercice précédent.

Le résultat d'exploitation ressort pour l'exercice à 658.953 euros contre 152.582 euros pour l'exercice précédent.

Quant au résultat courant avant impôts, tenant compte du résultat financier de 8.960 euros, il s'établit à 667.913 euros contre 159.758 euros pour l'exercice précédent.

Après prise en compte :

- du résultat exceptionnel de - 102 euros contre - 2.604 euros pour l'exercice précédent,
- d'un impôt sur les sociétés de 57.643 euros,
l'exercice clos le 30 juin 2004 se traduit par un bénéfice de 610.168 euros contre un bénéfice de 165.008 euros pour l'exercice précédent.

▪ Proposition d'affectation du résultat

Nous vous proposons de bien vouloir approuver les comptes annuels (bilan, compte de résultat et annexe) tels qu'ils vous sont présentés et qui font apparaître un bénéfice 610.168 euros.

Nous vous proposons également de bien vouloir approuver l'affectation suivante :

Bénéfice de l'exercice	610.168 euros
Absorption des pertes antérieures	260.316 euros
Solde	349.852 euros
A la réserve légale	5.394 euros
Au report à nouveau	344.458 euros

Le compte "report à nouveau" s'élèverait ainsi à 344.458 euros.

Compte tenu de cette affectation, les capitaux propres de la Société seraient de 1.230.361 euros.

Afin de nous conformer aux dispositions de l'article 243 bis du Code général des impôts, nous vous rappelons qu'aucune distribution de dividende n'a été effectuée depuis la constitution de la Société.

▪ Dépenses non déductibles fiscalement

Conformément aux dispositions de l'article 223 quater du Code général des impôts, nous vous demandons enfin d'approuver les dépenses et charges visées à l'article 39-4 dudit code, qui s'élèvent à un montant global de 327 euros.

▪ Tableau des résultats

Au présent rapport est annexé, conformément aux dispositions de l'article 148 du décret du 23 mars 1967, le tableau faisant apparaître les résultats de la Société au cours de chacun des exercices clos depuis sa constitution.

Conventions visées à l'article L. 225-38 du Code de commerce

Nous vous précisons qu'aucune convention entrant dans le champ d'application de l'article L. 225-38 du Code de commerce n'a été conclue au cours de l'exercice écoulé.

Administration et contrôle de la Société

Nous vous précisons qu'aucun mandat d'administrateur ou de Commissaire aux comptes n'est arrivé à expiration.

- Liste des mandats et fonctions

Conformément aux dispositions de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce, nous vous présentons la liste de l'ensemble des mandats et fonctions exercés dans toute société par chacun des mandataires sociaux.

Mademoiselle Yseulys Costes et Monsieur Thibaut Munier ne détiennent aucun autre mandat social que celui qu'ils exercent dans la société.

Madame Cécile Moulard est gérante de « Sixième Continent », Société à Responsabilité Limitée au capital de 14.000 euros dont le siège social est situé 5, Boulevard d'Inkerman – 92200 Neuilly-sur-Seine.

- Rémunérations et avantages reçus par les mandataires sociaux

Conformément aux dispositions de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce, nous vous rendons compte de la rémunération totale et des avantages de toute nature reçus, durant l'exercice, par chaque mandataire social :

Mademoiselle Yseulys Costes : rémunération de 70.000 euros brut,

Monsieur Thibaut Munier : rémunération de 70.000 euros brut.

Madame Cécile Moulard n'a reçu aucune rémunération, ni avantages durant l'exercice.

Autorisation d'une augmentation de capital social au profit des salariés

Nous vous rappelons les dispositions de la loi sur l'Épargne Salariale n° 2001-152 du 19 février 2001, obligeant le Conseil d'administration à présenter un projet de résolution relative à une augmentation de capital réservée aux salariés, tous les trois ans lorsque les actions détenues par le personnel de la société et des sociétés qui lui sont liées au sens de l'article L.225-180 représentent moins de 3 % du capital.

Nous vous proposons donc de vous prononcer sur la réalisation d'une augmentation de capital réservée aux salariés de la société conformément aux dispositions de la loi précitée sur l'Épargne Salariale.

Nous vous précisons cependant ne pas y être favorables.

Participation des salariés au capital

Nous vous indiquons, conformément aux dispositions de l'article L.225-102 du Code de commerce, qu'au dernier jour de l'exercice clos, le personnel de la Société ne possédait pas de participation dans la société.

Plan d'options consenti par la Société

Vous allez également être informés par votre Conseil d'administration, dans son rapport spécial établi conformément aux dispositions de l'article L. 225-184 du Code de commerce, des opérations réalisées en vertu des dispositions prévues aux articles L. 225-177 à L. 225-186 du Code de commerce concernant les options de souscription ou d'achat d'actions.

Votre Conseil vous invite, après la lecture des rapports présentés par votre Commissaire aux comptes, à adopter les résolutions qu'il soumet à votre vote.

Le Conseil d'administration

20.5.3 Rapport de gestion relatif à l'exercice clos le 30 juin 2003

Rapport de gestion
établi par le Conseil d'administration
et présenté à l'Assemblée générale
ordinaire annuelle du 20 novembre 2003

Mesdames, Messieurs,

Conformément à la loi et aux statuts, nous vous avons réunis en Assemblée générale ordinaire Annuelle afin de vous rendre compte de la situation et de l'activité de notre Société durant l'exercice clos le 30 juin 2003 et de soumettre à votre approbation les comptes annuels dudit exercice.

Nous vous donnerons toutes précisions et tous renseignements complémentaires concernant les pièces et documents prévus par la réglementation en vigueur et qui ont été tenus à votre disposition dans les délais légaux.

Vous prendrez ensuite connaissance des rapports du Commissaire aux comptes.

Modalité d'exercice de la Direction générale

Conformément à l'article 148 du décret du 23 mars 1967, nous vous indiquons que votre Conseil d'administration a procédé au choix de l'une des deux modalités d'exercice de la Direction générale prévues à l'article L. 225-51-1 du Code de commerce.

Le Conseil a décidé d'opter pour le cumul des fonctions de Président du Conseil d'administration et de Directeur général. En conséquence Mademoiselle Yseulys Costes assume sous sa responsabilité la Direction générale de la Société.

En application de l'article 18 des statuts, cette option restera valable jusqu'à l'expiration du mandat d'administrateur de Mademoiselle Yseulys Costes.

Sauf modification du mode d'exercice de la Direction générale, la présente indication ne sera pas reprise dans les rapports ultérieurs.

Activité de la Société

- Situation et évolution de l'activité de la Société au cours de l'exercice

Durant l'exercice clos le 30 juin 2003, la Société a réalisé un chiffre d'affaires de 936 048 euros, ce qui représente une augmentation de 98,5 % du chiffres d'affaires par rapport à l'exercice précédent.

La location d'adresses e-mail et postales représente presque la moitié du chiffres d'affaires. Les prestations de conseil consistant dans la collecte, le traitement et l'exploitation de données pour le compte de tiers représente 40 % du chiffre d'affaires. Le solde est constitué par des prestations de conseil diverses et des commissions sur vente.

- Evolution prévisible et perspectives d'avenir

Le marché du marketing en général a souffert d'une conjoncture internationale défavorable qui semble devoir s'améliorer. La marché du marketing en ligne se développe mais reste fragilisé par la présence d'acteurs n'ayant pas atteint la taille critique leur permettant de stabiliser le prix de leurs prestations.

Pour ce qui est de Millemercis, l'augmentation des volumes d'adresses disponibles à la location devrait permettre d'augmenter sensiblement l'activité de location d'adresses.

Concernant notre activité de conseil, les multiples références en matière de collecte, traitement et exploitation de bases de données ainsi que les récompenses obtenues devraient permettre de développer cette activité.

- Evénements importants survenus depuis la clôture de l'exercice

Depuis le 30 juin 2003, date de la clôture de l'exercice, il est à noter que la société a conçu, développé et mis en place un outil de marketing direct dénommé Elisa. Il s'agit d'un programme opt-in d'envoi d'offres promotionnelles ciblées par e-mail, SMS et courrier postal. Cette base de données est la première base de données comportementales mutualisée de France.

- Activité en matière de recherche et de développement

Au cours de l'exercice écoulé, notre Société a engagé des dépenses de recherche et de développement consistant à élaborer un nouvel outil marketing.

L'objectif visé par ce nouvel outil est de collecter les préférences individuelles d'un plus grand nombre possible de consommateurs en exploitant les qualités interactives du média Internet, tout en contrôlant la fiabilité et la qualité des données collectées et leur exploitabilité en marketing direct.

Les efforts réalisés en matière de recherche et développement ont pour but de tirer profit des qualités intrinsèques de ce nouveau média en terme de collecte de données ainsi que de sa diffusion rapide auprès d'un large public, et de pallier les baisses de taux de retour et de rendement des méthodes de collecte classiques sur support papier.

Résultats - Affectation

- Examen des comptes et résultats

Nous allons maintenant vous présenter en détail les comptes annuels que nous soumettons à votre approbation et qui ont été établis conformément aux règles de présentation et aux méthodes d'évaluation prévues par la réglementation en vigueur.

Les règles et méthodes d'établissement des comptes annuels sont identiques à celles retenues pour les exercices précédents.

Un rappel des comptes de l'exercice précédent est fourni à titre comparatif.

Au cours de l'exercice clos le 30 juin 2003, le chiffre d'affaires s'est élevé à 936 048 euros contre 493 889 euros pour l'exercice précédent.

Le montant des traitements et salaires s'élève à 226 014 euros contre 201 457 euros pour l'exercice précédent.

Le montant des cotisations sociales et avantages sociaux s'élève à 90 631 euros contre 78 551 euros pour l'exercice précédent.

Les charges d'exploitation de l'exercice ont atteint au total 784 495 euros contre 634 155 euros pour l'exercice précédent.

Le résultat d'exploitation ressort pour l'exercice à 152 582 euros contre -137 432 euros pour l'exercice précédent.

Quant au résultat courant avant impôts, tenant compte du résultat financier de 7 175 euros, il s'établit à 159 758 euros contre -126 503 euros pour l'exercice précédent.

Après prise en compte :

- du résultat exceptionnel de - 2 604 euros contre 1 543 euros pour l'exercice précédent,
- d'un impôt sur les sociétés nul contre - 83 391 euros pour l'exercice précédent,

l'exercice clos le 30 juin 2003 se traduit par un bénéfice de 165 008 euros contre une perte de 41 569 euros pour l'exercice précédent.

▪ Proposition d'affectation du résultat

Nous vous proposons de bien vouloir approuver les comptes annuels (bilan, compte de résultat et annexe) tels qu'ils vous sont présentés et qui font apparaître un bénéfice de 165 008 euros.

Nous vous proposons également de bien vouloir approuver l'affectation suivante :

Bénéfice de l'exercice	165 008 euros
Absorption des pertes antérieures	165 008 euros

Le compte "report à nouveau" s'élève ainsi à - 260 316 euros.

Compte tenu de cette affectation, les capitaux propres de la Société seraient de 620 193 euros.

Afin de nous conformer aux dispositions de l'article 243 bis du Code général des impôts, nous vous rappelons qu'aucune distribution de dividende n'a été effectuée depuis la constitution de la Société.

▪ Dépenses non déductibles fiscalement

Conformément aux dispositions de l'article 223 quater du Code général des impôts, nous vous demandons enfin d'approuver les dépenses et charges visées à l'article 39-4 dudit code, qui s'élèvent à un montant global de 3 341 euros et qui, compte tenu du résultat fiscal antérieur déficitaire, ont réduit le déficit reportable à due concurrence.

▪ Tableau des résultats

Au présent rapport est annexé, conformément aux dispositions de l'article 148 du décret du 23 mars 1967, le tableau faisant apparaître les résultats de la Société au cours de chacun des exercices clos depuis sa constitution.

Conventions visées à l'article L. 225-38 du Code de commerce

Nous vous précisons qu'aucune convention entrant dans le champ d'application de l'article L. 225-38 du Code de commerce n'a été conclue au cours de l'exercice écoulé.

Administration et contrôle de la Société

Nous vous précisons qu'aucun mandat d'administrateur ou de Commissaire aux comptes n'est arrivé à expiration.

- Liste des mandats et fonctions

Conformément aux dispositions de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce, nous vous présentons la liste de l'ensemble des mandats et fonctions exercés dans toute société par chacun des mandataires sociaux.

Mademoiselle Yseulys Costes et Monsieur Thibaut Munier ne détiennent aucun autre mandat social que celui qu'ils exercent dans la société.

Madame Cécile Moulard est membre du Conseil de Surveillance de la société Messagio, Société par Actions Simplifiée dont le siège social est situé 6, Place de la Madeleine 75008 Paris.

- Rémunérations et avantages reçus par les mandataires sociaux

Conformément aux dispositions de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce, nous vous rendons compte de la rémunération totale et des avantages de toute nature reçus, durant l'exercice, par chaque mandataire social.

Mademoiselle Yseulys Costes : rémunération 38 112 euros brut

Monsieur Thibaut Munier : rémunération 38 112 euros brut

Madame Cécile Moulard n'a reçu aucune rémunération, ni avantages durant l'exercice.

Vous allez également être informés par votre Conseil d'administration, dans son rapport spécial établi conformément aux dispositions de l'article L. 225-184 du Code de commerce, des opérations réalisées en vertu des dispositions prévues aux articles L. 225-177 à L. 225-186 du Code de commerce concernant les options de souscription ou d'achat d'actions.

Votre Conseil vous invite, après la lecture des rapports présentés par votre Commissaire aux comptes, à adopter les résolutions qu'il soumet à votre vote.

Le Conseil d'administration

20.6 Honoraires des Commissaires aux comptes

	Exercice 2004/2005		Exercice 2003/2004		Exercice 2002/2003	
	Goubault Gambert	Bellot, Mullenbach & Associés	Goubault Gambert	Bellot, Mullenbach & Associés	Goubault Gambert	Bellot, Mullenbach & Associés
Audit						
Commissariat aux comptes	4.000 € 100%		3.000 € 100%		2.100 € 100%	
Audit contractuel		15.000 € 100%				
Sous-total	4.000 € 100%	15.000 € 100%	3.000 € 100%		2.100 € 100%	
Autres prestations						
Juridique, fiscal, social						
Technologies de l'information						
Audit interne						
Autres (à indiquer si > 10% aux honoraires d'audit)						
Sous-total						
Total	4.000 € 100%	15.000 € 100%	3.000 € 100%		2.100 € 100%	

20.7 Politique de distribution de dividendes

A ce jour, la Société n'a jamais distribué de dividende.

1000mercis entend consacrer à court terme l'ensemble de ses ressources au financement de sa croissance. Cependant, la Société n'exclut pas de procéder à des distributions de dividendes en fonction des conditions de marché.

20.8 Procédures judiciaires et d'arbitrage

La Société peut être impliquée, dans le cadre normal de ses activités, dans des procédures judiciaires, d'arbitrage, gouvernementales ou administratives. Toutefois, à la connaissance de la Société, il n'existe pas de procédure gouvernementale, judiciaire ou d'arbitrage, y compris toute procédure dont la Société a connaissance, qui est en suspens ou dont elle est menacée, susceptible d'avoir ou ayant eu au cours des 12 derniers mois des effets significatifs sur la situation financière ou la rentabilité de la Société et de son groupe.

20.9 Changement significatif de la situation financière et commerciale

A notre connaissance, aucun changement significatif n'est intervenu concernant la situation financière ou commerciale de la Société depuis la fin de l'exercice clos au 30 juin 2005 qui ne soit pas décrit dans le présent document de base.

21 INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES

21.1 Capital social

21.1.1 Montant du capital social

A la date du présent document de base, le capital social est fixé à 300.454 €. Il est divisé en 3.004.540 actions de 0,1 € de valeur nominale unitaire, intégralement souscrites et libérées.

21.1.2 Capital autorisé non émis

Les résolutions d'émission approuvées par l'Assemblée générale extraordinaire du 7 janvier 2006 sont synthétisées ci-dessous :

	Durée de validité	Plafond autorisé en valeur nominale
Emission d'actions ordinaires à libérer en numéraire destinées à être offertes dans le cadre de l'admission des actions de la Société aux négociations sur le marché Alternext d'Euronext Paris, avec suppression du droit préférentiel de souscription	Jusqu'au jour du règlement-livraison	50.000 €
Augmentation du nombre d'actions à émettre dans le cadre de l'émission d'actions offertes (cf. supra)	30 jours après la clôture de la souscription	15% du montant émis
Augmentation de capital par incorporation de réserves, bénéfices ou primes d'émission, d'apport ou de fusion sous forme d'attribution d'actions gratuites et/ou d'élévation de la valeur nominale des actions existantes	26 mois	50.000 €
Augmentation de capital par voie d'émission, avec maintien du droit préférentiel de souscription, d'actions ordinaires ou valeurs mobilières donnant accès à des actions ordinaires de la Société	26 mois	50.000 € (1)
Augmentation de capital par voie d'émission, avec suppression du droit préférentiel de souscription, d'actions ordinaires ou valeurs mobilières donnant accès à des actions ordinaires de la Société	26 mois	50.000 € (1)
Augmentation du nombre d'actions à émettre dans le cadre des émissions d'actions avec maintien ou suppression du droit préférentiel de souscription (cf. supra)	26 mois	15% du montant émis
Attribution gratuite d'actions existantes ou à émettre au profit des membres du personnel salarié et aux mandataires sociaux, définitive qu'à l'issue d'une durée minimale de détention de deux années, suivie d'une obligation de conservation d'une durée minimale de deux années supplémentaires	38 mois	5% du capital social constaté à l'issue de la première cotation des actions de la Société

Nota : les plafonds mentionnés dans le tableau ci-dessus peuvent, le cas échéant, être relevés du montant supplémentaire des actions ordinaires à émettre pour préserver, conformément à la Loi, les droits des porteurs de valeurs mobilières donnant droit à des titres de capital de la Société.

(1) : Ces plafonds ne sont pas cumulables entre eux.

21.1.3 Capital potentiel

Bons de souscription de parts de créateurs d'entreprise (BSPCE)

	Plan n°1	Plan n°2
Date de l'assemblée générale	17/10/2000	17/10/2000
Date du conseil d'administration	21/11/2000	12/10/2001
Options de souscriptions ou d'achat d'actions attribuées		
Nombre total d'options de souscription ou d'achat d'actions attribuées, dont :	395	147
nombre d'actions pouvant être souscrites ou achetées par les membres du comité de directions (dans sa composition actuelle)	-	-
Point de départ d'exercice des options de souscription ou d'achat d'actions	21/10/2001	12/10/2002
Date d'expiration des options de souscription ou d'achat d'actions	20/11/2005	11/10/2006
Prix des options de souscription ou d'achat d'actions	0 €	0 €
Modalités d'exercice des options de souscription ou d'achat d'actions ¹	1 action pour 1 BSPCE prix d'exercice : 2 €	1 action pour 1 BSPCE prix d'exercice : 144,16 €
Options de souscription ou d'achat d'actions levées		
Nombre total d'options de souscription ou d'achat d'actions levées au 31 décembre 2005	345	
Options de souscription ou d'achats d'actions annulées		
Nombre total d'options de souscription ou d'achat d'actions annulées	50	
Options de souscription ou d'achat d'actions restantes		
Nombre total d'options de souscription ou d'achat d'actions restantes	0	147

¹ lorsque le plan comporte plusieurs tranches.

Détenteur	BSPCE détenus au 01/12/05	Date d'émission	Date d'expiration	Nombre d'actions pour 1 BSPCE	Prix d'exercice	Dilution maximale consécutive à l'exercice des BSPCE
Anne Colombeau	147	12/10/2001	12/10/2006	110 (1)	144,16 €	0,54%

(1) L'ancienne parité de 1 BSPCE pour 1 action est modifiée par la division du nominal autorisée par l'Assemblée générale mixte du 7 janvier 2006, par voie d'échange de 1 action ancienne de 11 € de nominal contre 110 actions nouvelles de 0,1 € de nominal.

Options de souscription et d'achat d'actions
Néant

Bons de souscription d'actions
Néant

21.1.4 Titres non représentatifs du capital

A la date du présent document de base, il n'existe aucun autre titre non représentatif du capital de la Société.

21.1.5 Nombre, valeur comptable et valeur nominale des actions détenues par la Société ou pour son propre compte

A la date du présent document de base, la Société ne détient aucune de ses propres actions et aucune de celles-ci n'est détenue pour son compte.

21.1.6 Valeurs mobilières complexes

Néant

21.1.7 Options ou accords portant sur le capital de la Société

Il existe, à la date du présent document, un pacte d'actionnaires décrit au paragraphe 18.5.

21.1.8 Evolution du capital social

Date	Nature des opérations	Augmentation de capital (€)	Prime d'émission / d'apport	Nombre d'actions créées	Valeur nominale	Nombre d'actions cumulé	Capital après opération (€)
23/02/00	Apport en numéraire	42 000	0	21 000	2 €	21 000	42 000
06/12/00	Augmentation de capital	10 880	751 365	5 440	2 €	26 440	52 880
26/02/01	Augmentation de capital	1 058	75 203	529	2 €	26 969	53 938
08/11/05	Souscription d'actions nouvelles via l'exercice de BSPCE	690	0	345	2 €	27 314	54 628
07/01/06	Incorporation de réserves	245 826	0	0	11 €	27 314	300 454
07/01/06	Division du nominal	0	0	0	0,1 €	3 004 540	300 454

21.1.9 Evolution de l'actionnariat

23/02/2000 : réalisation de la souscription	Nombre de titres détenus avant l'opération	% du capital détenu avant l'opération	Nombre de titres acquis (+) ou cédés (-)	Nombre de titres après l'opération	% du capital détenu après l'opération
Yseulys Costes	0	0,00%	+ 6 300	6 300	30,00%
Thibaut Munier	0	0,00%	+ 6 300	6 300	30,00%
Jean-Michel Pillot	0	0,00%	+ 2 345	2 345	11,17%
Michel Risse	0	0,00%	+ 1 051	1 051	5,00%
NetCo2	0	0,00%	+ 5 004	5 004	23,83%
Total	0	0,00%	+ 21 000	21 000	100,00%

17/10/2000 : cession de titres	Nombre de titres détenus avant l'opération	% du capital détenu avant l'opération	Nombre de titres acquis (+) ou cédés (-)	Nombre de titres après l'opération	% du capital détenu après l'opération
Yseulys Costes	6 300	30,00%	- 1	6 299	29,99%
Thibaut Munier	6 300	30,00%		6 300	30,00%
Jean-Michel Pillot	2 345	11,17%		2 345	11,17%
Michel Risse	1 051	5,00%		1 051	5,00%
NetCo2	5 004	23,83%	- 1	5 003	23,82%
Marc Simoncini	0	0,00%	+ 1	1	0,01%
Orianne Garcia	0	0,00%	+ 1	1	0,01%
Total	21 000	100,00%	0	21 000	100,00%

06/12/2000 : augmentation de capital	Nombre de titres détenus avant l'opération	% du capital détenu avant l'opération	Nombre de titres acquis (+) ou cédés (-)	Nombre de titres après l'opération	% du capital détenu après l'opération
Yseulys Costes	6 299	29,99%		6 299	23,82%
Thibaut Munier	6 300	30,00%		6 300	23,83%
Jean-Michel Pillot	2 345	11,17%		2 345	8,87%
Michel Risse	1 051	5,00%		1 051	3,98%
NetCo2	5 003	23,82%		5 003	18,92%
Marc Simoncini	1	0,01%	+ 5440	5 441	20,58%
Orianne Garcia	1	0,01%		1	0,00%
Total	21 000	100,00%	+ 5440	26 440	100,00%

26/02/2001 : augmentation de capital	Nombre de titres détenus avant l'opération	% du capital détenu avant l'opération	Nombre de titres acquis (+) ou cédés (-)	Nombre de titres après l'opération	% du capital détenu après l'opération
Yseulys Costes	6 299	23,82%		6 299	23,36%
Thibaut Munier	6 300	23,83%		6 300	23,36%
Jean-Michel Pillot	2 345	8,87%		2 345	8,70%
Michel Risse	1 051	3,98%		1 051	3,90%
NetCo2	5 003	18,92%		5 003	18,55%
Marc Simoncini	5 441	20,58%		5 441	20,17%
Fabrice Grinda (1)	0	0,00%	+ 529	529	1,96%
Orianne Garcia	1	0,00%		1	0,00%
Total	26 440	100,00%	+ 529	26 969	100,00%

(1) Entrée au capital de Fabrice Grinda au travers de Pavaisal BV, société qu'il détenait à 100% avant sa dissolution

17/04/03 : cession de titres	Nombre de titres détenus avant l'opération	% du capital détenu avant l'opération	Nombre de titres acquis (+) ou cédés (-)	Nombre de titres après l'opération	% du capital détenu après l'opération
Yseulys Costes	6 299	23,36%		6 299	23,36%
Thibaut Munier	6 300	23,36%		6 300	23,36%
Natexis Life	0	0,00%	+ 7 349	7 349	27,25%
Jean-Michel Pillot	2 345	8,70%	- 2 345	0	0,00%
Michel Risse	1 051	3,90%		1 051	3,90%
NetCo2	5 003	18,55%	- 5 003	0	0,00%
Marc Simoncini	5 441	20,17%		5 441	20,17%
Fabrice Grinda	529	1,96%		529	1,96%
Orianne Garcia	1	0,00%	- 1	0	0,00%
Total	26 969	100,00%	0	26 969	100,00%

30/05/2003 : cession de titres	Nombre de titres détenus avant l'opération	% du capital détenu avant l'opération	Nombre de titres acquis (+) ou cédés (-)	Nombre de titres après l'opération	% du capital détenu après l'opération
Yseulys Costes	6 299	23,36%		6 299	23,36%
Thibaut Munier	6 300	23,36%		6 300	23,36%
Natexis Life	7 349	27,25%		7 349	27,25%
Michel Risse	1 051	3,90%		1 051	3,90%
Marc Simoncini	5 441	20,17%	- 1	5 440	20,17%
Fabrice Grinda	529	1,96%		529	1,96%
Cécile Moulard	0	0,00%	+ 1	1	0,00%
Total	26 969	100,00%	0	26 969	100,00%

10/06/2003 : cession de titres	Nombre de titres détenus avant l'opération	% du capital détenu avant l'opération	Nombre de titres acquis (+) ou cédés (-)	Nombre de titres après l'opération	% du capital détenu après l'opération
Yseulys Costes	6 299	23,36%	+ 674	6 973	25,86%
Thibaut Munier	6 300	23,36%	+ 674	6 974	25,86%
Natexis Life	7 349	27,25%		7 349	27,25%
Michel Risse	1 051	3,90%		1 051	3,90%
Marc Simoncini	5 440	20,17%	- 1 348	4 092	15,17%
Fabrice Grinda	529	1,96%		529	1,96%
Cécile Moulard	1	0,00%		1	0,00%
Total	26 969	100,00%	0	26 969	100,00%

23/05/2005 : cession de titres	Nombre de titres détenus avant l'opération	% du capital détenu avant l'opération	Nombre de titres acquis (+) ou cédés (-)	Nombre de titres après l'opération	% du capital détenu après l'opération
Yseulys Costes	6 973	25,86%	+ 1051	8 024	29,76%
Thibaut Munier	6 974	25,86%		6 974	25,86%
Natexis Life	7 349	27,25%		7 349	27,25%
Michel Risse	1 051	3,90%	- 1051	0	0,00%
Marc Simoncini	4 092	15,17%		4 092	15,17%
Fabrice Grinda	529	1,96%		529	1,96%
Cécile Moulard	1	0,00%		1	0,00%
Total	26 969	100,00%	0	26 969	100,00%

02/06/2005 : cession de titres	Nombre de titres détenus avant l'opération	% du capital détenu avant l'opération	Nombre de titres acquis (+) ou cédés (-)	Nombre de titres après l'opération	% du capital détenu après l'opération
Yseulys Costes	8 024	29,76%	- 525	7 499	27,81%
Thibaut Munier	6 974	25,86%	+ 525	7 499	27,81%
Natexis Life	7 349	27,25%		7 349	27,25%
Marc Simoncini	4 092	15,17%		4 092	15,17%
Fabrice Grinda	529	1,96%		529	1,96%
Cécile Moulard	1	0,00%		1	0,00%
Total	26 969	100,00%	0	26 969	100,00%

08/11/2005 : augmentation de capital	Nombre de titres détenus avant l'opération	% du capital détenu avant l'opération	Nombre de titres acquis (+) ou cédés (-)	Nombre de titres après l'opération	% du capital détenu après l'opération
Yseulys Costes	7 499	27,81%		7 499	27,45%
Thibaut Munier	7 499	27,81%		7 499	27,45%
Natexis Life	7 349	27,25%		7 349	26,91%
Marc Simoncini	4 092	15,17%		4 092	14,98%
Fabrice Grinda	529	1,96%		529	1,94%
Julien Chailloux	0	0,00%	+ 215	215	0,79%
Sylvain Emery	0	0,00%	+ 130	130	0,48%
Cécile Moulard	1	0,00%		1	0,00%
Total	26 969	100,00%	+ 345	27 314	100,00%

En date du 7 janvier 2006, après augmentation de capital et division du nominal (cf. paragraphe 21.1.8), Monsieur Thibaut Munier a cédé, par voie de prêt de consommation, une action à Monsieur Dominique Roux.

21.2 Acte constitutif et statuts

21.2.1 *Objet social*

Selon l'article 2 des statuts, 1000mercis a pour objet, tant en France qu'à l'étranger :

- la conception, la réalisation, le développement, l'animation et l'exploitation de sites sur Internet,
- la commercialisation de produits et de services,
- la commercialisation d'espaces publicitaires,
- la commercialisation de savoir-faire acquis dans ce domaine,
- toutes opérations industrielles et commerciales se rapportant à la création, l'acquisition, la location, la prise en location-gérance de tous fonds de commerce, la prise à bail, l'installation, l'exploitation de tous établissements, fonds de commerce, usines, ateliers, se rapportant à l'une ou l'autre des activités spécifiées ci-dessus ; la prise, l'acquisition, l'exploitation ou la cession de tous procédés et brevets et droits de propriété intellectuelle concernant lesdites activités ; la participation directe ou

indirecte de la Société dans toutes les opérations financières, immobilières ou mobilières ou entreprises commerciales ou industrielles pouvant se rattacher à l'objet social ou à tout objet similaire ou connexe et toutes opérations quelconques contribuant à la réalisation de cet objet.

21.2.2 Dispositions statutaires ou autres relatives aux membres des organes d'administration et de direction

Conseil d'administration (article 13)

Sauf dérogations légales, la Société est administrée par un Conseil d'administration de trois membres au moins et de dix-huit membres au plus.

En cours de vie sociale, les administrateurs sont nommés ou renouvelés par l'Assemblée générale ordinaire. Toutefois, en cas de fusion, des nominations d'administrateurs peuvent être effectuées par l'Assemblée générale extraordinaire statuant sur l'opération.

Chaque administrateur doit être, pendant toute la durée de ses fonctions, propriétaire d'au moins une action.

La durée des fonctions des administrateurs est de six années.

Ces fonctions prennent fin à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire qui statue sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expire le mandat de l'administrateur intéressé.

Les administrateurs sont rééligibles. Ils peuvent être révoqués à tout moment par l'Assemblée générale ordinaire.

Nul ne peut être nommé administrateur si, ayant dépassé l'âge de 65 ans, sa nomination a pour effet de porter à plus d'un tiers des membres du Conseil le nombre d'administrateurs ayant dépassé cet âge. Si cette proportion est dépassée, l'administrateur le plus âgé est réputé démissionnaire d'office à l'issue de l'Assemblée générale ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice au cours duquel le dépassement aura lieu.

Les administrateurs peuvent être des personnes physiques ou des personnes morales. Les administrateurs personnes morales doivent, lors de leur nomination, désigner un représentant permanent qui est soumis aux mêmes conditions et obligations et qui encourt les mêmes responsabilités que s'il était administrateur en son nom propre, le tout sans préjudice de la responsabilité solidaire de la personne morale qu'il représente.

Lorsque la personne morale administrateur met fin au mandat de son représentant permanent, elle doit notifier sans délai à la Société, par lettre recommandée, sa décision ainsi que l'identité de son nouveau représentant permanent. Il en est de même en cas de décès ou de démission du représentant permanent.

En cas de vacance par décès ou démission d'un ou plusieurs sièges d'administrateurs, le Conseil d'administration peut, entre deux Assemblées générales, procéder à des nominations à titre provisoire en vue de compléter l'effectif du Conseil. Ces nominations doivent intervenir obligatoirement dans les trois mois de la vacance, lorsque le nombre des administrateurs est devenu inférieur au minimum statutaire, sans toutefois être inférieur au minimum légal.

Les nominations provisoires ainsi effectuées par le Conseil sont soumises à ratification de la plus prochaine Assemblée générale ordinaire. A défaut de ratification, les délibérations prises et les actes accomplis restent cependant valables.

Lorsque le nombre d'administrateurs devient inférieur au minimum légal, les administrateurs restant en fonctions doivent convoquer immédiatement l'assemblée ordinaire en vue de compléter l'effectif du Conseil.

L'administrateur nommé en remplacement d'un autre ne demeure en fonction que pour la durée restant à courir du mandat de son prédécesseur.

Les administrateurs personnes physiques ne peuvent exercer simultanément dans plus de cinq conseils d'administration ou de surveillance de sociétés anonymes ayant leur siège en France métropolitaine, sauf les exceptions prévues par la loi.

Un salarié de la Société ne peut être nommé administrateur que si son contrat correspond à un emploi effectif. Il ne perd pas le bénéfice de ce contrat de travail. Le nombre des administrateurs liés à la Société par un contrat de travail ne peut dépasser le tiers des administrateurs en fonction.

Organisation et direction du Conseil d'administration (article 14)

Le Conseil d'administration élit parmi ses membres personnes physiques un Président et détermine sa rémunération. Il fixe la durée des fonctions du Président qui ne peut excéder celle de son mandat d'administrateur.

Nul ne peut être nommé Président du Conseil d'administration s'il est âgé de plus de 65 ans. Si le Président en fonction vient à dépasser cet âge, il est réputé démissionnaire d'office.

Le Président représente le Conseil d'administration. Il organise et dirige les travaux de celui-ci, dont il rend compte à l'Assemblée générale. Il veille au bon fonctionnement des organes de la Société et s'assure, en particulier, que les administrateurs sont en mesure de remplir leur mission.

En cas d'absence ou d'empêchement du Président, le Conseil d'administration désigne le Président de la réunion.

Le Conseil d'administration nomme un secrétaire qui peut être choisi, soit parmi les administrateurs, soit en dehors d'eux. Il est remplacé par simple décision du Conseil.

Réunion et délibérations du Conseil (article 15)

Le Conseil d'administration se réunit aussi souvent que l'intérêt de la Société l'exige, sur convocation du Président. Toutefois, des administrateurs constituant au moins le tiers des membres du Conseil d'administration, peuvent, en indiquant précisément l'ordre du jour de la réunion, convoquer le Conseil si celui-ci ne s'est pas réuni depuis plus de deux mois.

Le Directeur général, lorsqu'il n'exerce pas la présidence du Conseil d'administration, peut demander au Président de convoquer le Conseil d'administration sur un ordre du jour déterminé.

Les réunions doivent se tenir en principe au siège social. Elles peuvent toutefois se tenir en tout autre lieu indiqué dans la convocation et peuvent également être tenues par des moyens de visioconférence.

La convocation qui mentionne l'ordre du jour, doit intervenir au moins 5 jours à l'avance par lettre, télégramme, télex ou télécopie. La convocation peut être verbale et sans délai si tous les administrateurs y consentent.

Le Conseil d'administration ne délibère valablement que si la moitié au moins des administrateurs sont présents ou représentés.

Les décisions du Conseil sont prises à la majorité des membres présents ou représentés.

La voix du Président de séance est prépondérante.

Il est tenu un registre de présence qui est émarginé par les administrateurs participant à la réunion du Conseil d'administration.

Le règlement intérieur établi par le Conseil d'administration peut prévoir que sont réputés présents pour le calcul du quorum et de la majorité, les administrateurs qui participent à la réunion du Conseil par des moyens de visioconférence ou de télécommunication conformes à la réglementation en vigueur. Cette disposition n'est pas applicable pour l'adoption des décisions suivantes :

- nomination, rémunération, révocation du Président, du Directeur général et des Directeurs généraux délégués,
- arrêté des comptes annuels, des comptes consolidés et établissement du rapport de gestion et du rapport sur la gestion du groupe.

Il est tenu un registre de présence qui est signé par les administrateurs participant à la séance du Conseil d'administration et qui mentionne le nom des administrateurs ayant participé aux délibérations par des moyens de visioconférence ou de télécommunication.

Les délibérations du Conseil d'administration sont constatées par des procès-verbaux établis conformément aux dispositions légales en vigueur. Les procès-verbaux sont signés par le Président de séance et par un administrateur ou par deux administrateurs.

Les copies ou extraits des procès-verbaux des délibérations du Conseil d'administration sont valablement certifiées par le Président ou le Directeur général.

Pouvoirs du Conseil d'administration (article 16)

Le Conseil d'administration détermine les orientations de l'activité de la Société et veille à leur mise en œuvre. Sous réserve des pouvoirs expressément attribués par la loi aux assemblées d'actionnaires et dans la limite de l'objet social, il se saisit de toute question intéressant la bonne marche de la Société et règle par ses délibérations les affaires qui la concernent.

Dans les rapports avec les tiers, la Société est engagée même par les actes du Conseil d'administration qui ne relèvent pas de l'objet social, à moins qu'elle ne prouve que le tiers savait que l'acte en cause dépassait cet objet ou qu'il ne pouvait l'ignorer compte tenu des circonstances, étant précisé que la seule publication des statuts ne peut suffire à constituer cette preuve.

Le Conseil d'administration procède à tout moment aux contrôles et vérifications qu'il juge opportuns.

Chaque administrateur doit recevoir les informations nécessaires à l'accomplissement de sa mission et peut obtenir auprès de la Direction générale tous les documents qu'il estime utiles.

Le Conseil d'administration peut donner à tous mandataires de son choix toutes délégations de pouvoirs dans la limite des pouvoirs qu'il tient de la loi et des présents statuts.

Le Conseil d'administration peut adopter un règlement intérieur précisant les modalités de son fonctionnement.

Le Conseil d'administration peut décider la création de comités chargés d'étudier les questions que lui-même ou son président soumet, pour avis, à leur examen. Il fixe la composition et les attributions des comités qui exercent leur activité sous sa responsabilité. Il fixe la rémunération des personnes les composant.

Direction générale (article 17)

Modalités d'exercice

Conformément à l'article L. 225-51-1 du Code de commerce, la Direction générale de la Société est assumée sous sa responsabilité, soit par le Président du Conseil d'administration, soit par une autre personne physique nommée par le Conseil d'administration et qui prend le titre de Directeur général.

Le choix entre ces deux modalités d'exercice de la Direction générale est effectué par le Conseil d'administration. La délibération du Conseil relative au choix de la modalité d'exercice de la Direction générale est prise à la majorité des administrateurs présents ou représentés. Le choix du Conseil d'administration est porté à la connaissance des actionnaires et des tiers dans les conditions prévues par la réglementation en vigueur.

L'option retenue par le Conseil d'administration reste valable jusqu'à l'expiration du premier des mandats des dirigeants, lorsque la Direction de la société est assurée par un Directeur général et jusqu'à l'expiration de son mandat d'administrateur, lorsque la Direction de la société est assurée par le Président du Conseil d'administration.

A l'expiration de cette option, le Conseil d'administration doit à nouveau délibérer sur les modalités d'exercice de la Direction générale.

Le changement de la modalité d'exercice de la Direction générale n'entraîne pas une modification des statuts.

Direction générale

En fonction de la modalité d'exercice retenue par le Conseil d'administration, le Président ou un Directeur général assure sous sa responsabilité la Direction générale de la Société.

Le Directeur général est nommé par le Conseil d'administration qui fixe la durée de son mandat, et, le cas échéant, les limitations de ses pouvoirs.

Pour l'exercice de ses fonctions, le Directeur général doit être âgé de moins de 65 ans. Lorsqu'en cours de mandat, cette limite d'âge aura été atteinte, le Directeur général est réputé démissionnaire d'office et il est procédé à la désignation d'un nouveau Directeur général.

Le Directeur général est révocable à tout moment par le Conseil d'administration. La révocation du Directeur général non Président peut donner lieu à des dommages-intérêts si elle est décidée sans juste motif.

Pouvoirs du Directeur général

Le Directeur général est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir en toute circonstance au nom de la Société. Il exerce ces pouvoirs dans la limite de l'objet social, et sous réserve des pouvoirs expressément attribués par la loi aux Assemblées générales et au Conseil d'administration.

Il représente la Société dans ses rapports avec les tiers. La Société est engagée même par les actes du Directeur général qui ne relèvent pas de l'objet social, à moins qu'elle ne prouve que le tiers savait que l'acte en cause dépassait cet objet ou qu'il ne pouvait l'ignorer compte tenu des circonstances, étant précisé que la seule publication des statuts ne peut suffire à constituer cette preuve.

Directeurs généraux délégués

Sur proposition du Directeur général, que cette fonction soit assumée par le Président du Conseil d'administration ou par une autre personne, le Conseil d'administration peut nommer une ou plusieurs personnes physiques chargées d'assister le Directeur général avec le titre de Directeurs généraux délégués.

Le nombre maximum de Directeurs généraux délégués est fixé à deux.

En accord avec le Directeur général, le Conseil d'administration détermine l'étendue et la durée des pouvoirs accordés aux Directeurs généraux délégués et fixe leur rémunération.

A l'égard des tiers, le Directeur général délégué ou les Directeurs généraux délégués disposent des mêmes pouvoirs que le Directeur général.

En cas de cessation des fonctions ou d'empêchement du Directeur général, les Directeurs généraux délégués conservent, sauf décision contraire du Conseil d'administration, leurs fonctions et leurs attributions jusqu'à la nomination d'un nouveau Directeur général.

Les Directeurs généraux délégués sont révocables, sur proposition du Directeur général, à tout moment. La révocation des Directeurs généraux délégués peut donner lieu à des dommages-intérêts si elle est décidée sans justes motifs.

21.2.3 Droits et obligations attachés aux actions de la Société

Chaque action donne droit, dans les bénéfices et l'actif social ou le boni de liquidation, à une part proportionnelle à la quotité du capital qu'elle représente et donne droit au vote et à la représentation dans les Assemblées générales, dans les conditions fixées par la Loi et les statuts.

Tout actionnaire a le droit d'être informé sur la marche de la Société et d'obtenir communication de certains documents sociaux aux époques et dans les conditions prévues par la Loi et les statuts.

Les actionnaires ne supportent les pertes qu'à concurrence de leurs apports.

Sous réserve des dispositions légales et statutaires, aucune majorité ne peut leur imposer une augmentation de leurs engagements. Les droits et obligations attachés à l'action suivent le titre dans quelque main qu'il passe.

La possession d'une action entraîne de plein droit adhésion aux statuts de la Société et aux décisions des Assemblées d'actionnaires. La cession comprend tous les dividendes échus et non payés et à échoir, ainsi, éventuellement, que la part dans les fonds de réserve, sauf dispositions contraires notifiées à la Société.

Les héritiers, créanciers, ayants droits ou autres représentants d'un actionnaire ne peuvent, sous quelque prétexte que ce soit, provoquer l'apposition des scellés sur les biens et valeurs de la Société, ni en demander le partage ou la licitation, ni s'immiscer en aucune manière dans les actes de son administration ; ils doivent, pour l'exercice de leurs droits, s'en rapporter aux inventaires sociaux et aux décisions des Assemblées d'actionnaires.

Chaque fois qu'il sera nécessaire de détenir plusieurs actions pour exercer un droit quelconque, en cas d'échange, de regroupement ou d'attribution d'actions, ou en cas d'augmentation ou de réduction de capital, de fusion ou autres opérations sociales, les propriétaires d'actions isolées ou en nombre inférieur à celui requis ne peuvent exercer

ces droits qu'à la condition de faire leur affaire personnelle du groupement et éventuellement de l'achat ou de la vente des actions ou des droits d'attribution nécessaires, à moins que l'Assemblée générale n'ait décidé que les droits formant rompus ne sont ni négociables, ni cessibles et que les titres de capital correspondants seront vendus.

21.2.4 Modalités de modification des droits des actionnaires

Les droits de actionnaires tels que figurant dans les statuts de la Société ne peuvent être modifiés que par une Assemblée générale extraordinaire.

21.2.5 Assemblées générales d'actionnaires

Principe (article 21)

Les décisions collectives des actionnaires sont prises en Assemblée générale.

L'Assemblée générale régulièrement constituée représente l'universalité des actionnaires. Ses délibérations, prises conformément à la Loi et aux statuts, obligent tous les actionnaires, même absents, incapables ou dissidents.

Pour le calcul du quorum des différentes assemblées, il n'est pas tenu compte des actions détenues par la Société.

Assemblées générales ordinaires (article 22)

Objet et tenue des Assemblées générales ordinaires

L'Assemblée générale ordinaire reçoit le rapport de gestion du Conseil d'administration et les rapports des Commissaires aux comptes, arrête, approuve et dresse les comptes annuels, statue sur l'affectation des résultats et la répartition du bénéfice. Elle nomme et révoque les administrateurs et fixe leur rémunération dans les conditions prévues par la loi ou les statuts. Elle nomme les Commissaires aux comptes.

L'Assemblée générale ordinaire confère au Conseil d'administration les autorisations que celui-ci juge bon de lui demander et qui ne sont pas réservées à l'Assemblée générale extraordinaire.

D'une manière générale, elle statue sur tous objets qui n'emportent pas modification directe ou indirecte des statuts.

L'Assemblée générale ordinaire annuelle est réunie chaque année, dans les six mois suivant la clôture du précédent exercice.

Quorum et majorité des Assemblée générales ordinaires

Le quorum est calculé sur l'ensemble des actions composant le capital social, déduction faite des actions privées du droit de vote en vertu de la loi.

L'Assemblée générale ordinaire ne délibère valablement, sur première convocation, que si les actionnaires présents ou réputés présents ou votant à distance ou représentés possèdent au moins le cinquième des actions ayant le droit de vote. Sur deuxième convocation, aucun quorum n'est requis.

Elle statue à la majorité des voix dont disposent les actionnaires présents ou réputés présents ou votant à distance ou représentés.

Sont réputés présents pour le calcul du quorum et de la majorité les actionnaires qui participent à l'assemblée par visioconférence ou par des moyens de télécommunication permettant leur identification et dont la nature et les conditions sont déterminées dans les conditions réglementaires.

Assemblées générales extraordinaires (article 23)

Objet et tenue des Assemblées générales extraordinaires

L'Assemblée générale extraordinaire est seule habilitée à modifier les statuts de façon directe ou indirecte notamment en autorisant l'émission de valeurs mobilières donnant accès au capital. En outre, elle décide ou autorise l'émission de valeurs mobilières donnant droit à l'attribution de titres de créances.

Elle ne peut cependant augmenter les engagements des actionnaires, ni changer la nationalité de la société, si ce n'est dans les conditions prévues par la loi ou les conventions internationales.

L'Assemblée générale extraordinaire est seule qualifiée pour vérifier, approuver ou autoriser tous apports en nature et avantages particuliers selon les modalités prévues par la loi, l'apporteur et le bénéficiaire de l'avantage particulier ne pouvant prendre part au vote.

Quorum et majorité des Assemblée générales extraordinaires

L'Assemblée générale extraordinaire ne délibère valablement que si les actionnaires présents ou réputés présents ou votant à distance ou représentés possèdent au moins, sur première convocation, le quart et, sur deuxième convocation, le cinquième des actions ayant le droit de vote.

A défaut de ce dernier quorum, la deuxième Assemblée peut être prorogée à une date postérieure de deux mois au plus à celle à laquelle elle avait été convoquée.

Elle statue à la majorité des deux tiers des voix dont disposent les actionnaires présents ou réputés présents ou votant à distance ou représentés.

Lorsque l'Assemblée délibère sur l'approbation d'un apport en nature ou l'octroi d'un avantage particulier, les quorum et majorité ne sont calculés qu'après déduction des actions de l'apporteur ou du bénéficiaire qui n'ont voix délibérative, ni pour eux-mêmes, ni comme mandataires.

En cas d'augmentation de capital par incorporation de réserves, bénéfices ou primes d'émission, l'assemblée statue aux conditions de quorum et de majorité des Assemblées générales ordinaires.

Sont réputés présents pour le calcul du quorum et de la majorité les actionnaires qui participent à l'Assemblée par visioconférence ou par des moyens de télécommunication permettant leur identification et dont la nature et les conditions sont déterminées dans les conditions réglementaires.

Convocation et réunion des Assemblées générales (article 24)

Les Assemblées générales sont convoquées par le Conseil d'administration ou à défaut, par toutes personnes habilitées par la loi à cet effet.

Les Assemblées générales sont réunies au siège social ou en tout autre lieu indiqué dans la convocation.

Lorsqu'une Assemblée n'a pu régulièrement délibérer, faute de réunir le quorum requis, la deuxième Assemblée et, le cas échéant, la deuxième assemblée prorogée, sont

convoquées dans les mêmes formes que la première et l'avis de convocation rappelle la date de la première et reproduit son ordre du jour.

Les actionnaires peuvent, sur décision du Conseil d'administration publiée dans l'avis de réunion et de convocation, participer aux Assemblées générales par visioconférence ou par des moyens de télécommunication permettant leur identification conformément aux lois et règlements en vigueur. Ils sont alors réputés présents pour le calcul du quorum et de la majorité.

Les formes et délais de convocations des Assemblées générales qui peuvent être transmises par un moyen électronique de télécommunication sont régis par les dispositions légales et réglementaires en vigueur.

Ordre du jour de l'Assemblée (article 25)

L'ordre de jour de l'Assemblée est arrêté par l'auteur de la convocation.

Un ou plusieurs actionnaires représentant au moins la quotité du capital requise par la Loi, et dans les conditions et délais fixés par la Loi, ont la faculté de requérir, par lettre recommandée avec demande d'avis de réception ou par courrier électronique, l'inscription de projets de résolutions à l'ordre du jour de l'Assemblée.

L'Assemblée ne peut délibérer sur une question qui n'est pas inscrite à l'ordre du jour, lequel ne peut être modifié sur deuxième convocation. Elle peut toutefois, en toutes circonstances, révoquer un ou plusieurs administrateurs et procéder à leur remplacement.

Admission aux Assemblées – Pouvoirs (article 26)

Admission aux Assemblées générales

Le droit de participer aux Assemblées générales est subordonné :

- pour les titulaires d'actions nominatives, à leur inscription au compte de leur propriétaire tenu par la Société ou par le mandataire désigné par la Société,
- pour les titulaires d'actions au porteur, au dépôt au siège social ou en tout autre lieu désigné dans l'avis de convocation, des certificats constatant l'inscription en compte et l'immobilisation des actions par tout intermédiaire financier agréé.

Ces formalités doivent être accomplies au moins trois jours avant la réunion de l'Assemblée générale. Le Conseil d'administration peut abréger ce délai au profit de l'ensemble des actionnaires.

En cas de démembrement de la propriété de l'action, seul le titulaire du droit de vote peut prendre part au vote ou se faire représenter à l'Assemblée, sans préjudice du droit du nu-propriétaire d'assister à toute Assemblée, avec voix consultative. Les propriétaires d'actions indivises sont représentés comme il est dit à l'article 12.

Tout actionnaire propriétaire d'actions d'une catégorie déterminée peut participer aux Assemblées spéciales des actionnaires de cette catégorie.

Représentation des actionnaires - vote à distance

Tout actionnaire peut se faire représenter par un autre actionnaire ou par son conjoint. Le mandat est donné pour une seule Assemblée générale. Il peut cependant être donné pour deux Assemblées générales, l'une ordinaire, l'autre extraordinaire, si elles sont tenues le même jour ou dans un délai de quinze jours. Le mandat donné pour une

assemblée vaut pour les Assemblées successives convoquées avec le même ordre du jour.

Tout actionnaire peut voter à distance au moyen d'un formulaire papier ou électronique conforme aux prescriptions réglementaires. Les formulaires papier de vote à distance ne seront pris en compte que s'ils sont parvenus à la société trois jours au moins avant la date de réunion de l'Assemblée générale. Les formulaires électroniques de vote à distance peuvent être reçus par la société jusqu'à la veille de la réunion de l'Assemblée générale au plus tard à 15 heures (heure de Paris).

La société est tenue de joindre à toute formule de procuration et de vote à distance qu'elle adresse aux actionnaires les renseignements prévus par les dispositions réglementaires.

Feuille de présence de l'Assemblée (article 27)

Il est tenu une feuille de présence aux Assemblées d'actionnaires qui contient toutes les mentions exigées par les textes réglementaires.

Le bureau de l'Assemblée peut annexer à la feuille de présence la procuration portant les nom, prénom usuel et domicile de chaque mandant, le nombre d'actions dont il est titulaire et le nombre de voix attachées à ces actions et, le cas échéant, les formulaires de vote par correspondance.

Dans ce cas, le bureau de l'Assemblée n'est pas tenu d'inscrire sur la feuille de présence les mentions concernant les actionnaires représentés, mais le nombre des pouvoirs annexés à ladite feuille est indiqué sur celle-ci. Ces pouvoirs devront être communiqués dans les mêmes conditions et en même temps que la feuille de présence.

La feuille de présence dûment émargée par les actionnaires présents et les mandataires est certifiée exacte par le bureau de l'Assemblée.

Tenue de l'Assemblée - Bureau (article 28)

L'Assemblée est présidée par le Président du Conseil d'administration ou en son absence, par un vice-président ou par l'administrateur provisoirement délégué dans les fonctions de président. A défaut elle élit elle-même son président.

En cas de convocation par les Commissaires aux comptes, par un mandataire de justice ou par les liquidateurs, l'Assemblée est présidée par l'auteur de la convocation.

Les deux actionnaires, présents et acceptants, qui disposent du plus grand nombre de voix remplissent les fonctions de scrutateurs. Le bureau ainsi constitué désigne un secrétaire de séance qui peut être pris en dehors des actionnaires.

A chaque Assemblée, il est tenu une feuille de présence qui comporte toutes les mentions déterminées par la réglementation en vigueur. Elle est émargée par les actionnaires présents et les mandataires et certifiée exacte par les membres du bureau. Les pouvoirs donnés aux mandataires et les formulaires de vote à distance sont annexés à la feuille de présence.

La feuille de présence est déposée au siège social et doit être communiquée à tout actionnaire le requérant.

Le bureau assure le fonctionnement de l'Assemblée. A ce titre, il a notamment pour mission de vérifier, certifier et signer la feuille de présence, de veiller à la bonne tenue des débats, de régler les incidents de séance, de contrôler les votes émis et d'en assurer la régularité et de faire établir le procès-verbal de la séance. Ses décisions peuvent, à la

demande de tout membre de l'Assemblée, être soumises au vote souverain de l'Assemblée elle-même.

Vote (article 29)

Dans les Assemblées générales ordinaires et extraordinaires, l'actionnaire a autant de voix qu'il possède ou représente d'actions, sans limitation. Toutefois, un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité du capital qu'elles représentent, est attribué à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative depuis deux ans au moins au nom du même actionnaire.

En cas d'augmentation du capital par incorporation de réserves, ou d'échange d'actions à l'occasion d'un regroupement ou d'une division d'actions, le droit de vote double est conféré aux actions attribuées à raison d'actions inscrites sous la forme nominative, sous réserve qu'elles soient elles-mêmes conservées sous la forme nominative depuis leur attribution, et que les actions à raison desquelles elles ont été attribuées bénéficiaient du droit de vote double.

La fusion ou la scission de la Société est sans effet sur le droit de vote double qui peut être exercé au sein de la société bénéficiaire si les statuts de celle-ci l'ont institué.

Le vote en Assemblée générale s'exprime à mains levées, ou par appel nominal, ou au scrutin secret, selon ce qu'en décide le bureau de l'Assemblée des actionnaires.

Procès-verbaux (article 30)

Les délibérations des Assemblées sont constatées par des procès-verbaux établis dans les conditions prévues par les règlements en vigueur.

Les copies et extraits de ces procès-verbaux sont valablement certifiés par le Président du Conseil d'administration ou le Directeur général s'il est administrateur. Ils peuvent également être également certifiés par le Secrétaire de l'Assemblée. En cas de liquidation de la Société, ils sont valablement certifiés par un seul Liquidateur.

Droit de communication des actionnaires (article 32)

Tout actionnaire a le droit d'obtenir, dans les conditions et aux époques fixées par la Loi, communication des documents nécessaires pour lui permettre de se prononcer en connaissance de cause et de porter un jugement sur la gestion et le contrôle de la Société.

La nature de ces documents et les conditions de leur envoi ou de mise à disposition sont déterminées par la Loi et les règlements.

21.2.6 Dispositifs permettant de retarder, différer ou empêcher un changement de contrôle

Les statuts de la Société ne contiennent pas de dispositifs permettant de retarder, différer ou empêcher un changement de contrôle.

21.2.7 Franchissements de seuils statutaires

Toute personne physique ou morale, agissant seule ou de concert au sens de l'article L.233-10 du Code de commerce, qui vient à posséder, directement ou indirectement, par l'intermédiaire d'une ou plusieurs personnes morales qu'elle contrôle au sens de l'article L.233-3 I. et II. du Code de commerce, un nombre d'actions représentant plus de 5 %,

10 %, 20%, 33,33 %, 50 % et/ou 95 % du capital et/ou des droits de vote de la Société devra en informer la société par lettre recommandée avec AR, dans un délai de cinq jours de bourse à compter du franchissement de seuil, en indiquant notamment la part du capital et des droits de vote qu'elle possède ainsi que les titres donnant accès immédiatement ou à terme au capital et les droits de vote proportionnellement attachés. Ces informations sont également transmises à la Société, dans les mêmes délais et conditions, lorsque la participation devient inférieure aux seuils visés ci-dessus.

L'inobservation des dispositions qui précèdent est sanctionnée, à la demande (consignée au procès-verbal de l'Assemblée générale) d'un ou plusieurs actionnaires détenant une fraction au moins égale à 5% du capital ou des droits de vote de la société, par la privation des droits de vote pour les actions ou droits y attachés excédant la fraction qui aurait dû être déclarée et ce pour toute assemblée d'actionnaires qui se tiendra jusqu'à l'expiration d'un délai de deux ans suivant la date de régularisation de la notification prévue ci-dessus.

En outre, conformément à l'article 4.3. des Règles d'Alternext, la Société rendra public le franchissement à la hausse ou à la baisse, par toute personne agissant seule ou de concert, des seuils de participation représentant 50% ou 95% du capital ou des droits de vote, dans un délai de cinq jours de bourse suivant celui où elle en a connaissance.

Dans l'hypothèse où une personne physique ou morale, agissant seule ou de concert au sens de l'article L.233-10 du Code de commerce (ci-après dénommée, individuellement l'« Initiateur », étant précisé que, en cas de pluralité de personnes agissant de concert avec l'Initiateur, ces dernières seront solidairement tenues des obligations qui pèsent sur l'Initiateur), acquerrait ou conviendrait d'acquérir, directement ou par l'intermédiaire d'une ou plusieurs sociétés que l'Initiateur contrôlerait ou dont il viendrait à prendre le contrôle au sens de l'article L.233-3 I. et II. du Code de commerce, un bloc de titres lui conférant, compte tenu des titres ou des droits de vote qu'il détient déjà, la majorité du capital ou des droits de vote de la Société, l'Initiateur devra proposer à tous les autres actionnaires d'acquérir toutes les actions qu'ils détiennent respectivement au jour du franchissement de seuil susmentionné.

L'offre d'acquisition des actions sera ferme et irrévocable et ne pourra être conditionnée à la présentation d'un nombre minimal de titres ou à une quelconque autre condition suspensive.

L'offre d'acquisition des actions devra faire l'objet d'un avis publié dans un journal d'annonces légales et dans un quotidien économique et financier de diffusion nationale, qui devront comprendre notamment l'identité de l'Initiateur et le cas échéant des personnes agissant de concert avec lui, le pourcentage détenu en capital et en droits de vote dans la société par l'Initiateur et, le cas échéant, les personnes agissant de concert avec lui, le prix par action proposé pour les actions visées, le nom et les coordonnées de l'établissement centralisateur des ordres, un calendrier des opérations indiquant la date du début de l'offre, la date de clôture de l'offre (qui ne pourront être espacées de moins de dix (10) jours de bourse) ainsi que la date de règlement-livraison.

Le prix auquel l'Initiateur devra se porter acquéreur sur le marché sera le prix auquel la cession du bloc a été réalisée ou doit être, et seulement à ce cours ou à ce prix.

Tous les détenteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital qui souhaitent bénéficier des termes de l'offre devront, si les termes et conditions des valeurs mobilières qu'ils détiennent le permettent, et à compter du jour de publication de l'avis susmentionné dans un journal d'annonces légales et jusqu'au cinquième jour de bourse précédent la fin de l'offre susmentionnée, exercer, souscrire ou convertir l'intégralité des valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société qu'ils détiennent alors de manière à devenir titulaires d'actions et être en mesure de participer à l'offre. Dans le cas où ces valeurs mobilières ne seraient pas exerçables ou convertibles pendant la

période d'offre, l'Initiateur devra étendre son offre de telle sorte que ces personnes puissent lui apporter leurs actions, aux mêmes conditions que l'offre initiale, le jour où elles pourront exercer ou convertir les valeurs mobilières qu'elles détiennent.

L'Initiateur devra déférer sans délai à toute demande d'information qui lui serait faite par la Société.

21.2.8 *Stipulations particulières régissant les modifications du capital*

Il n'existe aucune stipulation particulière dans les statuts de la Société régissant les modifications de son capital.

22 CONTRATS IMPORTANTS

La Société n'a conclu aucun contrat important (autre que les contrats conclus dans le cadre normal des affaires) au cours des deux années précédant la date du présent document de base.

23 INFORMATIONS PROVENANT DE TIERS, DECLARATIONS D'EXPERTS ET DECLARATIONS D'INTERETS

Néant.

24 DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC

L'ensemble des documents sociaux de la Société devant être mis à la disposition des actionnaires est consultable au siège social de la Société.

Peuvent notamment être consultés :

- l'acte constitutif et les statuts de la Société ;
- tous rapports, courriers et autres documents, informations financières historiques, évaluations et déclarations établis par un expert à la demande de la Société, dont une partie est incluse ou visée dans le document de base ;
- les informations financières historiques de la Société et du Groupe pour chacun des deux exercices précédant la publication du document de base.

La Société entend communiquer ses résultats financiers conformément aux exigences des lois et réglementations en vigueur.

25 INFORMATIONS SUR LES PARTICIPATIONS

Néant.