



PREMIER SEMESTRE 2005-2006
Un semestre de croissance
Une bonne tenue de la rentabilité

Paris, le 28 mars 2006

Index Multimédia publie ses résultats arrêtés au 31 décembre 2005, au titre du 1^{er} semestre de l'exercice 2005/2006. Il est rappelé que la date de clôture de l'exercice est désormais au 30 juin. La période retenue correspond donc aux mois de juillet à décembre. Par souci de transparence, et sans arrêté de comptes sur la même période 2004, Index Multimédia comparera ses principaux indicateurs recalculés sur 12 mois 2005 à ceux publiés sur 12 mois 2004.

En M€	1/7/05 au 31/12/05 (6mois, IFRS)	1/1/05 au 30/6/05 (6 mois, IFRS)	1/1/05 au 31/12/05 (12 mois, recalculés)
Chiffre d'affaires	77,4	74,8	152,2
Marge Brute <i>en % du C.A</i>	37,0 47,8 %	34,0 45,5 %	71,1 46,7 %
Résultat opérationnel courant <i>en % du C.A</i>	5,8 7,5 %	5,8 7,8 %	11,5 7,6 %
Coût de l'endettement financier net	0,78	0,83	1,61
Résultat Net Part du Groupe <i>en % du CA</i>	3,60 4,7 %	3,43 4,6 %	7,0 4,6 %

Croissance et investissements importants pour sécuriser le développement

Au premier semestre de l'exercice 2005-2006, Index Multimédia a publié un chiffre d'affaires de 77,4 M€, en croissance de 7 % par rapport à la même période de l'exercice précédent (72,2 M€, du 1^{er} juillet au 31 décembre 2004). Cette croissance est réalisée uniquement en organique.

Sur 12 mois 2005, l'objectif d'une croissance de 5 % a été dépassé, avec un chiffre d'affaires de 152,2 M€, en progression de 6,3 % par rapport aux 12 mois 2004.

Cette croissance est principalement réalisée en France (59,9 M€, soit 77 % du chiffre d'affaires sur la période), et par les activités BtoC, 78 % du chiffre d'affaires total, en hausse de 9 % sur la période. Index Multimédia, un des leaders européens, entend renforcer sa position sur le marché des contenus et services mobiles à valeur ajoutée, en profitant de l'expansion 3G, en renforçant sa pénétration des marchés BtoB et BtoO (business to operators) et en focalisant son développement international sur des marchés à fort potentiel.

Cette stratégie se concrétise par des efforts importants en matière de rationalisation de l'offre, d'intensification de la présence commerciale et de développement des ressources technologiques.

Bonne tenue de la rentabilité

Comme anticipé, le bon niveau d'activité est donc corrélé à des investissements importants et nécessaires pour sécuriser les parts de marchés et anticiper les évolutions futures.

Cela s'est traduit par un niveau de charges d'exploitation représentant 92,6 % du chiffre d'affaires. Le résultat opérationnel s'établit à 7,5 % du chiffre d'affaires. Le Résultat Net (Part du Groupe) s'élève à 3,60 M€ sur la période, soit 4,7 % du chiffre d'affaires. La marge brute d'autofinancement atteint 5,4 M€, contre 5,5 M€ au semestre précédent.

Sur l'année entière (12 mois 2005), le résultat opérationnel ressort à 11,5 M€, légèrement inférieur à l'objectif de 12 M€ annoncé. Il doit être analysé au regard :

- de la progression des charges de marketing qui ont permis de préserver les parts de marché du Groupe en France ;
- des nombreux recrutements réalisés sur la période pour anticiper le développement (charges de personnel en progression de 24,5 % sur 12 mois), désormais sous contrôle.

Une structure financière saine

Index Multimédia bénéficie d'une structure financière particulièrement saine, avec au 31 décembre 2005, un total de bilan de 150,2 M€, dont 86,3 M€ de fonds propres. A la fin de la période, le Groupe disposait de 77,4 M€ de trésorerie, et d'une capacité d'endettement totale, avec un gearing négatif (aucun endettement financier).

Renouer avec la performance : des actions engagées pour optimiser la structure, relever les défis à l'international et saisir les nouvelles opportunités de marché. Acquisition de Wonderphone.

Des actions sont d'ores et déjà engagées pour retrouver les niveaux de performance antérieurs. Le contrôle des charges, la redynamisation des équipes et la structuration des processus devraient permettre une optimisation des ressources en fonctions des nouveaux enjeux de marchés.

Du point de vue de l'offre, cette optimisation se concrétise par un focus sur quatre familles de produits :

- personnalisation mobiles : sonneries, logos, images, musique, vidéo, ring back tones...
- communautés : chat, rencontres, blog...
- internet : Meexup®, Tchatche®...
- TV Interactive : Tchatche TV, 123 SAT

avec une distribution directe par les campagnes BtoC et une stratégie d'accélération de la distribution indirecte par les canaux BtoB / BtoO. Ces efforts devraient rapidement porter leurs fruits, tant sur l'activité que sur la rentabilité du chiffre d'affaires.

A l'international, la rationalisation se poursuit, avec des problématiques différentes par zone géographique. La nomination d'un Directeur International dédié, accompagné d'un Responsable Marketing International devrait permettre d'accélérer ce processus : pause dans le développement sur le continent américain, accélération en Asie, et consolidation des positions du Groupe sur les marchés européens où il est déjà présent.

Cette stratégie se concrétise aujourd'hui par l'acquisition de WonderPhone TV, société française spécialisée dans le domaine de la vidéo pour mobiles et distribuée à travers une collaboration étroite avec les opérateurs (BtoO).

Créée en 2004, par Philip Plaisance, WonderPhone TV est le premier éditeur européen de programmes de télévision mobile et le 4^{ème} éditeur européen de jeux mobile. Fort d'un catalogue de plus de 3 millions de titres vidéo, de signatures et de licences prestigieuses et présent chez plus de 70 opérateurs dans une quarantaine de pays, WonderPhone TV opère 35 chaînes de vidéo à la demande diffusées quotidiennement sur les portails des opérateurs mobile. En France, WonderPhone TV opère, entre autres, depuis leur lancement, les offres vidéo de SFR (SFR TV & Vidéo) et de Orange (Orange World Vidéo). A la fin de son 1^{er} exercice clos le 31 décembre 2005, WonderPhone a totalisé un chiffre d'affaires de 13,6 M€.

Outre ses aspects relatifs, cette opération se caractérise par une forte complémentarité stratégique et opérationnelle avec Index Multimédia : BtoC vs BtoO, marché mature vs segments de marchés émergents, Paris vs province...Wonderphone TV sera consolidée au sein du Groupe Index Multimédia à compter du 1^{er} avril 2006.

Perspectives 2005-2006, objectifs à horizon 3 ans

En terme d'activité, ce plan d'action ne devrait pas porter ses fruits de manière très significative avant l'exercice 2006-2007. En revanche, l'intégration de Wonderphone devrait avoir un impact positif sur les comptes d'Index Multimédia pour l'ensemble de l'année 2006 ; Index Multimédia anticipe un chiffre d'affaires en croissance d'au moins 10 % en 2006.

Au-delà de cet exercice, Index Multimédia réaffirme sa confiance dans le développement, conforté par ses positions en France, la rationalisation des offres, les potentiels de croissance à l'international et l'accélération attendue sur le marché B to O.

A propos d'Index Multimédia :

Filiale de la société Index Corporation (l'un des plus importants fournisseurs de contenu et services pour téléphonie mobile au Japon) Index Multimédia est l'un des principaux concepteurs de produits et services mobiles à valeur ajoutée à destination du grand public et du monde de l'entreprise, en Europe. Index Multimedia est coté sur le compartiment B d'Eurolist, ISIN : FR0004061513.

Contacts

ACTIFIN

20, avenue Franklin Roosevelt
75008 Paris

Stéphane RUIZ / Nicolas MEUNIER

Tél. : 01 56 88 11 11

sruiz@actifin.fr

nmeunier@actifin.fr

INDEX MULTIMEDIA

36, rue Jacques Babinet
31100 Toulouse

Relations investisseurs

Jeremy Prince

Tél. : 05 61 43 50 50

Jeremy.PRINCE@indexmultimedia.com

Relations presse

Catherine Giuliani

Mobile : 06 74 67 33 54

Tél : 01 55 37 44 27

Catherine.giuliani@indexmultimedia.com