INTERACTIVE PROSPECT TARGETING HOLDINGS PLC (“IPT”) ACQUIERT DIRECTINET ET DONNE NAISSANCE AU LEADER PAN-EUROPÉEN DU MARCHÉ DE L’E-MAIL MARKETING

Paris, le 8 juin 2006 - Interactive Prospect Targeting (IPT), le leader anglais du marketing direct en ligne côté sur le London Stock Exchange (marché de l’AIM – code : IPH), annonce aujourd’hui l’acquisition de Directinet, le leader français du e-marketing direct, pour un prix maximum de 33 M€.

Il s’agit d’un événement majeur pour le marché - toujours en forte croissance - de la publicité en ligne en Europe, dont la France et l’Angleterre sont les deux plus importants contributeurs (64% des investissements cumulés par les deux pays en 2005 selon l’IAB). Cette opération donne en effet naissance à la première société européenne, et d’emblée leader sur le marché du e-marketing direct - de la conquête à la fidélisation - capable d’accompagner annonceurs et agences sur des campagnes européennes de marketing direct par e-mail, SMS, mailing postal et/ou téléphone.

La nouvelle structure disposera d’une position unique dans son domaine d’activité, lui permettant de fournir les solutions les plus innovantes et les plus perfectionnées en termes de collecte et d’exploitation de données marketing. Certains sites Internet de collecte et certaines solutions technologiques proposés par IPT en Grande Bretagne seront rapidement déployés en France pour démultiplier l’efficacité du modèle économique de Directinet et générer d’importantes synergies.

Cette acquisition est la première d’IPT hors de ses frontières et la plus importante à ce jour. Dès la première année, elle contribuera positivement aux résultats financiers d’IPT.

« *Directinet présente un fort potentiel et des perspectives très excitantes, combinant notamment une croissance très rapide de son marché et une forte notoriété de sa marque en France* »**, explique Lionel Thain, PDG d’IPT.** « *La société est à la fois pionnier et leader sur le marché français de l’e-mail marketing : sa stratégie repose sur l’élargissement de son offre de fidélisation par e-mail et sur le développement géographique de ses activités hors de ses frontières* ». **Et d’ajouter :** « *Ensemble, nos deux sociétés vont proposer une offre unique sur le marché du marketing direct à travers l’Europe* ».

Jérôme Stioui, PDG de Directinet, précise : « *Nous sommes ravis de faire partie d’une nouvelle structure dont la stratégie partagée est de devenir le leader incontestable de l’e-mail marketing dans toute l’Europe. Nous sommes désormais en mesure de proposer à nos clients l’ensemble des prestations d’e-mail marketing existantes, tant en matière de conquête que de fidélisation, et de les accompagner sur des campagnes en France et en Grande-Bretagne, les deux principaux marchés européens, ce qui nous assurera une croissance forte sur les années à venir. La nouvelle entité disposera d’une taille sans commune mesure avec ses challengers grâce à un effectif de 250 collaborateurs, un chiffre d’affaires cumulé de 28M€ sur 2005 et plus de 1000 clients* ».

Jérôme Stioui sera membre du Board d’IPT et les 5 fondateurs, Jérôme Stioui, Nicolas Klain, Patrick Mareuil, Jérémie Mani et Philippe Leclercq, tous diplômés de l’Ecole des Hautes Etudes Commerciales (HEC), demeureront présents et actifs au sein du nouvel ensemble.

A propos de Interactive Prospect Targeting (IPT)

Créée en 1999, IPT est le leader anglais du marketing direct en ligne, côté à la Bourse de Londres (marché AIM) depuis décembre 2004. IPT édite des sites de collecte leaders en Grande-Bretagne, tels que *MyOffers* (un des 30 premiers sites anglais en terme d'audience avec 1,5 millions de visiteurs uniques par mois), *QuizPlayer* ou *DailyDietTracker*. Il dispose ainsi du plus importants potentiels d'adresses multi-canal (5.9 millions d'emails opt-in, 6 millions d'adresses postales, 1.2 millions de SMS opt-in) en Grande-Bretagne. IPT est également le leader de la construction de bases de données marketing prospects & clients sur mesure pour le compte d'annonceurs avec plus de 110 millions de questionnaires collectés sur les 6 dernières années. IPT est expert tant sur le plan de la conquête que sur celui de la fidélisation puisqu'il opère aussi la solution vedette anglaise de routage (*Email Bureau*) ainsi qu'un outil de pige du marché de l'email marketing *(Email Tracker)* permettant aux annonceurs de faire de la veille concurrentielle. Enfin, IPT a lancé en 2003 un service d'étude de marché en ligne grâce à son panel propriétaire de 300.000 consommateurs.

Grâce à son approche intégrée sur les différentes solutions clés du marketing direct (la génération de bases prospects, la location de fichiers, la réalisation de mini-sites, le routage d'e-mails et les études de marché), IPT a réussi à convaincre 750 clients notamment American Express, Dell, Jaguar, Nestle, Panasonic, Abbey, lastminute.com, Norwich Union, Sainsbury's, Dixons, Kodak, Citroen, Tesco, Tiscali, Cadbury, Cahoot, FilmFour, B&Q, Britannia, Guinness, Ocado, BMI, Yell.com, Littlewoods, The Open University, Sky, Virgin Wines, AA, The Co-operative Bank, Scottish Power, The Famous Grouse, RAC, Alliance & Leicester, British Gas, Lloyds TSB, etc…

A propos de Directinet

Créée en 2000, Directinet est leader sur le marché français du e-marketing direct.

Capable de gérer une campagne d'e-mail marketing dans sa globalité pour le compte des clients les plus prestigieux, la société couvre l'ensemble des besoins du marché, de la conquête jusqu'à la fidélisation des consommateurs. Pour cela, Directinet peut se reposer sur la plus large offre de données multi-canal du marché français : 16 millions de mails opt-in, 28 millions d'adresses postales, 15 millions de numéros de téléphone et 4,7 millions de SMS opt-in – le tout qualifié sur plus de 150 critères de qualification.

Grâce à sa position de leader sur un marché en forte croissance (le marché de l'e-mail marketing de conquête a progressé de 44% entre 2003 et 2004 et de 118% entre 2004 et 2005 selon SNCD/TNS Media Intelligence), le chiffre d'affaires de Directinet a augmenté régulièrement sur les 3 dernières années pour passer de 1.9 M€ en 2002 à 7.7M€ en 2005, soit une croissance moyenne de 58% chaque année.

La société compte parmi ses clients plus de 300 sociétés dans tous les secteurs d'activité, notamment BNP Paribas, SFR, La Française des Jeux, Gaz de France, Swiss life, Publicis, Crédit Agricole, Alice, Carat, SCA (Nana, Tena, Up&Go), Procter & Gamble, Rapp & Collins, Fiat, PMU, Barilla, France Telecom, Sony, Unilever, Noos, Renault, Toyota, Ford ou encore Médecins Sans Frontières.

Contacts Presse :
Whiteoaks France
Judith Martin-Tardivat / Julie Luc
jmartin@whiteoaks-france.com / jluc@whiteoaks-france.com
Tél. : 01 58 18 35 75