



Fiche de suivi

Juillet 2006

Secteur : Services aux consommateurs - Médias
Président Directeur Général : M. Laurent Troude

Code ISIN :	FR0010270280	Cours au
24/07/2006 :	11,00 €	
Date d'inscription Marché Libre :	23/12/2005	Cours le
plus haut 1 an :	11,45 €	
Code Reuters :	MLPRX.PA	Cours le plus bas
1 an :	4,45 €	
Code Bloomberg :	MLPRX FP	Capitalisation
boursière:	14 010 000	
Cours d'introduction :	4,45 €	Nombre de titres :
1 273 641		

Répartition du capital

Actionnariat	% du capital

Graphique historique



Chiffres Clés au 31 décembre 2005

en K€	2005	2006e*	2007e*	2008e*	2009e*
Chiffre d'affaires	1 002	7 000	11 916	17 248	21 154
Résultat d'exploitation	357	1 200	2 426	3 629	4 545

Résultat net	243	900	1 601	2 395	3 000
Marge d'exploitation	35,6%	18%	20,4%	21,0%	21,5%
Marge nette	24,3%	13%	13,4%	13,9%	14,2%
Capitaux propres	585	2 800	2 875	5 270	8 269

* Source société

1. Le marché publicitaire

Selon les données de l'agence ZénithOptimédia, le marché publicitaire mondial devrait s'établir à 428 Md\$ en 2007, soit près de 6% de croissance en 2 ans. Dans ce marché, la part mondiale de l'affichage devrait rester stable à près de 5,4%.

En France, en 2004, les entreprises ont investi près de 31,2 Md€ pour leur communication, soit une progression de +3,7%. La publicité extérieure atteint pour sa part 1,4 Md€, soit 4,5% de part de marché, en croissance de +2,5%.

En 2004, 3.819 annonceurs ont investi la publicité extérieure mais ce marché reste très fortement atomisé puisque 91% d'entre eux représentent 19% des recettes. En se limitant aux investissements médias (presse, radio, télévision, cinéma, publicité extérieure et internet), dont le montant atteint 10,7 Md€, la part dévolue à l'affichage s'établit à 13,2%. Ce chiffre place la France dans le peloton de tête pour l'utilisation de l'affichage, car la moyenne européenne s'établit à 8,5% et les Etats-Unis sont à environ 9,9%.

2. La société PROXIMANIA

Créée en septembre 2004 et antérieurement connue sous le nom de Proxirégie, la société nouvellement dénommée PROXIMANIA décline ses activités sur deux axes majeurs :

- **Proximoard** dont le principe repose sur la commercialisation d'espaces publicitaires à des annonceurs vendant leurs produits chez les débitants de tabac, via un réseau déjà en place. Le débitant de tabac qui accepte ces panneaux, propriété de la société, signe un contrat de 3 ans avec Proximania, renouvelable par tacite reconduction. 2.000 contrats ont été signés à ce jour.
- **Proxi TPE**, terminaux de paiements électroniques, est le nouvel atout de la société depuis janvier 2006, lui permettant de capter l'ensemble des flux financiers provenant de la commercialisation de produits dits dématérialisés, c'est-à-dire cartes téléphoniques prépayées, billetteries pour des manifestations sportives ou des spectacles, coupons de réduction, minutes « skype out »,.... Cette offre est caractérisée par des avantages indéniables pour le commerçant (pas de stock, pas de risque de vol,...), une croissance potentiellement forte et une concurrence inexisteante.

PROXIMANIA est aujourd’hui le seul intervenant sur le marché des débitants de tabac à proposer une offre intégrée destinée à rapprocher les industriels et les débitants de tabac et souhaite poursuivre son développement en conquérant de nouveaux points de vente. Au nombre de 2.400 fin 2005, la société ambitionne d’atteindre 10.000 points de vente fin 2007, soit 80% du marché national. Dans ces conditions, les potentiels de développement sont significatifs et la société peut compter sur son introduction en bourse pour l’accompagner dans ce défi.

2. Des résultats 2005 supérieurs aux prévisions

Le chiffre d'affaires de l'exercice clos le 31 décembre 2005 (d'une année exceptionnelle de 16 mois) s'est élevé à 1 002 K€ ; conformément aux estimations formulées lors de son inscription au Marché Libre en décembre dernier. Ce chiffre d'affaires a été réalisé uniquement dans le métier « média », le second métier de PROXIMANIA « distribution de produits et services dématérialisés » n'a été lancé qu'en 2006.

Le résultat d'exploitation et le résultat net sont tous deux supérieurs aux prévisions, à respectivement 357 K€ (vs 343 K€ annoncés) et 243 K€ (vs 227 K€ annoncés).

Dès son premier exercice PROXIMANIA, avec la conquête de 2 000 points de vente, soit 71% des buralistes de la région Ile de France, s'est affirmé comme le partenaire de référence des débitants de tabac pour leur assurer un complément de rémunération face à l'érosion de leur activité de distribution de tabac.

3. Des prévisions maintenues pour 2006

2 000 nouveaux points de vente sont attendus en 2006 : 1 000 seront effectifs dès juin 2006. Après l'Ile de France, PROXIMANIA va progressivement étendre son activité aux principales grandes villes de l'hexagone.

Le premier semestre 2006 verra également le déploiement de son réseau de terminaux de paiement électronique dédié à la distribution de sa gamme de produits dématérialisés (téléphonie fixe et mobile prépayée, jeux, sonneries, logos pour mobiles,...).

L'ensemble de ces éléments permet à PROXIMANIA de confirmer les prévisions données lors de son inscription au Marché Libre. Le chiffre d'affaires devrait être multiplié par 7 et le résultat net devrait atteindre 900 K€.

Au premier semestre 2006, PROXIMANIA a signé un accord de distribution exclusif de sa solution avec la S.C.A.P., 2^{ème} groupement national de grossistes pour les débitants de tabac. Les équipes de vente des adhérents S.C.A.P. commercialiseront auprès de leurs 12 000 clients la solution PROXIMANIA.

Détection potentielle de conflits d'intérêt

Banque d'affaires	Contrat de liquidité	Liens Corporate	Trading / Participation pour compte propre	Intérêts personnels de l'analyste	Communication à l'émetteur	Autres sources de conflits d'intérêt
Non	Oui	Non	Non	Non	Oui	Non

Bien que les informations exposées dans ce document proviennent de sources considérées comme dignes de foi, Europe Finance et Industrie n'en garantissent ni l'exactitude, ni l'exhaustivité, ni la fiabilité. Les opinions et appréciations peuvent être modifiées ou abandonnées sans avis préalable. Les calculs et évaluations présentés ont pour but de servir de base à nos discussions. Vous vous engagez à effectuer de façon indépendante votre propre évaluation de l'opportunité et de l'adaptation à vos besoins des opérations proposées, notamment en ce qui concerne les aspects juridiques, fiscaux et comptables. En outre, notre analyse ne peut être considérée comme une offre ou une sollicitation de souscription, d'achat, de vente ou de prêts de valeurs mobilières ou autres instruments financiers auxquels il est fait référence ici. La responsabilité d'Europe Finance et Industrie ne saurait être engagée, directement ou indirectement, en ces d'erreur ou omission e leur part ou en cas d'investissement inopportun de la vôtre. Ce document étant la propriété d'Europe Finance et Industrie, toute reproduction même partielle est interdite sans autorisation préalable d'Europe Finance et Industrie. Copyright. Europe Finance et Industrie, 2006, Tous droits réservés. Autorité de régulation dont relève Europe Finance et Industrie : Autorité des Marchés Financiers (AMF).