



Société Anonyme au capital de 257 409,28 €  
Siège social : 12 rue de la chaussée d'Antin  
75009 Paris

RCS de Paris 498 124 445

## DOCUMENT D'INFORMATION

*RELATIF A L'ADMISSION DE LA TOTALITE DES ACTIONS DE LA SOCIETE  
SUR ALTERNEXT A LA SUITE D'UN PLACEMENT PRIVE*



**EUROLAND FINANCE**

**Listing Sponsor**

**Prestataire de services d'investissements**

Des exemplaires de ce document sont disponibles sans frais :  
- au siège social de la société GOADV,  
- auprès de la société EuroLand Finance.

# SOMMAIRE

<b>SOMMAIRE</b>	<b>2</b>
<b>RESUME</b>	<b>8</b>
<b>INFORMATIONS DE BASE</b>	<b>12</b>
<b>1. PERSONNES RESPONSABLES</b>	<b>13</b>
1.1. Personne responsable du document d'information	13
1.2. Attestation des personnes responsables	13
1.2.1. <i>Attestation du responsable du document d'information</i>	13
1.2.2. <i>Attestation du Listing Sponsor - Prestataire de Services d'Investissement</i>	14
<b>2. CONTROLEURS DES COMPTES</b>	<b>15</b>
2.1. Commissaire aux comptes titulaires	15
2.2. Commissaire aux comptes suppléants	15
2.3. Contrôleurs légaux ayant démissionné, ayant été écartés ou n'ayant pas été renouvelés	15
<b>3. INFORMATIONS FINANCIERES SELECTIONNEES</b>	<b>16</b>
<b>4. FACTEURS DE RISQUE</b>	<b>17</b>
4.1. Risques liés à l'activité de la Société	17
4.1.1. <i>Risques liés à l'évolution du marché</i>	17
4.1.2. <i>Risques liés à l'environnement concurrentiel</i>	17
4.1.3. <i>Risques liés à la fluctuation des tarifs</i>	17
4.1.4. <i>Risques clients</i>	17
4.1.5. <i>Risques fournisseurs</i>	18
4.1.6. <i>Risques liés à la dépendance aux moteurs de recherche</i>	19
4.1.7. <i>Risques liés à l'activité d'Internet : virus, piratage, paiement en ligne</i>	19
4.1.8. <i>Risques industriels et liés à l'environnement</i>	20
4.2. Risques liés à l'organisation de la société	20
4.2.1. <i>Risques humains</i>	20
4.2.2. <i>Dépendance à l'égard des dirigeants et des collaborateurs clefs</i>	20
4.3. Risques de marché	20
4.3.1. <i>Risque de liquidité</i>	20
4.3.2. <i>Risque de taux de change</i>	20
4.3.3. <i>Risque de taux d'intérêt</i>	21
4.3.4. <i>Risque sur actions</i>	21
4.4. Risques liés à la réglementation applicable et à son évolution	21
4.5. Propriété intellectuelle	22
4.6. Assurances et couverture des risques	23
4.7. Faits exceptionnels et litiges	23
<b>5. INFORMATIONS CONCERNANT L'EMETTEUR</b>	<b>24</b>
5.1. Histoire et évolution de la société	24
5.1.1. <i>Raison sociale et nom commercial et siège social de l'émetteur</i>	24
5.1.2. <i>Lieu et numéro d'enregistrement de l'émetteur</i>	24
5.1.3. <i>Date de constitution et durée de vie de la société</i>	24
5.1.4. <i>Forme juridique et législation régissant ses activités (article 1 des statuts)</i>	24
5.1.5. <i>Exercice Social (article 29 des statuts)</i>	24
5.1.6. <i>Historique de la Société</i>	24
5.2. Investissements	27
5.2.1. <i>Principaux investissements réalisés durant la période couverte</i>	27
5.2.2. <i>Principaux investissements en cours</i>	28
5.2.3. <i>Politique d'investissements futurs</i>	28
<b>6. APERCU DES ACTIVITES</b>	<b>29</b>
6.1. Présentation de l'activité de la Société	29
6.1.1. <i>L'édition et la publication de sites Internet</i>	29
6.1.2. <i>le business model de GOADV</i>	31
6.1.3. <i>La technologie de GOADV</i>	36
6.2. Le marché de la publicité sur Internet	38

6.2.1.	<i>Description du marché de la publicité sur Internet :</i>	38
6.2.2.	<i>Des budgets publicitaires en hausse</i>	38
6.2.3.	<i>Les clefs de la croissance du secteur</i>	39
6.3.	Positionnement et concurrence :	43
6.4.	Stratégie et avantages concurrentiels	44
6.4.1.	<i>Avantages concurrentiels</i>	44
6.4.2.	<i>Plan de développement stratégique</i>	45
<b>7.</b>	<b>ORGANIGRAMME</b>	<b>48</b>
7.1.	Evolutions de la structure juridique du Groupe	48
7.2.	Description du Groupe	49
7.3.	Principales filiales de l'émetteur	50
<b>8.</b>	<b>PROPRIETES IMMOBILIERES, USINES ET EQUIPEMENTS</b>	<b>51</b>
8.1.	Propriétés immobilières louées	51
8.2.	Question environnementale	51
<b>9.</b>	<b>EXAMEN DE LA SITUATION FINANCIERE ET DU RESULTAT</b>	<b>52</b>
9.1.	Examen de la situation financière et du résultat des exercices 2005 et 2006	52
9.1.1.	<i>Chiffre d'affaires</i>	52
9.1.2.	<i>Charges d'exploitation</i>	53
9.1.3.	<i>Résultat d'exploitation</i>	53
9.1.4.	<i>Résultat financier</i>	53
9.1.5.	<i>Résultat exceptionnel</i>	53
9.1.6.	<i>Charges d'impôt</i>	53
9.1.7.	<i>Résultat net</i>	54
9.2.	Facteurs de nature gouvernementale, économique, budgétaire, monétaire ou politique pouvant influencer sensiblement les opérations de la Société	54
<b>10.</b>	<b>TRESORERIE ET CAPITAUX</b>	<b>55</b>
10.1.	Capitaux propres de l'émetteur	55
10.2.	Sources et montants de flux de trésorerie	55
10.3.	Conditions d'emprunts et structure de financement	56
10.4.	Restrictions éventuelles à l'utilisation des capitaux	56
10.5.	Sources de financement attendues, nécessaires pour honorer les engagements	56
<b>11.</b>	<b>RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT, BREVETS ET LICENCES</b>	<b>57</b>
<b>12.</b>	<b>INFORMATIONS SUR LES TENDANCES</b>	<b>58</b>
12.1.	Tendances ayant affecté les activités de l'émetteur depuis la fin du dernier exercice	58
12.2.	Éléments susceptibles d'influer les perspectives de l'émetteur	58
<b>13.</b>	<b>PREVISIONS OU ESTIMATIONS DE BENEFICE</b>	<b>59</b>
<b>14.</b>	<b>ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION ET DE SURVEILLANCE ET DIRECTION GENERALE</b>	<b>60</b>
14.1.	Informations générales relatives aux dirigeants et administrateurs	60
14.1.1.	<i>Membres du Conseil d'Administration</i>	60
14.1.2.	<i>Profil des dirigeants</i>	62
14.2.	Conflits d'intérêts au niveau des organes d'administration, de direction et de surveillance et de la direction générale	63
<b>15.</b>	<b>REMUNERATION ET AVANTAGES</b>	<b>64</b>
15.1.	Rémunérations et avantages en nature attribués pour le dernier exercice clos aux administrateurs et dirigeants de la Société	64
15.2.	Options de souscription ou d'achat d'actions consenties aux mandataires sociaux et options levées par ces derniers	64
15.3.	Bons de souscription d'actions et actions gratuites consenties aux mandataires sociaux et exercice des bons par ces derniers	64
15.4.	Participations	65
15.5.	Prêts et garanties accordés ou constitués en faveur des membres des organes d'administration, de direction ou de surveillance de la Société	65
15.6.	Sommes provisionnées ou constatées par la Société aux fins de versement de pensions, de retraite ou d'autres avantages	65

<b>16. FONCTIONNEMENT DES ORGANES D'ADMINISTRATION ET DE DIRECTION</b>	<b>66</b>
16.1. Direction de la Société	66
16.2. Contrats entre les administrateurs et la Société	66
16.3. Comités d'audit et de rémunération	66
16.4. Gouvernement d'entreprise	66
16.5. Contrôle interne	67
<b>17. SALARIES</b>	<b>68</b>
17.1. Effectifs	68
17.2. Intéressement	69
17.2.1. Contrats d'intéressement et de participation	69
17.2.2. Options de souscription et d'achat d'actions consenties	69
17.2.3. Bons de souscription d'actions	69
17.2.4. Attribution d'actions gratuites	69
<b>18. PRINCIPAUX ACTIONNAIRES</b>	<b>70</b>
18.1. Répartition du capital et des droits de vote	70
18.2. Droits de vote des principaux actionnaires	70
18.3. Contrôle de l'émetteur	70
18.4. Pacte d'actionnaires et actions de concert	70
<b>19. OPERATIONS AVEC DES APPARENTES</b>	<b>71</b>
<b>20. INFORMATIONS FINANCIERES CONCERNANT LE PATRIMOINE, LA SITUATION FINANCIERE ET LES RESULTATS DE L'EMETTEUR</b>	<b>72</b>
20.1. Comptes sociaux de GoAdv S.A.	72
20.2. Informations financières pro forma aux 31 décembre 2005 et 31 décembre 2006	72
20.2.1. Bilan consolidé pro forma- Actif	72
20.2.2. Bilan consolidé pro forma - Passif	73
20.2.3. Compte de résultat consolidé pro forma	74
20.2.4. Tableau de flux de trésorerie consolidé pro forma	75
20.2.5. Notes annexes à l'information financière pro forma non auditée au 31 décembre 2006	76
20.2.6. Rapport du Commissaire aux comptes sur les informations financières pro forma aux 31 décembre 2005 et 31 décembre 2006	83
20.3. Politique de distribution des dividendes	84
20.4. Procédures judiciaires et d'arbitrage	84
20.5. Changement significatif de la situation financière ou commerciale	84
<b>21. INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES</b>	<b>85</b>
21.1. Capital Social	85
21.1.1. Conditions auxquelles les statuts soumettent les modifications du capital et des droits attachés aux actions (articles 7 et 9 des statuts)	85
21.1.2. Titres non représentatifs du capital	85
21.1.3. Acquisition par la Société de ses propres actions	86
21.1.4. Autres titres donnant accès au capital	86
21.1.5. Droit d'acquisition et/ou obligations attachés au capital émis mais non libéré et engagement d'augmentation de capital	86
21.1.6. Capital de la Société faisant l'objet d'une option ou d'un accord conditionnel ou inconditionnel prévoyant de la placer sous option	86
21.1.7. Évolution du capital social depuis la constitution de la Société	87
21.2. Acte constitutif et statuts	87
21.2.1. Objet social (article 3 des statuts)	87
21.2.2. Membres de ses organes d'administration, de direction et de surveillance	87
21.2.3. Droits, privilèges et restrictions attachés à chaque catégorie d'actions existantes (articles 8, 11, 12, 13 et 14 des statuts)	88
21.2.4. Assemblées Générales (articles 24 à 28 des statuts)	89
21.2.5. Clauses susceptibles d'avoir une incidence sur le contrôle de la Société	90
21.2.6. Franchissements de seuils	90
<b>22. CONTRATS IMPORTANTS</b>	<b>91</b>
<b>23. INFORMATIONS PROVENANT DE TIERS, DECLARATIONS D'EXPERTS ET DECLARATION D'INTERETS</b>	<b>92</b>
<b>24. DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC</b>	<b>93</b>

<b>25. INFORMATIONS SUR LES PARTICIPATIONS</b>	<b>94</b>
<b>DEUXIEME PARTIE : INFORMATIONS RELATIVES A L'OPERATION</b>	<b>95</b>
<b>1. PERSONNES RESPONSABLES</b>	<b>96</b>
1.1. Dénomination des personnes responsables	96
1.2. Attestation des personnes responsables	96
1.2.1. <i>Engagements de la Société</i>	96
1.2.2. <i>Calendrier indicatif de communication financière</i>	96
<b>2. FACTEURS DE RISQUES DE MARCHE INFLUANT SUR LES VALEURS MOBILIERES</b>	<b>97</b>
<b>3. INFORMATIONS SUR LES VALEURS MOBILIERES ADMISES A LA NEGOCIATION</b>	<b>98</b>
3.1. Nature des actions et code ISIN	98
3.2. Droit applicable	98
3.3. Forme des actions (article 11 des statuts)	98
3.4. Monnaie de l'émission	98
3.5. Droits attachés aux valeurs mobilières (article 8 et 14 des statuts)	98
3.6. Restrictions à la libre négociation des valeurs mobilières	99
3.7. Tribunaux compétents en cas de litiges	99
<b>4. RAPPEL RELATIF A L'OPERATION DE PLACEMENT PRIVE PREALABLE A LA COTATION DES TITRES SUR LE MARCHE ALTERNEXT</b>	<b>100</b>
4.1. Cadre juridique de l'émission de l'opération de placement privé réalisée	100
4.2. Caractéristiques du placement privé réalisé préalablement à la cotation des titres sur le marché Alternext	101
4.2.1. <i>Modalités relatives au placement privé et admission sur Alternext</i>	101
4.2.2. <i>Objectifs de l'opération de placement privé et de la cotation sur Alternext</i>	101
4.3. Répartition actuelle du capital et des droits de vote	102
4.4. Nature, nombre, date de jouissance des actions admises aux négociations	102
4.4.1. <i>Nature</i>	102
4.4.2. <i>Nombre</i>	102
4.4.3. <i>Jouissance</i>	102
4.5. Conditions générales d'admission	102
4.6. Etablissements financiers en charge de l'opération	103

## NOTE LIMINAIRE

Il est précisé que ce document est provisoire.

La version définitive de l'Offering Circular relatif à l'admission des titres GOADV sur le marché Alternext d'Euronext Paris SA sera disponible postérieurement à la réalisation effective de l'augmentation de capital par placement privé.

### Rappel :

Décret n° 2006-557 du 16 mai 2006 modifiant le chapitre Ier du titre Ier du livre IV de la partie réglementaire du code monétaire et financier

Le Premier ministre,

Sur le rapport du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie,

Vu le code des assurances ;

Vu le code monétaire et financier, notamment son article L. 411-2 ;

Vu le code de la mutualité ;

Vu le code de la sécurité sociale ;

Vu l'ordonnance n° 45-2710 du 2 novembre 1945 relative aux Sociétés d'investissement ;

Vu l'ordonnance n° 96-50 du 24 janvier 1996 relative au remboursement de la dette sociale, notamment son article 1<sup>er</sup> ;

Vu la loi n° 72-650 du 11 juillet 1972 modifiée portant diverses dispositions d'ordre économique et financier, notamment son article 4 ;

Vu la loi n° 85-695 du 11 juillet 1985 portant diverses dispositions d'ordre économique et financier, notamment son article 1<sup>er</sup> ;

Vu la loi n° 2005-842 du 26 juillet 2005 pour la confiance et la modernisation de l'économie,

Décète :

**Art. 1<sup>er</sup>.** – Les articles D. 411-1 et D. 411-2 du code monétaire et financier sont remplacés par les articles D. 411-1 à D.411-4 ainsi rédigés :

« Art. D. 411-1. –

I. – Ont la qualité d'investisseurs qualifiés au sens de l'article L. 411-2 lorsqu'ils agissent pour compte propre :

« 1° Les établissements de crédit et les compagnies financières mentionnés respectivement à l'article L. 511-9 et à l'article L. 517-1 ;

« 2° Les institutions et services mentionnés à l'article L. 518-1 ;

« 3° Les entreprises d'investissement mentionnées à l'article L. 531-4 ;

« 4° Les Sociétés d'investissement mentionnées à l'article 6 de l'ordonnance du 2 novembre 1945 susvisée ;

« 5° Les organismes de placement collectif mentionnés à l'article L. 214-1 et les Sociétés de gestion d'organisme de placement collectif mentionnées à l'article L. 543-1 ;

« 6° Les Sociétés d'assurance et les Sociétés de réassurance mentionnées, respectivement, au premier alinéa de l'article L. 310-1 et à l'article L. 310-1-1 du code des assurances ;

« 7° Les Sociétés de groupe d'assurance mentionnées à l'article L. 322-1-2 du code des assurances ;

« 8° Les institutions de prévoyance mentionnées à l'article L. 931-1 du code de la sécurité sociale ;

« 9° Le fonds de réserve pour les retraites mentionné à l'article L. 135-6 du code de la sécurité sociale ;

« 10° Les mutuelles et unions de mutuelles relevant du livre II du code de la mutualité autres que celles mentionnées à l'article L. 510-2 du même code ;

« 11° Les compagnies financières holdings mixtes mentionnées à l'article L. 517-4 et au 9o de l'article L. 334-2 du code des assurances ;

« 12° Les Etats membres de l'Organisation de coopération et de développement économiques ;

« 13° La Banque centrale européenne et les banques centrales des Etats membres de l'Organisation de coopération et de développement économiques ;

« 14° Les organismes financiers internationaux à caractère public auxquels la France ou tout autre Etat membre de l'Organisation de coopération et de développement économiques fait partie ;

« 15° La Caisse d'amortissement de la dette sociale instituée par l'article 1er de l'ordonnance du 24 janvier 1996 susvisée ;

« 16° Les Sociétés de capital-risque mentionnées à l'article 1er de la loi du 11 juillet 1985 susvisée ;

« 17° Les Sociétés financières d'innovation mentionnées au III de l'article 4 de la loi du 11 juillet 1972 susvisée ;

« 18° Les intermédiaires en marchandises ;

« 19° Les entités remplissant au moins deux des trois critères suivants :

« – effectifs annuels moyens supérieurs à 250 personnes ;

« – total du bilan supérieur à 43 millions d'€ ;

« – Chiffre d'affaires ou montant des recettes supérieur à 50 millions d'€.

« Ces critères sont appréciés au vu des derniers comptes consolidés ou, à défaut, des comptes sociaux, tels que publiés et, le cas échéant, certifiés par les commissaires aux comptes.

« II. – Ont également la qualité d'investisseurs qualifiés, lorsqu'ils agissent pour compte propre et à partir du jour de réception de l'accusé de réception attestant de leur inscription sur le fichier mentionné à l'article D. 411-3 :

« 1° Les entités qui remplissent au moins deux des trois critères suivants :

« – effectifs annuels moyens inférieurs à 250 personnes ;

« – total du bilan inférieur à 43 millions d'€ ;

« – Chiffre d'affaires ou montant des recettes inférieur à 50 millions d'€.

« Ces critères sont appréciés au vu des derniers comptes consolidés ou, à défaut, des comptes sociaux, tels que publiés et, le cas échéant, certifiés par les commissaires aux comptes. La décision d'inscription sur le fichier mentionné à l'article D. 411-3 est prise, selon le cas, par le conseil d'administration, par le directoire, par le ou les gérants, ou par l'organe de gestion de l'entité ;

« 2° Les personnes physiques remplissant au moins deux des trois critères suivants :

« – la détention d'un portefeuille d'instruments financiers d'une valeur supérieure à 500 000 € ;

« – la réalisation d'opérations d'un montant supérieur à 600 € par opération sur des instruments financiers, à raison d'au moins dix par trimestre en moyenne sur les quatre trimestres précédents ;

« – l'occupation pendant au moins un an, dans le secteur financier, d'une position professionnelle exigeant une connaissance de l'investissement en instruments financiers.

« III. – Ont également la qualité d'investisseur qualifié :

« 1° Les entités mentionnées au I lorsqu'elles agissent pour le compte d'un organisme de placement collectif ou d'un investisseur qualifié appartenant à l'une des catégories mentionnées au I ou au II ;

« 2° Les prestataires de services d'investissement lorsqu'ils agissent dans le cadre d'une activité de gestion de portefeuille pour le compte de leur mandant.

« Art. D. 411-2. – Ont également la qualité d'investisseurs qualifiés les personnes physiques ou entités reconnues investisseurs qualifiés dans les Etats parties à l'accord sur l'Espace économique européen, conformément aux dispositions de la directive 2003/71/CE du 4 novembre 2003.

« Art. D. 411-3. – Les personnes ou entités mentionnées au II de l'article D. 411-1 qui en font la demande et déclarent sous leur responsabilité réunir les critères mentionnés au II de l'article D. 411-1 sont inscrites dans un fichier tenu par l'Autorité des marchés financiers selon les modalités fixées par son règlement général. Ces personnes ou entités peuvent renoncer à tout moment à leur qualité d'investisseur qualifié en accomplissant les formalités fixées par le règlement général de l'Autorité des marchés financiers.

« Art. D. 411-4. – Le seuil mentionné au dernier alinéa du II de l'article L. 411-2 est fixé à 100. »

**Art. 2.** – Le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie est chargé de l'exécution du présent décret, qui sera publié au Journal officiel de la République française.

Fait à Paris, le 16 mai 2006.

Par le Premier ministre,  
DOMINIQUE DE VILLEPIN

Le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie,  
THIERRY BRETON

## RESUME

*Les personnes ou entités mentionnées au 4° du II article L. 411-2 du Code monétaire et financier ne peuvent participer à cette opération que pour compte propre dans les conditions fixées par les articles D. 411-1, D. 411-2, D. 734-1, D. 744-1, D. 754-1 et D. 764-1 du Code monétaire et financier.*

*Cette opération ne donne pas lieu à un prospectus soumis au visa de l'AMF.*

*La diffusion, directe ou indirecte, dans le public des instruments financiers acquis à l'occasion de cette émission ne peut être réalisée que dans les conditions prévues aux articles L. 411-1, L. 411-2, L. 412-1 et L. 621-8 à L. 621-8-3 du Code monétaire et financier.*

*Le présent résumé inclut certaines des informations essentielles contenues dans la totalité de l'Offering Circular. Ce résumé doit être lu comme une introduction.*

*Toute décision d'investir dans les valeurs mobilières concernées doit être fondée sur un examen exhaustif de l'Offering Circular par l'Investisseur qualifié.*

*Dans le présent document, l'expression « GOADV » ou la « Société » ou le « Groupe » désigne la Société GOADV S.A. et ses filiales.*

### 1. Informations de base

#### 1.1. Raisons de l'offre et utilisation prévue du produit de l'émission

L'inscription des actions de GOADV aux négociations sur le Marché Alternext d'Euronext Paris est une étape importante dans le développement de la Société. Cette opération d'introduction de la Société ainsi que l'augmentation de capital qu'elle implique ont pour objectif de lui donner davantage de ressources financières afin de poursuivre sa croissance et en particulier pour :

- renforcer sa notoriété et sa crédibilité vis-à-vis de ses clients, et de ses partenaires, en France comme à l'étranger,
- faire bénéficier ses actionnaires actuels et futurs des protections et garanties offertes par le marché Alternext,
- il s'agit également pour la Société de se laisser l'opportunité de profiter d'éventuelles opérations de croissance externe pouvant s'offrir à elle,
- pour les actionnaires cédants, l'opération de cession d'une partie des titres GOADV détenus correspond à un souci de liquidité pour cet investissement.

#### 1.2. Résumé des principaux facteurs de risque

Les investisseurs sont invités à prendre en considération les risques décrits ci-dessous avant de prendre leur décision d'investissement :

- risques liés à l'évolution du marché ;
- risques liés à l'environnement concurrentiel ;
- risques liés à la fluctuation des tarifs appliqués par la Société ;
- risques liés à la concentration du chiffre d'affaires sur peu de clients ;
- risques liés à la dépendance aux moteurs de recherche ;
- risques liés à l'environnement Internet (virus, piratage, paiement en ligne, etc.) ;
- risques de taux de change ;
- risques liés à la réglementation applicable et à son évolution ;
- risques liés à la protection des marques et noms de domaine de la Société.

Ces risques, ou l'un de ces risques ou d'autres risques, non encore actuellement identifiés ou considérés comme non significatifs par GOADV, pourraient avoir un effet négatif sur les activités, la situation financière ou les résultats de GOADV, ou le cours de ses actions.

Pour les exercices futurs, la politique de distribution de dividendes dépendra des résultats et de l'appréciation des moyens nécessaires pour assurer son développement.



## 2. Informations concernant GOADV

GOADV opère dans le marché de la publicité sur Internet.

La Société dispose d'un modèle original et atypique en offrant à d'autres acteurs de la filière ou à des annonceurs du trafic qualifié par l'intermédiaire de sites propriétaires. La mission que s'est donnée GOADV est ainsi de générer une audience riche et qualifiée pour ses clients. La Société édite et diffuse ainsi, dans différentes langues, plusieurs sites portails et verticaux ayant pour but d'informer et de guider les internautes dans leurs décisions d'achats, aussi bien en ligne que hors ligne.

A travers des liens placés sur ses sites Internet, GOADV guide les visiteurs vers des sites de sociétés ou des sites marchands de ses clients. Les revenus sont prédéfinis, mais dans chaque cas, ceux-ci sont basés sur la performance, conduisant ainsi à un résultat tangible. Cela peut être une simple visite sur un site ou encore la réalisation d'une vente. Ces redirections permettent à GOADV de générer du trafic pour ses clients.

## 3. Données financières sélectionnées

En K€	31/12/2005	31/12/2006	2006 vs 2005
	Information financière consolidée pro forma 12 mois	Information financière consolidée pro forma 12 mois	
Chiffre d'affaires	4 742	9 864	108,0%
Résultat d'exploitation	340	644	89,4%
Marge d'exploitation	7,17%	6,53%	-9,0%
Résultat financier	-31	119	-477,8%
Résultat net des sociétés intégrées	185	528	185,5%
Résultat net de l'ensemble consolidé	185	528	185,5%
Résultat part du Groupe	185	516	178,7%
Actif immobilisé	26	294	1035,0%
Capitaux Propres	195	753	285,5%
Endettement financier	0	238	n.s.
Trésorerie	809	1 254	55,0%

## 4. Gouvernement d'entreprise

### 4.1. Composition du conseil d'administration

Luca Ascani	Président du Conseil d'administration
Salvatore Esposito	Administrateur – Directeur Général
Stéphane Vais	Administrateur
Adelandre Conseil & Investissement SARL	
Représentée par Stéphane Darracq	Administrateur

### 4.2. Salariés

L'effectif de GOADV se portait, au 31 mai 2007, à 49 personnes.

### 4.3. Contrôleurs légaux des comptes

Commissaire aux comptes titulaire :	Deloitte & Associés représenté par Monsieur Philippe Canel
Commissaire aux comptes suppléant :	Cabinet Beas représenté par Monsieur Pierre Victor

## 5. Principaux actionnaires

Répartition de l'actionnariat avant opération de placement privé

Actionnaires	Nombre de titres	% de détention	Nombre de droits de vote	% de droits de vote
Luca Ascani	1 020 250	18,9%	1 020 250	18,9%
Salvatore Esposito	1 020 250	18,9%	1 020 250	18,9%
Génius SA	3 294 000	61,0%	3 294 000	61,0%
Autres actionnaires	65 500	1,2%	65 500	1,2%
<b>TOTAL</b>	<b>5 400 000</b>	<b>100,0%</b>	<b>5 400 000</b>	<b>100,0%</b>

Répartition de l'actionnariat après opération de placement privé

Actionnaires	Nombre de titres	% de détention	Nombre de droits de vote	% de droits de vote
Luca Ascani	926 792	14,4%	926 792	14,4%
Salvatore Esposito	926 792	14,4%	926 792	14,4%
Génius SA	3 294 000	51,2%	3 294 000	51,2%
Autres actionnaires	65 500	1,0%	65 500	1,0%
Investisseurs Qualifiés	1 222 148	19,0%	1 222 148	19,0%
<b>TOTAL</b>	<b>6 435 232</b>	<b>100,0%</b>	<b>6 435 232</b>	<b>100,0%</b>

## 6. Caractéristiques de l'opération

### 6.1. Procédure d'admission

Admission sur Alternext par cotation directe, selon l'article 3.2 des règles d'Alternext. En date du 27 juillet 2007, la Société a réalisé un placement privé d'un montant de 6,54 millions d'euros.

### 6.2. Objectifs de l'opération

Cette opération d'introduction sur le marché Alternext d'Euronext Paris par placement privé va permettre à GOADV de :

- renforcer sa notoriété et sa crédibilité vis-à-vis de ses clients, de ses fournisseurs et de ses partenaires, en France comme à l'étranger,
- faire bénéficier ses actionnaires actuels et futurs des protections et garanties offertes par le marché Alternext,
- il s'agit également pour la Société de se laisser l'opportunité de profiter d'éventuelles opérations de croissance externe pouvant s'offrir à elle,
- pour les actionnaires cédants, l'opération de cession d'une partie des titres GOADV détenus correspond à un souci de liquidité pour cet investissement.

## 7. Informations complémentaires

### 7.1. Capital social

Au 15 juin 2007, le capital social de GOADV était fixé à la somme de 216 000 €.

Il était divisé en 5 400 000 actions de 0,04 € de valeur nominale chacune, de même catégorie, entièrement souscrites et libérées, toutes de même catégorie.

En date du 27 juillet 2007, la Société a finalisé un placement privé sous la forme :

- d'une augmentation de capital de 5 538 491,20 euros par émission de 1 035 232 actions nouvelles ;
- d'une cession des deux dirigeants de la Société de 186 916 actions.

Depuis le 27 juillet 2007, le capital social de la Société est fixé à la somme de 257 409,28 euros.

Il est désormais divisé en 6 435 232 actions de 0,04 € de valeur nominale chacune, de même catégorie, entièrement souscrites et libérées, toutes de même catégorie.

#### *7.2. Statuts*

Les derniers statuts à jour ont été déposés au greffe du tribunal de commerce de Paris.

#### *7.3. Intermédiaires financiers – Service Titres*

Listing Sponsor / Prestataire de Services d'Investissements : EuroLand Finance

Société Générale Securities Services assurera le service titres.

#### *7.4. Mise à disposition du document d'information*

Des exemplaires du document d'information sont disponibles sans frais au siège social de GOADV, auprès d'Euroland Finance, Listing Sponsor, ainsi que sur le site Internet d'Euronext Paris (<http://www.euronext.com>).

## INFORMATIONS DE BASE

## 1. PERSONNES RESPONSABLES

### 1.1. Personne responsable du document d'information

Monsieur Salvatore ESPOSITO  
Directeur Général

12 rue de la chaussée d'Antin  
75009 Paris

**Contact Investisseur :**

Téléphone : +353 (0)1 4966672  
Adresse mail : investisseur@goadv.net  
Adresse postale : Brighton House-121 Lower Rathmines Road- Dublin 6 - Ireland

### 1.2. Attestation des personnes responsables

#### 1.2.1. *Attestation du responsable du document d'information*

« À ma connaissance, et après avoir pris toute mesure raisonnable à cet effet, les données du présent document 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 GOADV ; elles ne comportent pas d'omissions de nature à en altérer la portée. »

Fait à Paris, le 30 juillet 2007

**GOADV S.A.**  
Monsieur Salvatore ESPOSITO  
Directeur Général

### 1.2.2. *Attestation du Listing Sponsor - Prestataire de Services d'Investissement*

EuroLand Finance, Entreprise d'investissement, Listing Sponsor de la Société, confirme avoir effectué, en vue de l'inscription sur le marché Alternext d'Euronext Paris des actions de la Société GOADV, les diligences professionnelles d'usage.

Ces diligences ont notamment pris la forme de la vérification des documents produits par GOADV ainsi que d'entretiens avec des membres de la direction et du personnel de la Société, conformément au schéma type d'Alternext. EuroLand Finance atteste, conformément aux règles d'Alternext, que les diligences ainsi accomplies n'ont révélé dans le contenu du document aucune inexactitude ni aucune omission significative de nature à induire l'investisseur en erreur ou à fausser son jugement.

Cette attestation est délivrée sur la base des documents et renseignements fournis par GOADV à EuroLand Finance, ce dernier les ayant présumés exhaustifs, véridiques et sincères.

Cette attestation ne constitue pas une recommandation d'EuroLand Finance de souscrire aux titres de GOADV, ni ne saurait se substituer aux autres attestations ou documents délivrés par GOADV et/ou ses Commissaires aux Comptes.

EuroLand Finance atteste que les informations contenues dans le présent document sont, à sa connaissance, conformes à la réalité et ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée.

Fait à Paris, 30 juillet 2007

**EuroLand Finance**  
Monsieur Marc FIORENTINO  
Président

## 2. CONTROLEURS DES COMPTES

### 2.1. Commissaire aux comptes titulaires

**Deloitte & Associés représenté par Monsieur Philippe Canel**  
185 avenue du Général de Gaulle  
92524 Neuilly sur Seine

*Date du premier mandat : 23 mai 2007*

*Durée du mandat en cours : 6 exercices*

*Expiration du présent mandat : Assemblée Générale approuvant les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2012*

### 2.2. Commissaire aux comptes suppléants

**Cabinet Beas représenté par Monsieur Pierre Victor**  
7-9 Villa Houssay  
92524 Neuilly sur Seine

*Date du premier mandat : 23 mai 2007*

*Durée du mandat en cours : 6 exercices*

*Expiration du présent mandat : Assemblée Générale approuvant les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2012*

### 2.3. Contrôleurs légaux ayant démissionné, ayant été écartés ou n'ayant pas été renouvelés

Etat néant.

### 3. INFORMATIONS FINANCIERES SELECTIONNEES

L'examen de la situation financière du Groupe se base sur les informations financières pro forma réalisées en vue de l'introduction de la Société sur le marché Alternext d'Euronext Paris. Ces informations consolidées pro forma ont été réalisées au titre des exercices clos au 31 décembre 2005 et au 31 décembre 2006 sur 12 mois ; elles ont fait l'objet d'une revue limitée de la part du commissaire aux comptes de la Société.

<i>En K€</i>	<b>31/12/2005</b> Information financière consolidée pro forma <i>12 mois</i>	<b>31/12/2006</b> Information financière consolidée pro forma <i>12 mois</i>	<b>2006 vs 2005</b>
Chiffre d'affaires	4 742	9 864	108,0%
Résultat d'exploitation	340	644	89,4%
<i>Marge d'exploitation</i>	7,17%	6,53%	-9,0%
Résultat financier	-31	119	-477,8%
Résultat net des sociétés intégrées	185	528	185,5%
Résultat net de l'ensemble consolidé	185	528	185,5%
Résultat part du Groupe	185	516	178,7%
Actif immobilisé	26	294	1035,0%
Capitaux Propres	195	753	285,5%
Endettement financier	0	238	<i>n.s.</i>
Trésorerie	809	1 254	55,0%

Ce tableau doit être lu en parallèle avec l'information financière consolidée pro forma du Groupe présentée au paragraphe 20 du présent document.



## 4. FACTEURS DE RISQUE

### 4.1. Risques liés à l'activité de la Société

#### 4.1.1. Risques liés à l'évolution du marché

Les marchés sur lesquels évolue GOADV sont des marchés fortement corrélés à la conjoncture économique, l'activité de la Société étant étroitement liée à l'évolution du marché publicitaire et à l'évolution de la publicité en ligne plus particulièrement.

Le marché publicitaire, après trois années de récession, connaît, depuis 2004, un regain de croissance. Les études anticipent par ailleurs une dynamique positive pour les années 2007 et 2008.

Le marché de la publicité en ligne présente quant à lui une évolution largement positive, notamment soutenue par le développement d'Internet. Or, aujourd'hui, Internet est devenu un média à part entière et la publicité interactive tient une place de plus en plus importante dans les investissements publicitaires des annonceurs.

La Société estime ainsi que ce marché obéit notamment à une dynamique structurelle, et que sa croissance à moyen terme ne serait que partiellement affectée par un fléchissement de la croissance économique en Europe.

La Société estime donc être positionnée sur un marché porteur qui ne devrait pas connaître un retournement de tendance à court ou moyen terme.

#### 4.1.2. Risques liés à l'environnement concurrentiel

Compte tenu de leur forte croissance, les marchés de la publicité et du marketing interactifs, et de manière générale les marchés liés à l'essor d'Internet sont des marchés récents et fortement concurrentiels.

Fort de son expérience reconnue sur le marché, de ses équipes spécialisées et compétentes, du savoir-faire de ses dirigeants, GOADV a su créer une offre de qualité au travers d'édition de sites de contenus larges et diversifiés, et estime ainsi disposer de nombreux atouts en vue de développer sa position actuelle sur le marché européen.

Toutefois, évoluant sur un marché en constante mutation, GOADV ne peut exclure que de nouveaux acteurs pénètrent le marché en adoptant un positionnement identique, ou que des acteurs d'ores et déjà présents ne choisissent d'élargir leurs offres, ce qui aurait pour effet de diminuer les parts de marché de la Société.

#### 4.1.3. Risques liés à la fluctuation des tarifs

La Société, dans le cadre de ses activités, pourrait être affectée par une baisse des tarifs pratiqués par la profession, notamment une baisse du CPM.

En effet, sur un marché jeune et en pleine évolution, les prix peuvent être amenés à fluctuer de manière importante. De telles fluctuations pourraient ainsi impacter les marges commerciales de la Société.

Toutefois, l'application d'autres formes de rémunération (liées à la performance) permet à la Société de se prémunir en partie contre ce risque.

#### 4.1.4. Risques clients

##### ✓ **Risque lié à la solvabilité des clients de la Société**

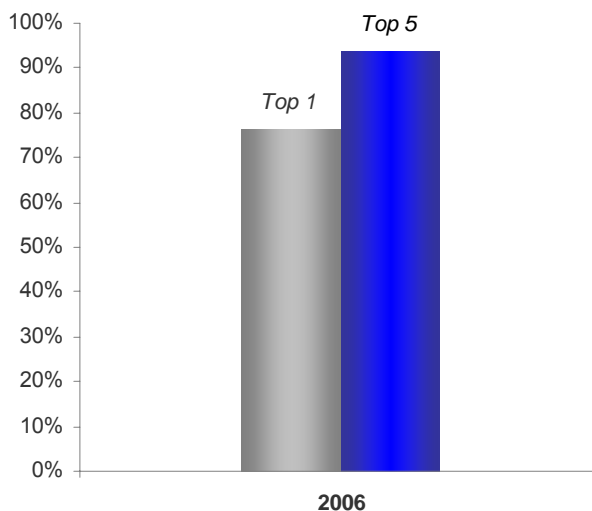
Les principaux clients de la Société sont des groupes de média ou des e-commerçants souhaitant accroître le trafic sur leurs sites Internet de contenus ou de e-commerce. Ces clients sont généralement de taille importante (Yahoo, Kelkoo, shopping.com, Tradedoubler, Expedia, MeilleurTaux, etc.). Compte tenu de la nature de ses principaux clients, la Société estime que le risque de défaillance de ces derniers est très faible.

### ✓ **Concentration clientèle**

Le graphique ci-contre indique la répartition des cinq premiers clients de GOADV en fonction de son chiffre d'affaires total (source : Société).

Ainsi, au 31 décembre 2006, le principal client partenaire de la Société est Yahoo, avec qui GOADV réalise 76,5 % de son chiffre d'affaires. Cette forte dépendance est cependant à mettre en perspective avec la taille de Yahoo, et son omniprésence sur le secteur Internet.

En dépit de la volonté de la Société de diversifier ses sources de revenus, cette dépendance à Yahoo pourrait constituer un risque et avoir une incidence significative sur la situation financière, le résultat, l'activité et le patrimoine de la Société en cas de changement de contrôle de Yahoo par exemple.



Le Groupe dispose aujourd'hui d'un certain nombre de contrats formés avec les plus importants intervenants du secteur de l'Internet. Ces sociétés sont aujourd'hui des acteurs majeurs du marketing online et il est ainsi logique de les retrouver parmi les clients les plus importants de GOADV, avec un poids dans le chiffre d'affaires de la Société qui soit significatif. Les relations établies entre GOADV et ses différents clients partenaires depuis plusieurs années et la qualité des prestations rendues par la Société permettent aujourd'hui d'indiquer que GOADV ne perçoit pas de risque significatif quant à la perte de l'un ou l'autre de ces partenaires. Les contrats établis courent pour des durées comprises entre 1 et 2 ans, et sont renouvelables tacitement.

Certains contrats imposent en outre à la Société une exclusivité dans certains secteurs (c'est la cas du contrat Kelkoo notamment). Cependant cette exclusivité n'empêche pas GOADV de travailler avec d'autres acteurs concurrents sur des secteurs différents, et ce même si la Société considère qu'à l'heure actuelle Kelkoo est l'un des meilleurs partenaires dans la comparaison de prix.

A noter par ailleurs que les contrats formés avec ces acteurs sont basés sur des « partenariats » imposant un partage des revenus générés, et impliquant ainsi une dépendance commune de chacune des parties au contrat envers l'autre.

### ✓ **Modalités contractuelles**

Les différents accords spécifient les critères de rémunération de GOADV en fonction du trafic apporté à ses clients partenaires, avec des délais de paiement compris entre 30 et 55 jours. Des ajustements tarifaires sont négociés régulièrement, généralement tous les 3 mois. L'enjeu pour GOADV est d'accroître la qualité du trafic apporté à ses clients en vue d'accroître son pouvoir de négociation pour améliorer les conditions des accords passés avec ses partenaires.

Les termes de ces contrats peuvent par ailleurs prévoir la mise à disposition, au profit de GOADV, de contenus ou de technologies (moteur de recherche ou comparateur de prix par exemple) selon les cas.

#### 4.1.5. *Risques fournisseurs*

Outre les fournisseurs de matériels informatiques, d'énergie, de mobiliers, les principaux fournisseurs de la Société sont :

- des moteurs de recherche (Google notamment) pour les achats de mots clés.
- ainsi que dans une moindre mesure, des agences interactives accompagnant GOADV dans sa recherche de notoriété (Advance, filiale de NetBooster).

En ce qui concerne les contrats réalisés avec les agences de marketing interactif, ceux-ci sont généralement d'une durée d'un an renouvelable, la Société versant une commission à ces prestataires en fonction du niveau des achats effectués par ces derniers en terme de campagnes marketing pour le compte de GOADV.

La répartition des cinq premiers fournisseurs de la Société se présente comme suit, avec une forte prédominance de Google :

Rang	Fournisseurs	Dépenses (en €)	% des Achats Totaux 2006
1	Google	6 861 508	74,4%
2	Aldringen Trading	675 962	7,3%
3	Matrix	280 800	3,0%
4	Esearchvision	137 082	1,5%
5	Dell	25 855	0,3%
<b>TOTAL</b>		<b>7 981 207</b>	<b>86,5%</b>

Les délais de règlement de ces prestations sont compris entre 30 et 90 jours.

#### 4.1.6. Risques liés à la dépendance aux moteurs de recherche

Comme l'ensemble du trafic Internet de manière générale, la fréquentation des internautes sur les sites de GOADV résulte des différents canaux :

- Accès direct : l'internaute entre directement l'adresse Internet du site qu'il souhaite consulter ;
- Liens externes : l'internaute parvient sur le site après avoir cliqué sur un lien figurant sur la page qu'il visitait précédemment,
- Moteurs de recherche : l'internaute arrive sur la page suite à une requête lancée sur un moteur de recherche généraliste.

Google et d'autres sites moteurs de recherche tels que Yahoo occupent aujourd'hui une place incontournable dans le paysage du online.

Ainsi, en 2006, sur les 60 % d'acheteurs recherchant des informations on line pour leurs achats, 83 % d'entre eux utilisent pour cela les moteurs de recherche généralistes, qui représentent ainsi le point d'entrée du trafic des internautes (source : Forrester Whole View Technographics, 2006).

Le trafic enregistré par la Société sur ses différents sites Internet est aujourd'hui principalement le résultat de requêtes lancées sur les moteurs de recherche (à plus de 95 %). Ainsi, GOADV reste dépendante de cet outil et doit donc s'attacher à gérer le contenu de ses sites et ses technologies pour être toujours placée en bonne position dans les résultats de ces requêtes lancées par les internautes. Par ailleurs, GOADV doit également optimiser ses achats de mots clés afin de poursuivre ce même objectif au profit de la visibilité de ses clients.

Ainsi, la Société reste aujourd'hui dépendante de l'évolution des technologies et des algorithmes utilisés par les moteurs de recherche et des baisses du trafic généré par le Groupe pour le compte de ses clients pourraient être observées. Néanmoins, le savoir-faire et la réactivité des équipes de la Société devraient permettre à la Société de s'adapter aux évolutions de ces technologies.

#### 4.1.7. Risques liés à l'activité d'Internet : virus, piratage, paiement en ligne

Une limite significative au développement du commerce électronique et des communications sur les réseaux est la nécessaire sécurisation de la transmission d'informations.

Bien que la Société mette en oeuvre 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, et autres techniques d'intrusion des systèmes ou d'exploitation de vulnérabilités, qui pourraient entraîner des pannes ou arrêts partiels de ses sites.

Une telle action serait en outre susceptible de compromettre la confidentialité et l'intégrité des données concernant les sites qu'elle édite, les annonceurs ainsi que les données concernant leur campagne publicitaire. Ceci pourrait entraîner un grave préjudice de réputation à la Société.

Une intrusion des systèmes ou un virus pourraient par ailleurs entraver le bon fonctionnement des systèmes et du serveur, et pourraient entraîner des interruptions, des délais ou des cessations de services proposés aux clients de la Société, ce qui pourrait avoir un effet négatif important sur le chiffre d'affaires, les résultats et la situation financière de la société ou entraîner des risques de litiges potentiels pour la Société.

Toutefois ces risques ne sont pas inhérents à GOADV, mais à toutes les sociétés évoluant dans le secteur Internet.

#### 4.1.8. *Risques industriels et liés à l'environnement*

Compte tenu de la nature de ses activités, il n'existe pas, à la connaissance de la Société, de risques industriels et liés à l'environnement susceptible d'avoir une incidence significative sur la situation financière, l'activité, les résultats du Groupe ou de la Société.

### 4.2. Risques liés à l'organisation de la société

#### 4.2.1. *Risques humains*

Le capital humain de la Société est un élément primordial de son développement.

La croissance actuelle de la Société et ses succès commerciaux résultent du savoir-faire et de l'implication du management et de l'ensemble des équipes dont il est entouré.

La fidélisation des collaborateurs constitue ainsi un enjeu non négligeable pour la Société qui devra être capable d'attirer, de former, d'intégrer et de conserver de nouveaux collaborateurs qualifiés.

#### 4.2.2. *Dépendance à l'égard des dirigeants et des collaborateurs clés*

La perte d'un ou plusieurs collaborateurs clés ou d'un dirigeant pourrait obérer la croissance de la Société. Toutefois, même si certains salariés venaient à quitter la Société, GOADV considère aujourd'hui qu'une part importante des fonctions assumées par ces personnes, y compris par les cadres dirigeants, pourrait l'être par d'autres collaborateurs, après une période de formation et d'adaptation selon les fonctions concernées.

Il est par ailleurs précisé que les principaux dirigeants de GOADV sont actionnaires de la Société, gage de leur engagement pour accompagner la croissance de la Société à moyen terme.

### 4.3. Risques de marché

#### 4.3.1. *Risque de liquidité*

##### ✓ **Endettement**

GOADV présente au 31 décembre 2006 des comptes bancaires créditeurs, en données pro forma, de 237,5 K€ (dont 43,5 K€ correspondant à une facilité de caisse, et 194 K€ liés à l'acquisition de GoAdv Srl par GoAdvertising Ltd). Toutefois la société estime qu'il n'existe de liquidité compte tenu de son niveau de trésorerie de plus de 1 millions d'euros.

##### ✓ **Covenants financiers**

Néant.

##### ✓ **Capacité d'accès au crédit**

Néant.

#### 4.3.2. *Risque de taux de change*

Dans le cadre de ses activités, GOADV vend du trafic et de l'espace à un certain nombre d'acteurs du monde Internet (Yahoo, Kelkoo, ImmobilienScout 24, Expedia, Cetelem, Meilleurtaux, Meetic). L'essentiel du chiffre d'affaires de GOADV est réalisé en euros, et ce en raison de l'internationalisation de la Société principalement dans la zone euro. Ceci implique que la Société ne présente pas à l'heure actuelle de risque lié à l'évolution du taux de change sur ses facturations. Il convient toutefois de préciser qu'une part des facturations correspond à l'activité de la Société en Grande Bretagne, et est donc facturée en £.

Par ailleurs, dans le cadre de ses investissements marketing en liens sponsorisés, la Société sollicite des intervenants américains en matière d'achats de mots clés (Google, principalement), dont les facturations sont libellées en dollars. La Société dispose de conditions de paiement à 60 jours fin de mois, ce qui pourrait induire un risque de change pour GOADV. Toutefois, la Société, compte tenu de sa situation de cash net, maîtrise ce risque en ce qu'elle peut choisir de régler ses achats de mots clés à tout moment dans les 60 jours, et ce au taux le plus avantageux.

Le risque de change est matérialisé dans le tableau suivant :

En K€	GBP	USD
Actifs	0	86 527
Passifs	0	0
<b>Position nette avant gestion</b>	<b>0</b>	<b>86 527</b>
Positions hors bilan	0	0
<b>Position nette après gestion</b>	<b>0</b>	<b>86 527</b>
<i>Evolution de 1 centime d'euros / DEVISE</i>	-	660,5

La Société n'a pas mis en place aujourd'hui de procédure ni de moyens visant la couverture de ces risques de change, risque qui demeure négligeable à l'échelle de la Société.

#### 4.3.3. Risque de taux d'intérêt

Néant, GOADV ne présente, à la date du présent document, aucun endettement financier ne portant intérêt, le risque qui résulterait d'une évolution à la hausse des taux sur un emprunt contracté à taux variable n'est donc pas applicable à la Société.

#### 4.3.4. Risque sur actions

Non applicable. La gestion de la trésorerie de la Société est faite dans une optique de prudence. La trésorerie disponible de la Société est exclusivement placée auprès d'organismes de placement collectifs en valeurs mobilières opérant sur le marché monétaire.

La réglementation applicable au programme de rachat d'actions étant réservée aux sociétés cotées sur un marché réglementé, GOADV, du fait de sa cotation sur le marché Alternext d'Euronext Paris, ne pourra bénéficier de ses dispositions, sauf aux fins de couvrir certains programmes d'intéressement et d'actionnariat salarié (attribution d'actions gratuites, stock options) conformément à l'article L 225-208 du Code de commerce.

### 4.4. Risques liés à la réglementation applicable et à son évolution

Le secteur de la publicité en France est soumis à plusieurs lois et règlements qui concernent notamment :

- la réglementation sur la publicité et son contenu, et notamment la réglementation de la publicité mensongère (article 121-3 du Code pénal et articles L.121-1 et L.121-4 du Code de la consommation), la réglementation de la publicité comparative (article L.121-8 du Code de la consommation), la réglementation relatives aux produits interdits ou limités en publicité, la réglementation relative à l'emploi de la langue française (loi du 4 août 1994), et la réglementation relative à la protection de la création publicitaire (droits d'auteur, droits des marques et action en concurrence déloyale)

La réglementation générale de la publicité n'influe qu'indirectement sur les activités de GOADV et ne constitue pas de risques réels pour l'activité, la situation financière ou les résultats de la Société.

- la réglementation relative à la protection des consommateurs et notamment la loi sur l'informatique et la liberté du 6 janvier 1978 (loi n°78-17) modifiée par la loi n° 2004-801 du 6 août 2004 et la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004, la loi pour la confiance dans l'économie numérique a été publiée au Journal Officiel le 22 juin 2004 n°2004-575.

La loi informatique et liberté concerne la protection des données personnelles informatisées ou circulant sur Internet. Elle impose une obligation de déclaration ou de demande d'autorisation auprès de la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL) pour tout traitement automatisé ou non de données à caractère personnel contenues ou appelées à figurer dans des fichiers de la Société ainsi qu'un ensemble d'autres obligations relatives à la collecte, au traitement et à la conservation de ces données.

Dans le cadre de ses activités actuelles, la Société n'utilise pas, pour le moment, de tels fichiers.

Toutefois, elle pourrait être amenée à le faire dans le futur, et dans ce cas, elle serait amenée à se conformer à ces dispositions.

Par ailleurs, la loi pour la confiance dans l'économie numérique a été publiée au Journal Officiel le 22 juin 2004. Elle porte en particulier sur :

- La responsabilité des prestataires techniques, des hébergeurs et des opérateurs pour les services de communication en ligne. Elle sera engagée uniquement lorsque « le caractère illicite de l'information dénoncée est manifeste », ou dans le cas où le juge « en a ordonné le retrait ».
- L'organisation de la gestion des noms de domaines de l'Internet.
- La définition et l'encadrement juridique du commerce électronique (publicité en ligne, « spamming », contrats électroniques, protection du consommateur, libéralisation de la cryptologie). Sur ce point, rappelons que cette loi consacre, pour les personnes physiques, le nouveau principe du consentement préalable à recevoir des prospections directes, conformément à la directive européenne 2002/58/CE du 12 juillet 2002. Toutefois, la prospection directe par courrier électronique est autorisée si les coordonnées du destinataire ont été recueillies directement auprès de lui, conformément à la loi « informatique et libertés » de 1978, à l'occasion d'une vente ou d'une prestation de services et si la prospection directe concerne des produits ou services analogues fournis par la même personne physique ou morale.
- Le cadre d'assignation de fréquences des systèmes satellitaires (déclaration assurée par l'Agence Nationale des fréquences à l'Union internationale des télécommunications).

L'évolution de la législation et de la réglementation relative à l'économie numérique en France tend ainsi à une protection accrue du consommateur et de l'internaute. L'évolution de la législation en Europe va également dans le même sens.

La Société estime avoir suffisamment anticipé et intégré ces évolutions, et que celles-ci ne devraient générer d'effet défavorable significatif sur son activité, sa situation financière ou ses résultats ou sur sa capacité à réaliser ses objectifs.

Par ailleurs, les activités de la Société pourraient être affectées par les réglementations applicables dans chacun des pays dans lesquels elle est présente (Italie, France, Allemagne, Grande Bretagne, Pays Bas, Espagne). La nature même des activités de la Société, considérant la nature ouverte du réseau Internet, et notamment du fait que l'on puisse accéder à un site Internet quelle que soit la localisation géographique de l'internaute, implique, pour GOADV, la possibilité d'infractions envers la réglementation applicable dans un pays étranger.

La Société considère toutefois que compte tenu de l'harmonisation des normes européennes en matière de commerce électronique et de protection du consommateur et de la relative homogénéité culturelle du continent européen, le risque de violation en ces domaines des lois des pays membres de l'Union Européenne est faible.

#### 4.5. Propriété intellectuelle

Le Groupe est titulaire de ses droits de propriété intellectuelle, notamment ses marques et noms de domaine.

GOADV a ainsi déposé, auprès de l'Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI), la marque GOMEIO le 11 juillet 2006, au niveau international, soit une protection de cette marque jusqu'en juillet 2016.

Le logo et la marque « GoAdv » vont également être déposés par la Société auprès de l'OMPI pour une protection au niveau international.

La Société dispose par ailleurs de centaines de noms de domaine, dont les suivants :

[www.gomeo.it](http://www.gomeo.it)  
[www.gomeo.es](http://www.gomeo.es)  
[www.gomeo.de](http://www.gomeo.de)  
[www.gomeo.fr](http://www.gomeo.fr)  
[www.gomeo.co.uk](http://www.gomeo.co.uk)  
[www.migliori-offerte.it](http://www.migliori-offerte.it)  
[www.beste-aanbiedingen.nl](http://www.beste-aanbiedingen.nl)  
[www.betterdeals.co.uk](http://www.betterdeals.co.uk)  
[www.meilleures-offres.fr](http://www.meilleures-offres.fr)  
[www.wahnsinns-schnaepchen.de](http://www.wahnsinns-schnaepchen.de)  
[www.mejoresofertas.net](http://www.mejoresofertas.net)

Aucun actif nécessaire à l'exploitation n'est détenu par une autre personne morale ou physique que le Groupe GOADV.

#### 4.6. Assurances et couverture des risques

La politique de GOADV en matière d'assurances l'a conduite à se couvrir sur les risques significatifs auxquels elle est susceptible d'être exposée. Les assurances en cours couvrent les biens et la responsabilité civile de la Société et de ses filiales selon des conditions habituellement appliquées dans la profession.

Les sociétés étrangères du Groupe gèrent de façon indépendante leurs polices d'assurance en fonction des réglementations locales tout en informant la société mère des polices souscrites.

A noter par ailleurs que l'assurance de GOADV SA est prise en compte sur la police de GoAdvertising Ltd par une extension de garantie.

*Polices en vigueur au 31 mai 2007*

Souscripteur	Nature de la police d'assurance	Objet	Montant de la couverture	Franchises
Go Adv S.r.l	Multirisques	* Assurance des biens de la Société contre incendies et vol	* 72 000 € (incendies) 25 000 € (vol)	
	Responsabilité Civile	* Responsabilité civile, dommages suite à accident, incendies, etc.	* 1 040 000 €	
GO2TRACKS S.R.L.	Multirisques	* Assurance des biens de la Société contre incendies et vol	* 47 000 €	
	Responsabilité Civile	* Responsabilité civile, dommages suite à accident, incendies, etc.	* 1 040 000 €	
GoAdvertising Ltd.	Multirisques	Equipement,	* Biens en location : 10 000 € (contenu)	£ 350
		Perte d'exploitation,	20 000 € (Biens informatiques)	£ 350
		Responsabilité professionnelle,	* Ordinateurs portables : 5000 €	£ 250
		Responsabilité civile	* Perte d'exploitation (y.c. ICOW) : 110 000 €	-
			* Responsabilité des dirigeants : 13 000 000 €	-
		* Responsabilité civile : 2 600 00 €	£ 350	

#### *Vie des polices*

Ces polices sont annuelles et sont des contrats prévoyant des tacites reconductions année par année.

Le Groupe estime que la nature des risques couverts par ces assurances est conforme à la pratique retenue dans son secteur d'activité.

#### 4.7. Faits exceptionnels et litiges

A la connaissance de la Société, il n'existe pas de litige, arbitrage, fait exceptionnel ou risque juridique susceptible d'avoir ou ayant eu dans un passé récent une incidence significative sur la situation financière, le résultat, l'activité et le patrimoine de la Société et du Groupe.

## 5. INFORMATIONS CONCERNANT L'EMETTEUR

### 5.1. Histoire et évolution de la société

#### 5.1.1. *Raison sociale et nom commercial et siège social de l'émetteur*

##### 5.1.1.1. *Dénomination sociale (article 2 des statuts)*

La dénomination de la Société est GOADV.

##### 5.1.1.2. *Siège Social (article 4 des statuts)*

Le siège social est fixé au :  
12 rue de la chaussée d'Antin  
75009 Paris

#### 5.1.2. *Lieu et numéro d'enregistrement de l'émetteur*

La Société est enregistrée au greffe du Tribunal de Commerce de Paris sous le numéro 498 124 445.

#### 5.1.3. *Date de constitution et durée de vie de la société*

##### 5.1.3.1. *Date de constitution*

La Société a été constituée le 23 mai 2007.

##### 5.1.3.2. *Durée de vie (article 5 des statuts)*

La durée de la Société est fixée à 99 années, sauf les cas de dissolution anticipée.

#### 5.1.4. *Forme juridique et législation régissant ses activités (article 1 des statuts)*

La Société est une société anonyme. Elle est régie par la loi et les règlements en vigueur ainsi que par ses statuts. Elle est régie par le droit français.

#### 5.1.5. *Exercice Social (article 29 des statuts)*

L'exercice social commence le 1<sup>er</sup> janvier et finit le 31 décembre de chaque année.

#### 5.1.6. *Historique de la Société*

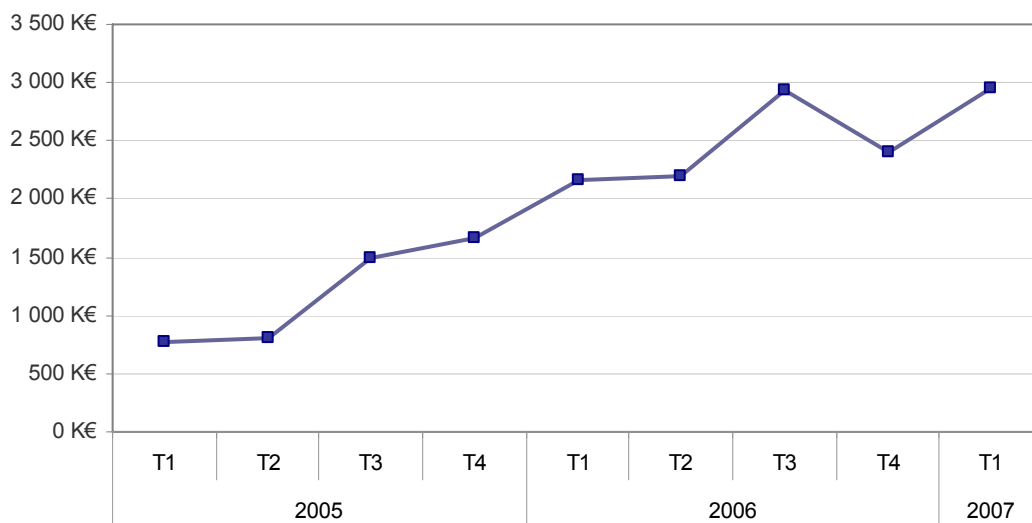
##### ✓ **2004 : création et début de la croissance**

GoAdv Srl est fondée en juillet 2004 à Rome par M. Luca Ascani et Salvatore Esposito. Cette société ambitionne alors de développer une offre de services autour de la publicité sur Internet, marché porteur possédant une croissance à deux chiffres en Italie et à travers le monde.

A cette date, les deux fondateurs étaient managers et partenaires de la société Advance Srl, agence média Internet opérant principalement en Italie et ont ainsi développé un savoir-faire dans ce secteur : collaboration avec les moteurs de recherche, développement du search marketing et acquisition d'un vaste réseau de relations avec d'importants acteurs du marché Internet. Ces acquis ont facilité la croissance rapide de GOADV. La Société a débuté ses activités avec peu d'employés (8 à la fin 2004), et a, depuis sa création, réalisé des résultats positifs tout en constatant une augmentation régulière de son chiffre d'affaires trimestriel.



Evolution du chiffre d'affaires trimestriel de GoAdv (Source : Société)



La création de l'entreprise a été suivie par deux accords commerciaux avec deux importants moteurs de recherche de marketing réseaux : Miva (anciennement appelé espotting) et Overture (aujourd'hui connu sous le nom de Yahoo ! Search Marketing - YSM), deux sociétés internationales spécialisées dans la gestion des liens sponsorisés des moteurs de recherche. Ces deux moteurs de recherche offrent à leurs clients, à travers l'achat de « mots-clefs », la possibilité d'apparaître en haut de la page de résultats associée aux « mots-clefs » recherchés.

Le fondement du business model de la Société consiste ainsi à mettre à profit l'expérience acquise dans l'achat d'espaces publicitaires sur Internet, spécialement sur le réseau publicitaire de Google, permettant de générer un trafic de qualité à moindre prix et de le rediriger vers des liens sponsorisés offerts par Miva et YSM, les revenus générés par ces redirections étant partagés entre ces derniers et GOADV.

GOADV a débuté son activité en éditant un site italien ([www.migliori-offerte.com](http://www.migliori-offerte.com)), présentant notamment les résultats de recherche fournis par Miva. La Société a, par la suite, mis en ligne un autre site dénommé Gomeo ([www.gomeo.it](http://www.gomeo.it)) en partenariat avec Overture. Puis très rapidement, la société lance son activité au Royaume-Uni (avec [www.Gomeo.co.uk](http://www.Gomeo.co.uk) et [www.trustedfinder.com](http://www.trustedfinder.com)). Après avoir testé la rentabilité de son modèle et la capacité de le dupliquer à l'étranger, la société décide alors d'éditer des sites nationaux en France, en Espagne et en Allemagne. A la fin de l'année 2004, GOADV est déjà présent dans les cinq principaux pays européens.

#### ✓ **2005 : élargissement de l'offre**

Dès 2005, la Société commence à diversifier ses produits et son business model.

Le développement se traduit par :

- une augmentation du nombre de clients, lui permettant par conséquent d'accroître son chiffre d'affaires,
- une modification des produits et des sites lui permettant d'élargir son offre, et ainsi d'exploiter de nouveaux accords commerciaux.

En 2005, plusieurs contrats et partenariats commerciaux sont ainsi signés. L'utilisation, en marque blanche, de la base de données de Kelkoo, leader dans la comparaison de prix en Europe, en est un exemple. Cet accord a permis à GOADV d'étendre ses services en insérant, dans ses propres sites, un comparateur de prix et de produits utilisant la base de données de Kelkoo.

Au cours de la même année, d'autres contrats clefs sont entérinés avec d'importants annonceurs online. Parmi les plus importants, nous pouvons citer Expedia et Booking.com, sites spécialisés dans le monde de l'Internet et du voyage.

La même année, GOADV commence également à rejoindre les premiers réseaux d'affiliation tels que Tradedoubler, Zanox et AffiliNet. Ces accords permettent à GOADV d'accéder à un nombre d'annonceurs plus conséquent. Le succès de cette stratégie a été immédiat. Grâce au trafic généré au travers ses propres sites et à la satisfaction des annonceurs, après quelques mois, GOADV commence à négocier aussi bien en direct avec certains annonceurs qu'avec d'autres réseaux d'affiliation, contribuant ainsi à une amélioration des résultats.

Afin d'exploiter au mieux les accords commerciaux décrits ci-dessus, la société décide de modifier le réseau Gomeo en le transformant en un site portail avec des contenus et des services classés de manière verticale.

Afin de poursuivre sa croissance, la Société procède à de nouveaux recrutements (22 employés à fin 2005) et modifie son organisation. Un poste de Manager Marketing affecté à chaque pays est alors créé, chacun d'entre eux ayant pour responsabilité la gestion nationale d'une campagne publicitaire et la direction éditoriale du site du pays de référencement.

A la fin de l'année 2005, l'accord établi avec Yahoo prend de plus en plus d'importance pour chacun des deux partenaires, et conduit les deux sociétés à s'accorder sur une amélioration du pourcentage des revenus générés revenant à la Société.

#### ✓ **2006 : Développement de la technologie**

En 2006, une attention particulière est placée sur la technologie. L'équipe technique passe de 6 à 18 personnes en quelques mois. Par ailleurs, au cours de l'été 2006, un Responsable Technique, M. Roberto D'Angelo, est engagé afin de superviser l'ensemble de l'équipe technique. Celui-ci était précédemment le responsable technique du site *venere.com*, l'un des sites de réservations leaders (récemment acquis par un fonds d'investissement américain). Sa contribution est remarquable. Elle dépasse son apport technique et touche à une optimisation de l'organisation de la Société.

Sous sa conduite, plusieurs projets importants sont élaborés afin de développer les actifs technologiques de GOADV, tels que :

- la mise à jour de l'outil de calcul du retour sur investissement (ROI) utilisé dans le cadre des campagnes publicitaires,
- la mise à jour de tous les équipements utilisés par la Société (serveurs, bande passante etc.) afin de mieux gérer le trafic,
- la création d'un logiciel CMS (Content Management System) afin d'améliorer le management des sites. Ce logiciel permettant aux managers marketing d'être plus réactifs dans leur intervention en temps réel sur les sites et leurs offres,
- la création, avec la technologie AJAX, de moteurs de comparaison avec un délai de réponse plus court permettant d'améliorer les recherches de l'internaute,
- la refonte de l'activité de Search Engine Optimization (SEO) afin d'améliorer le positionnement des sites de la Société dans les résultats des moteurs de recherche et ainsi d'augmenter le trafic direct.

Dans le même temps, la stratégie de diversification se poursuit en se concentrant sur l'élargissement du nombre de clients par la signature d'accords commerciaux directs, sur le plan national et européen. Les clients directs opèrent dans les secteurs importants tels que la finance, les voyages, l'emploi, l'e-commerce, le divertissement, etc. (Cetelem, Meilleurtaux, Meetic, Totaljobs, Barclaycard, ImmobilienScout, Ebay, etc.)

Durant cette phase de croissance, la direction décide de déplacer son siège à Dublin, en créant GoAdvertising Ltd. Cela permet à la Société :

- de se rapprocher d'avec certains acteurs incontournables du monde de l'Internet (Yahoo, Google, Ebay, etc.) représentant des clients ou des fournisseurs importants pour GOADV,
- d'accéder à un personnel très qualifié.

Le besoin d'être physiquement proche de ses principaux partenaires commerciaux, cumulé à la facilité de recrutement d'un personnel qualifié, a ainsi amené la direction à amorcer son processus de transfert d'une partie des équipes vers Dublin. Le déménagement a nécessité plusieurs mois et a été finalisé à la fin de l'année 2006.

En juillet 2006, un nouveau réseau de sites hollandais a été lancé et a permis le début des activités commerciales de la Société aux Pays-Bas. Ce pays est extrêmement en avance en ce qui concerne l'utilisation d'Internet et du e-commerce ([www.beste-aanbiedingen.nl](http://www.beste-aanbiedingen.nl), [www.beste-leningen.com](http://www.beste-leningen.com), etc.).

✓ **2007 : poursuite de la croissance organique et réorganisation juridique**

Le début de l'année 2007 est marqué par une poursuite de la bonne orientation de l'activité de GOADV, ainsi que par une réorganisation juridique du Groupe.

En effet, dans la perspective de sa cotation sur le marché Alternext d'Euronext Paris S.A., la Société a procédé à la création d'une entité française le 23 mai 2007 : GOADV S.A.S. Cette société a par la suite été transformée en société anonyme dans le cadre de l'Assemblée Générale du 14 juin 2007.

Le 5 juin 2007, la Société GOADV SA a procédé à l'acquisition de 100 % des titres de GoAdvertising Ltd (voir également le paragraphe 7 du présent document relatif à l'organisation du Groupe).

Ainsi, en 2007, le processus de gestion des équipes entre l'entité de Rome et celle de Dublin est déjà bien avancé. Une nouvelle équipe éditoriale internationale de 10 personnes est montée, entièrement dédiée à la création, la mise à jour et l'amélioration du contenu éditorial du réseau. L'objectif est d'augmenter l'originalité et la qualité du contenu afin d'améliorer la satisfaction des internautes, et donc d'augmenter l'attractivité des sites de la Société au profit des clients partenaires.

La stratégie de croissance de 2007 suit plusieurs directions :

- Augmenter le nombre de clients à travers le développement d'accords commerciaux directs.
- Accroître le trafic. Début 2007, après seulement trois années d'expérience, la Société a atteint 5 millions de visiteurs uniques par mois. L'augmentation du trafic entraînera des revenus plus importants et des conditions plus avantageuses lors de la négociation des accords commerciaux,
- Editer de nouveaux sites Internet (sites verticaux), dédiés à des sujets précis permettant aux utilisateurs d'avoir une meilleure visibilité et offrant une approche plus ciblée aux annonceurs. L'objectif final est la fidélisation de l'internaute et la qualification de celui-ci au profit des annonceurs,
- Développer sa technologie. Pour ce faire, la Société a participé à la création d'une société basée à Pise et entièrement dédiée à la recherche et au développement. Cette société travaillera par ailleurs en collaboration avec l'université La Normale, qui dispose d'un pôle de recherche Internet. Le premier produit développé est un logiciel d'analyse web et du management des offres des moteurs de recherche.

## 5.2. Investissements

### 5.2.1. Principaux investissements réalisés durant la période couverte

Au cours de l'exercice 2006 (données consolidées pro forma), les principaux investissements ont concerné l'acquisition de matériels informatiques et de bureau ainsi que le mobilier et l'agencement.

L'investissement financier correspond à des dépôts et cautionnements.

<i>En Euros</i>	<b>31/12/2006</b> <b>Pro forma consolidés</b> <i>(12 mois)</i>
<b>Investissements incorporels</b>	<b>15 680</b>
<b>Investissements corporels</b>	<b>54 440</b>
<b>Investissement financiers</b>	<b>3 710</b>
<b>TOTAL</b>	<b>73 830</b>

Les investissements sont limités aux actifs opérationnels nécessaires à la Société (serveurs, ordinateurs, matériels de bureau). Aucun investissement significatif n'est nécessaire à court terme dans le cadre du développement de la Société.

### *5.2.2. Principaux investissements en cours*

Néant.

Aucun investissement significatif particulier n'est prévu pour le deuxième semestre 2007.

GOADV continuera à effectuer au cours de l'année des investissements d'agencement de locaux et d'acquisition de matériel informatique afin d'accompagner sa croissance et celle de ses effectifs. Ces développements doivent lui permettre par ailleurs de maintenir et développer les fonctionnalités de ses outils technologiques.

### *5.2.3. Politique d'investissements futurs*

GOADV ne prévoit pas, pour le moment, de réaliser d'investissements significatifs pour les années à venir et pour lesquels les organes de direction de la Société ont pris des engagements fermes.

## 6. APERCU DES ACTIVITES

### 6.1. Présentation de l'activité de la Société

#### 6.1.1. L'édition et la publication de sites Internet

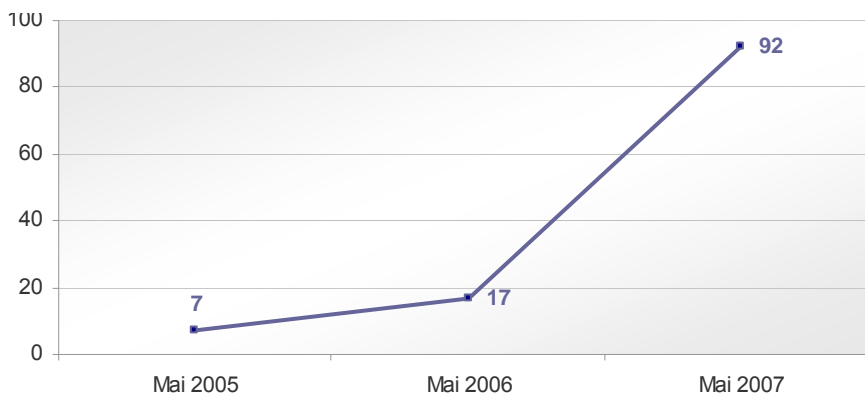
GOADV opère dans le marché de la publicité sur Internet.

La Société dispose d'un modèle original et atypique en offrant à d'autres acteurs de la filière ou à des annonceurs du trafic qualifié par l'intermédiaire de sites propriétaires. La mission que s'est donnée GOADV est ainsi de générer une audience riche et qualifiée pour ses clients. La Société édite et diffuse ainsi, dans différentes langues, plusieurs sites portails et verticaux ayant pour but d'informer et de guider les internautes dans leurs décisions d'achats, aussi bien en ligne que hors ligne.

A travers des liens placés sur ses sites Internet, GOADV guide les visiteurs vers des sites de sociétés ou des sites marchands de ses clients. Les revenus sont prédéfinis, mais dans chaque cas, ceux-ci sont basés sur la performance, conduisant ainsi à un résultat tangible. Cela peut être une simple visite sur un site ou encore la réalisation d'une vente. Ces redirections permettent à GOADV de générer du trafic pour ses clients.

GOADV n'a cessé, depuis sa création, d'accroître son offre, notamment en multipliant le nombre de sites Internet édités. A ce jour la Société édite 92 sites Internet.

Evolution du nombre de noms de domaine de GOADV (Source : Société)



Les sites publiés par GOADV peuvent être de deux types différents :

- des sites portails dits généralistes (de type Yahoo, Voilà, etc.),
- des sites spécialisés.

#### ✓ **Les sites portails**

Ces sites traitent tous les types de sujets : finance, sport, voyages, rencontres, etc. Ils intègrent plusieurs sections, chacune étant dédiée à un sujet précis, où les thèmes les plus pertinents sont débattus pour offrir aux internautes une information sur les nouvelles tendances, les nouveaux produits et les nouvelles offres de plusieurs vendeurs. Sur certains de ces sites, un service de comparaison de prix de produits et de services est offert aux internautes, ce service intégrant l'opinion d'anciens consommateurs ayant déjà eu à traiter avec le vendeur ou ayant déjà acheté ses biens et services.

Ces sites Internet sont publiés dans les six principaux pays européens : Royaume-Uni, Allemagne, France, Italie, Espagne et Pays-Bas.

Dans chaque pays, GOADV diffuse deux différents sites généralistes :



- Gomeo,



- Better Deals (traduit dans la langue du pays, « meilleures-offres »).

De format commun, chaque site Internet national est publié dans la langue du pays et est adapté aux besoins particuliers de chaque pays.

Les sites **Gomeo** proposent un grand nombre de contenus d'information et d'édition. L'internaute accède au site avec la possibilité de rapidement naviguer entre les sujets et extraire une certaine quantité d'informations. Il peut également accéder à une plateforme lui permettant de former et d'étayer son choix d'un produit comparativement à un autre.

Les sites « **Better Deals** » (meilleures-offres) ont quant à eux une approche bien plus commerciale. En effet, grâce à ce type de site, les internautes ont la possibilité de directement comparer diverses offres, pour un produit ou un service.

Pour cela, les sites « Better Deals » ciblent spécifiquement les visiteurs prévoyant d'effectuer un achat et désirant obtenir les meilleures conditions entre les différentes offres des vendeurs.

Mettre en page d'accueil - Ajouter Meilleures Offres à vos favoris - A propos de Meilleures Offres



### ✓ **Les sites spécialisés**

GOADV publie dans chaque pays plusieurs sites dédiés aux sujets les plus recherchés sur la toile. De par leur philosophie et leur approche de l'activité, ces sites sont semblables aux sites « Better Deals ». En effet, tous les domaines sont créés en suivant cette base de dénomination (meilleures-offres vacances, meilleures-offres assurance...).

GOADV édite par exemple les sites spécialisés suivants :

- |                 |  |  |
|-----------------|--|--|
| - Royaume-Uni : | <a href="http://www.broadband-betterdeals.com">www.broadband-betterdeals.com</a>     | <a href="http://www.theatre-tickets-deals.com">www.theatre-tickets-deals.com</a>     |
| - France :      | <a href="http://www.meilleurs-offres-auto.com">www.meilleurs-offres-auto.com</a>     | <a href="http://www.offres-fete-meres.com">www.offres-fete-meres.com</a>             |
| - Italie :      | <a href="http://www.migliori-offerte-voli.it">www.migliori-offerte-voli.it</a>       | <a href="http://www.migliori-offerte-viaggi.it">www.migliori-offerte-viaggi.it</a>   |
| - Allemagne :   | <a href="http://www.wohnungs-schnaepchen.com">www.wohnungs-schnaepchen.com</a>       | <a href="http://www.fahrrad-schnaepchen.com">www.fahrrad-schnaepchen.com</a>         |
| - Espagne :     | <a href="http://www.mejoresofertas-canarias.com">www.mejoresofertas-canarias.com</a> | <a href="http://www.mejoresofertas-cruceros.com">www.mejoresofertas-cruceros.com</a> |
| - Pays-Bas :    | <a href="http://www.beste-leningen.com">www.beste-leningen.com</a>                   |  |

Ces sites Internet sont dédiés à un sujet, produit ou service précis et présentent ainsi l'avantage de pouvoir répondre à une demande précise de l'internaute à un moment donné.

Ces sites sont effectivement développés par GOADV dans un souci de réactivité par rapport au marché online et aux attentes des internautes.

Ainsi le lendemain des demi-finales de Ligue des Champions, la Société a édité, sur son site [www.sports-tickets-deals.com](http://www.sports-tickets-deals.com), une zone spécialement dédiée à l'évènement. Celle-ci permettait aux supporters des deux équipes désireux d'assister à la finale de trouver :

- des tickets pour le stade d'Athènes (offerts par les partenaires de GOADV) ;
- des billets d'avions pour Athènes ;
- des hôtels à Athènes ;
- des produits dérivés des deux équipes (Liverpool FC et l'AC Milan).

En deux semaines, cette activité a permis à la Société d'attirer plus de 70 000 visiteurs et de générer un chiffre d'affaires de plus de 20 000 euros/

Ces sites sont ainsi composés de peu de pages et permettent une navigation extrêmement simple et interactive. Toutes les propositions, offres et promotions provenant de prestataires spécialisés dans la thématique choisie (prestataire d'assurance, etc.) sont centralisées afin d'offrir aux internautes un large choix des meilleures offres disponibles sur le marché du service ou du produit, et ce dans un délai de quelques secondes. En outre, ces consommateurs peuvent bénéficier des avis d'anciens acheteurs dudit produit ou service.

Les utilisateurs d'Internet, devenus bien plus expérimentés et précis dans leur approche du Web, apprécient ce type de sites regroupant toutes les informations nécessaires au choix d'un produit ou d'un service, et leur assurant par ailleurs un gain de temps appréciable.

#### *6.1.2. Le business model de GOADV*

### ✓ **Une vocation : générer du trafic qualifié pour ses partenaires**

GOADV génère ses revenus grâce aux accords passés avec des partenaires sur la base d'un partage des revenus liés au trafic généré, mais également grâce à des contrats signés avec des annonceurs payant au résultat ou à la performance.

Selon l'engagement pris avec les annonceurs ou les sites marchands, les résultats peuvent être générés par une visite, un contact qualifié (intérêt marqué pour l'offre de l'annonceur) ou encore une vente.

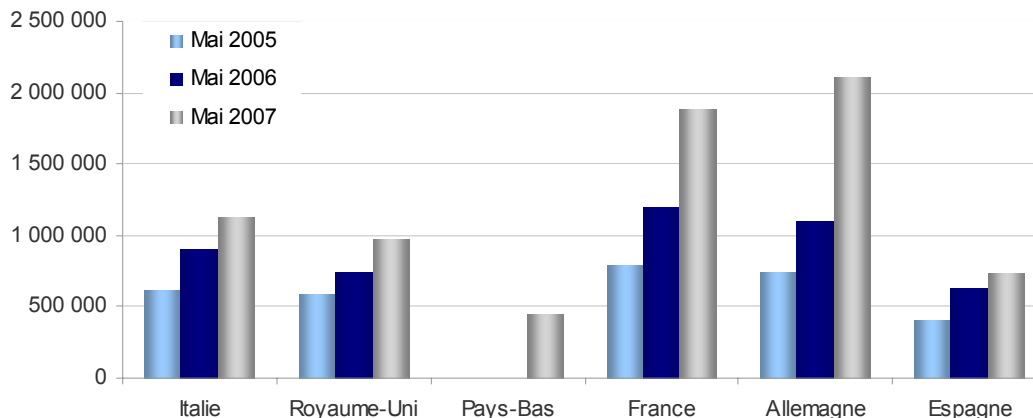
Le succès du modèle de GOADV repose sur sa propension à générer un trafic de « qualité » pour ses clients. En effet, plus l'internaute est ciblé, plus sa propension à acheter un produit proposé par un annonceur est forte. La conversion visites/résultat (vente) est donc améliorée lorsque l'utilisateur est ciblé.

Grâce à son expérience et à son savoir-faire, les taux de conversion des visites sur les sites de la Société et les résultats constatés in fine chez les annonceurs sont très importants. De plus, l'accès au site de l'annonceur (client de GOADV de manière directe, ou indirecte à travers les accords de partenariats conclus avec les moteurs de recherche

et donc de partage des revenus générés), ne s'effectuant par ailleurs qu'après une comparaison des meilleures offres du marché, ce système assure à GOADV la création d'un trafic réellement qualifié pour lequel la Société est rémunérée.

Le graphique ci-dessous montre l'évolution du nombre de clics redirigés depuis le mois de mai 2005, et ce dans chaque pays. Il indique ainsi que la Société, par le développement et l'enrichissement de son offre, n'a cessé d'accroître le trafic généré pour ses clients et partenaires.

*Evolution du nombre de clics redirigés par GOADV, par pays (Source : Société)*



#### ✓ **Un modèle de revenu basé sur la performance**

Comme indiqué par ailleurs, les accords, passés par GOADV avec les annonceurs et ses partenaires sont exclusivement basés sur le résultat ou la performance. GOADV, à l'inverse de plusieurs diffuseurs, ne vend pas des « impressions », représentant le nombre de fois qu'une bannière est affichée par les internautes (rémunération au « Coût pour Mille », CPM)

Le mode de rémunération basé sur la performance est très largement apprécié des sites marchands et plus généralement par ceux désirant vendre un produit ou un service. Grâce à ce modèle, les annonceurs peuvent connaître avec certitude l'efficacité d'une campagne publicitaire, et plus important encore, ce modèle reflète le lien entre les coûts d'une campagne et les résultats attendus (ROI).

De manière plus détaillée, ce modèle d'activité peut conduire :

- à une **visite** vers un annonceur ou un site d'e-commerce. Communément appelé « clic ». Le modèle de rémunération correspond à une rémunération au « coût par clic ». Les annonceurs vont rémunérer GOADV pour chaque visite provenant de son réseau de sites. Le « coût par clic » peut être lié à l'obtention d'un certain volume de trafic, et la rémunération est généralement définie avant tout engagement. Cette rémunération est certainement moins importante que les deux autres formes de revenus, telles que définies ci-dessus et basées sur la performance, mais génère un niveau de revenu sécurisé pour GOADV. En effet, celui-ci n'est pas lié à l'action future qu'entreprendrait l'internaute sur le site de l'annonceur. La simple visite sur le site d'un annonceur est suffisante pour générer un revenu.
- à un **contact** de « qualité » auprès du vendeur, communément appelé « **lead** ». Ce modèle correspond à une rémunération au « coût par lead ». Ici, les annonceurs paient une commission (généralement fixée à l'avance) si un désir est exprimé par l'internaute. Cet intérêt peut s'exprimer par une demande d'information, l'enregistrement du visiteur sur la base de données, etc.
- à une **vente**. La rémunération est appelée « coût par vente ». Elle prend la forme d'une véritable commission payée par l'annonceur dès la réalisation d'une vente. La commission peut être fixe ou représenter un certain pourcentage de la vente. Le « coût par vente » est le mode de rémunération le plus attractif pour GOADV mais est également le plus risqué.

Au-delà de la création graphique et du contenu du site Internet, GOADV étudie le comportement du visiteur potentiel. En effet, afin de mieux placer les liens susceptibles d'intéresser un internaute, la société a besoin de connaître le comportement des internautes pour augmenter son taux de conversion de visites en achats. L'utilisation des outils ROI, ainsi que des outils d'analyse développés par les équipes de Go2Tracks, permettent par ailleurs à la Société d'affiner son étude comportementale des visiteurs.

En 2005, le CPC représentait 94 % du chiffre d'affaires de la Société, contre 6 % pour le CPA (Cost per Action), modèle regroupant le CPL (Cost per Lead) et le CPS (Cost per Sale). Pour l'année 2006, la somme des CPL et des



CPS a généré 13 % des revenus de GOADV. Cette évolution se poursuit à l'heure actuelle, en effet, pour le premier trimestre 2007, le CPA atteint 15 % du chiffre d'affaires consolidé de la Société.

✓ **Une base de clientèle diversifiée au sein des acteurs de l'économie Internet**

La clientèle de GOADV peut être divisée en quatre principales catégories :

- Les moteurs de recherche

Ces acteurs offrent aux utilisateurs, en tapant des « mots-clefs », la possibilité d'effectuer des recherches sur Internet en retrouvant une liste de résultats où les « mots-clefs » ont été trouvés. Les moteurs les plus connus sont Google, Yahoo et MSN. Ils ont récemment ajouté à leurs résultats de recherche des liens payants, dits liens sponsorisés. Suite à des enchères, les annonceurs peuvent espérer apparaître dans les liens sponsorisés en rapport avec les « mots-clefs » recherchés. Ce résultat est présent et visible à chaque fois qu'un visiteur recherche un « mot-clef » spécifique. Cette forme de publicité est très efficace, l'information commerciale, diffusée au travers de liens sponsorisés, apparaît dès que le besoin a été exprimé par l'internaute en tapant son « mot-clef ». De plus, l'information commerciale n'est pas envahissante mais parfaitement cohérente avec la recherche effective. Les annonceurs paieront seulement si ces liens sont cliqués. Plus l'enchère proposée aux moteurs de recherche est importante, plus la position de l'annonceur est haute sur la page des résultats.

GOADV a ainsi signé un important contrat de partenariat avec Yahoo permettant à la Société de faire apparaître les résultats de Yahoo Paid Search (la plateforme publicitaire de Yahoo est appelé Yahoo Search Marketing) directement sur ses propres sites. Le partenariat est basé sur un partage des revenus générés par les clics effectués sur les liens sponsorisés, impliquant une dépendance mutuelle de chacun des intervenants au partenariat.

Cette relation avec Yahoo est extrêmement importante pour GOADV, notamment si l'on considère l'importance de ce site web dans le paysage Internet européen. En effet, selon l'étude de comScore World Metrix, Google, Yahoo et Microsoft surpassent de loin les autres sites Internet en termes de visiteurs uniques en Europe.

*Top 10 des sites Internet les plus utilisés par les internautes d'Europe de l'Ouest, en termes de visiteurs uniques (en milliers et % de croissance)*

	Août 2006	Septembre 2006	% de croissance
1 Sites Google	159 632	160 805	0,7%
2 Sites Microsoft	144 806	146 102	0,9%
3 Sites Yahoo	99 116	100 018	0,9%
4 eBay	88 810	90 145	1,5%
5 Time Warner Network	60 371	60 838	0,8%
6 Sites Wikipedia	50 877	59 947	17,8%
7 Sites Amazon	42 563	42 699	0,3%
8 France Telecom	27 577	32 339	17,3%
9 Sites Adobe	31 350	32 104	2,4%
10 Ask Network	30 461	30 107	-1,2%

Source : comScore Networks Inc., Novembre 2006

En 2006, la part du chiffre d'affaires de GOADV réalisée au travers d'accords avec des moteurs de recherche représentait 78 %. A noter toutefois que cette part devrait diminuer dans les années à venir, la Société souhaitant effectivement diversifier ses sources de revenus. Ainsi sur les cinq premiers mois de l'année 2007, la part du chiffre d'affaires réalisée avec des moteurs de recherche était de 75 %.

- Les sites de comparaisons

Ces sites ont pour spécialité de comparer les produits aussi bien au niveau de leurs fonctionnalités et caractéristiques que de leurs prix. Leur succès est fortement lié à l'explosion du e-commerce. En fait, grâce à leurs propres technologies et bases de données, ils sont capables d'agrèger les offres provenant d'un nombre important de sites Internet pour chaque type de produits et de services. Ils rémunèrent généralement leurs clients au coût par clic.

Des accords commerciaux ont été signés entre GOADV et les plus importants sites de comparaisons (Kelkoo, Shopping.com) permettant dès lors à la Société d'avoir accès aux bases de données et ainsi de montrer, sur ses propres sites Internet, les résultats de comparaison. Ces résultats sont généralement diffusés au sein des pages des

sites de GOADV en marque blanche, c'est-à-dire sans y apposer le logo ou la marque du fournisseur de la base de données. Avec ce type de clients, la rémunération appliquée est généralement un partage de revenus basés sur le « coût par clic ».

En 2006, la part des comparateurs dans le chiffre d'affaires de la société était de 9 %.

- Réseaux d'affiliation

Ces acteurs agissent en tant qu'intermédiaires entre les annonceurs et les éditeurs de sites Internet. Ils proposent aux annonceurs d'effectuer leur campagne publicitaire sur leur réseau de sites. Ces derniers ont la possibilité de percevoir des revenus grâce aux espaces publicitaires qu'ils mettent à disposition en profitant des accords commerciaux formés entre les réseaux et les annonceurs. Les modèles de revenus offerts aux sites Internet sont le « coût par clic », le « coût par lead » et le « coût par vente ». GOADV a signé d'importants accords commerciaux avec les principaux réseaux d'affiliation (Tradedoubler, Zanox, Affilinet et Commission Junction).

En 2006, la part du chiffre d'affaires réalisée grâce aux réseaux d'affiliation représentait 8 %.

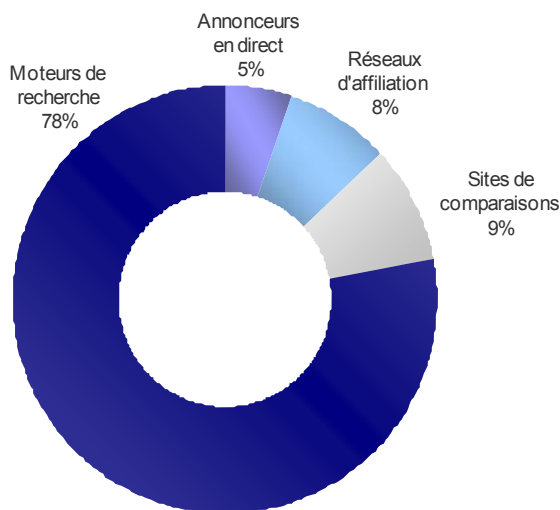
- Les annonceurs en direct

Grâce à l'important trafic brassé par ses sites (plus de 5 millions de visiteurs uniques par mois en 2007), GOADV attire d'importants annonceurs publicitaires. Avec certains d'entre eux, GOADV a conclu plusieurs accords commerciaux basés sur un modèle de rémunération à la performance. Ce mode de rémunération est très largement apprécié des sites marchands et plus généralement par ceux désirant vendre un produit ou un service. Grâce à ce modèle, les annonceurs peuvent connaître avec certitude l'efficacité d'une campagne publicitaire, et plus important encore, ce modèle reflète le lien entre les coûts d'une campagne et les résultats attendus (ROI).

Les clients importants de la Société sont par exemple : ImmobilienScout 24, Expedia, Cetelem, Meilleurtaux, Meetic.

A l'heure actuelle, ce type de client ne représente que 5 % du chiffre d'affaires total de la Société au titre de l'exercice 2006. Toutefois, dans le futur, la Société ambitionne d'accroître ce type de contrats directs. Cette stratégie a d'ores et déjà été mise en place, et la répartition du chiffre d'affaires du Groupe devrait laisser apparaître une place plus importante pour ce type de clients.

Répartition du chiffre d'affaires de GOADV par type de clients – année 2006 (source : Société)



✓ **Une optimisation de l'accès aux sites de GOADV : une politique d'achat maîtrisée**

Les internautes peuvent accéder aux sites de GOADV de deux différentes manières :

- Accès direct : notamment lorsque l'internaute connaît initialement l'adresse Internet du site.
- Accès par l'intermédiaire d'un moteur de recherche : dans ce cas, l'accès au site aura lieu par un lien apparaissant dans les différents résultats délivrés pour un « mot-clef » spécifique.

Les résultats peuvent être de deux types différents :

- Les résultats organiques : le classement des résultats est déterminé par un algorithme mathématique basé sur le rapprochement des « mots-clefs » avec le contenu du site. Les sites apparaissant dans les premières pages ont objectivement un plus grand nombre de visites (plus de 80 % des clics sont pour les sites présents en première page).
- Les liens sponsorisés : apparus plus récemment, ces liens ont permis aux moteurs de recherche d'augmenter sensiblement leurs revenus (en particulier Google et Yahoo) puisqu'ils ont mis à profit un important volume de trafic généré par ces moteurs. Le mécanisme est simple : le moteur vend des « mots-clefs », ces derniers permettront à leurs acheteurs d'apparaître dans la liste des liens sponsorisés quand le « mot-clef » acheté est tapé par l'internaute. Dans la partie de la page Internet réservée aux liens sponsorisés, la position dépend des montants proposés par les annonceurs. Ce mécanisme est plus complexe et prend en compte le « coût par clic » et plusieurs paramètres de qualité (nombre de visiteurs, créativité de l'annonce...).

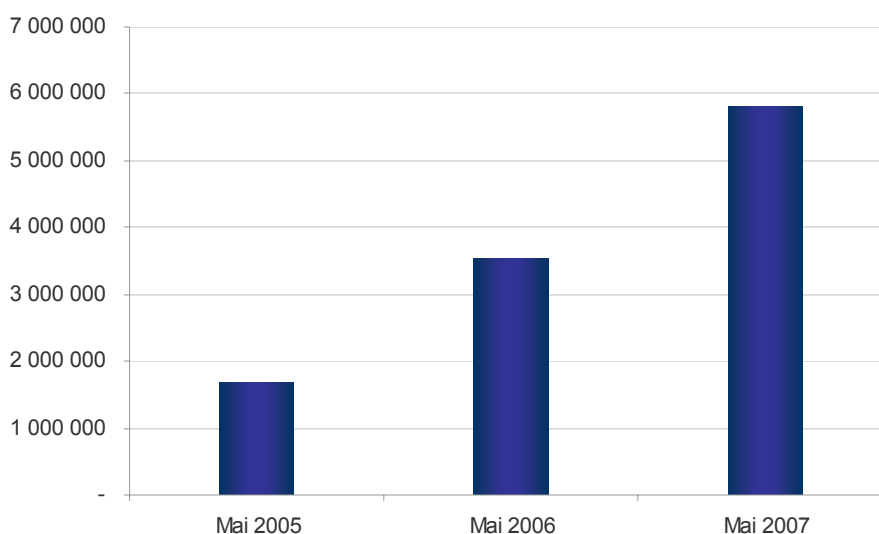
GOADV, de part l'expérience de ses deux fondateurs dans la publicité sur Internet, a, dès sa création, compris l'importance et le potentiel des **liens sponsorisés** et la nécessité de procéder à l'achat de trafic par le biais des moteurs de recherche. Malgré le fait de payer pour apparaître dans les résultats (achats de mots clés), le trafic généré par les liens sponsorisés présente deux avantages intrinsèques : il est extrêmement qualifié et peut être facilement redirigé vers les annonceurs. Le ratio visite sur résultat est ainsi très élevé. La Société, attirant un trafic de qualité, redirige facilement ses visiteurs et se positionne ainsi comme un véritable générateur de trafic pour ses partenaires. Par ailleurs, par sa nature, le trafic provenant des liens sponsorisés peut facilement être géré par GOADV et est devenu un important outil dans les mains du management pour décider des sites et des programmes à mettre en avant pour le client, à travers l'analyse du ROI. Ces relations avec les moteurs de recherche devraient continuer de revêtir une importance stratégique : en effet, pour GOADV, les évolutions de rémunérations peuvent être extrêmement attractives en fonction de la hausse du trafic et du taux de conversion, et ce plus spécialement pour les contrats conclus directement avec les annonceurs.

Le trafic provenant des **résultats organiques** a l'avantage de ne pas être onéreux, mais reste imprévisible, les résultats étant effectivement liés à des paramètres que la Société ne peut totalement maîtriser.

A l'heure actuelle, le trafic généré par GOADV provient pour 90 % des liens sponsorisé (trafic acheté), et pour 10 % des résultats organiques affichés dans les moteurs de recherche. Cette part de trafic acheté devrait bien évidemment décroître (à périmètre constant) compte tenu de la notoriété qu'est en train de se construire la Société.

La mise en place de cette stratégie a permis à GOADV de générer de forts volumes de trafic. Au cours de l'année 2007, les sites appartenant au réseau de la Société ont enregistré plus de 5 millions de visiteurs uniques par mois. Ce chiffre est en constante amélioration depuis 2004.

*Evolution du nombre de visiteurs uniques accédant au réseau de GOADV (Source : Société)*



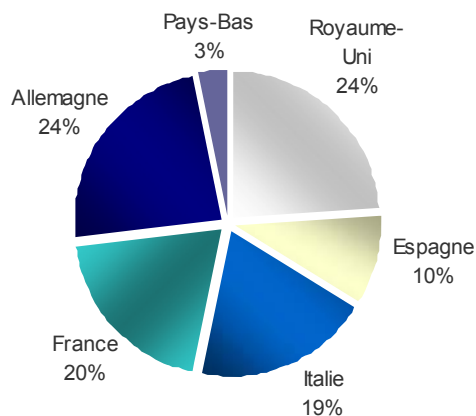
### ✓ **Une présence européenne**

GOADV a, depuis le début de ses activités, su se développer à l'international.

La Société, comprenant que son business model était aisément transposable à l'étranger, a effectivement décidé de le développer dans les principaux pays européens.

Son activité se répartit donc tel qu'indiqué ci-contre pour l'exercice 2006.

Cette présence internationale offre des opportunités et des avantages à la Société. Tout d'abord, la possibilité d'approcher des annonceurs multinationaux recherchant un accord paneuropéen unique. Ensuite, GOADV peut s'inspirer des tendances des pays en avance dans le domaine de la publicité sur Internet (Royaume-Uni, Allemagne, Pays-Bas) afin de les appliquer dans les trois autres pays européens dans lesquels le Groupe est aujourd'hui implanté. Les opportunités futures viendront de l'exploitation de la croissance que chaque pays offre en renforçant les positions locales de la Société.



Source : Société

### 6.1.3. *La technologie de GOADV*

GOADV a toujours su développer une technologie permettant un management efficace de son réseau. La Société entend investir de manière continue sur ces domaines afin d'acquérir des nouvelles technologies ou de développer plus en avant celles dont elle dispose déjà.

Par ailleurs, au mois de mai 2007, GOADV a participé à la création d'une nouvelle société à Pise, entièrement dédiée à la recherche et au développement de technologies liées au monde de l'Internet.

La Société a toujours développé ses logiciels en interne. Ces principaux outils sont décrits ci-dessous.

### ✓ **L'outil logiciel CMS**

Le CMS (Content Management System) est un outil logiciel développé par la Société et permettant de gérer entièrement la construction d'un site.

Cet outil permet de mettre en place et de gérer :

- l'architecture globale du site (nombre de colonnes) ;
- la création de fenêtres / encadrés individuels à insérer à la structure.

Grâce au CMS, il est ainsi possible :

- d'implanter tout type de contenu sur le site Internet ;
- d'organiser la structure du site (navigation interne, géographie du site, etc.) ;
- de mettre en place la structure de chaque page du site Internet (deux ou trois colonnes, position de chaque cadre, etc.).

De plus, le CMS de GOADV permet de créer le plan complet du site avec toutes les sous sections, d'insérer les metatags pour chaque page, de prendre en charge la mise en page d'une manière dynamique, de déplacer les encadrés créés pas seulement en tant que colonnes mais aussi au sein de la colonne elle-même.

Cet outil est extrêmement important pour l'équipe marketing. En effet, elle lui permet de modifier très rapidement une page d'un site Internet afin d'obtenir la meilleure performance de celle-ci.

### ✓ **L'outil ROI**

L'outil ROI permet la gestion des coûts, des ventes, du CTR (Click - Through Rate) et du retour sur investissement de tous les sites édités par le Groupe.

Tous les membres de l'équipe marketing utilisent cet outil, qui leur permet de connaître, en temps réel, la rentabilité d'une campagne et le résultat dégagé par celle-ci (si le ROI ne concorde pas avec le budget, l'équipe marketing peut aussi procéder à des ajustements, modification d'une page, de la position d'un cadre, etc. en utilisant l'outil de relation clientèle CRM).

Le détail des informations transmises par cet outil est extrêmement large et revêt une importance toute particulière. Pour n'importe quel site, n'importe quelle plage horaire de la journée et pour n'importe quel jour, l'outil ROI offre la possibilité de visualiser la progression d'une campagne activée à partir d'un « mot-clef » spécifique.

Cet outil, permet ainsi aux collaborateurs de la Société de récupérer automatiquement et fréquemment les statistiques de ventes et de coûts, facilitant ainsi l'optimisation des campagnes gérées par le Groupe, et la mise en œuvre d'actions correctives le cas échéant.

✓ **Les moteurs macro**

Les moteurs Macro sont des systèmes de requêtes parallèles à plusieurs partenaires en même temps, et qui permettent ainsi d'obtenir plus de résultats à diffuser aux internautes. Cette technologie sert principalement dans le cadre des sites spécialisés dans un produit ou un service pour lesquels GOADV offre une solution de comparaison.

GOADV les a créés et les a adaptés pour plusieurs types de produits ou secteurs : avions, voitures, immobilier, hôtels et shopping.

Grâce à la technologie AJAX, les demandes auprès de leurs partenaires sont effectuées en temps réel. Cette technologie permet d'afficher directement les résultats provenant de leurs partenaires tels qu'ils existent, et offre par ailleurs la possibilité, avec l'utilisation de plusieurs systèmes de caches, de les afficher dans un délai très court sans avoir à attendre les informations provenant des partenaires les plus lents.

Grâce à l'utilisation de plusieurs filtres et de différents types de classement, l'avantage pour l'internaute réside dans sa capacité à choisir le produit le moins cher en le comparant à plusieurs offres.

✓ **Les moteurs de comparaison**

Ce moteur permet aux internautes de comparer les caractéristiques de plusieurs produits apparaissant dans les résultats liés à la recherche effectuée par le visiteur.

Un « comparateur » est associé à chaque page de résultat. Au travers d'un programme intranet, le site éditeur peut choisir les détails à afficher, caractéristiques à comparer, pour chaque catégorie de produit.

Cette analyse est effectuée directement auprès des technologies et logiciels du client, ce qui permet d'accroître la rapidité des réponses obtenues.

## 6.2. Le marché de la publicité sur Internet

### 6.2.1. Description du marché de la publicité sur Internet :

Le marché de la publicité sur Internet a connu des croissances très rapides au cours de ces dernières années, croissances bien plus importantes que celles connues par le marché de la publicité dans son ensemble.

Canaux	2005	2006	2007	2008	2009
Presse quotidienne	29,8%	29,1%	28,5%	27,8%	27,3%
Télévision	37,8%	37,8%	37,5%	37,5%	37,2%
Presse magazine	13,3%	12,9%	12,8%	12,6%	12,5%
Radio	8,6%	8,4%	8,2%	8,0%	8,0%
Affichage	5,4%	5,5%	5,6%	5,7%	5,9%
Internet	4,7%	5,8%	7,0%	7,8%	8,6%
Cinéma	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,5%
<b>TOTAL</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Source : ZenithOptimedia, Décembre 2006

Ce moyen de communication fait aujourd'hui partie intégrante des stratégies de communication développées par les annonceurs. La part de leurs budgets consacré à la publicité sur Internet ne cesse de prendre de l'importance, Internet ayant ainsi dépassé les budgets annuels des supports traditionnels tels que le cinéma (dépassé dès 1997) ou l'affichage extérieur (dépassé au cours de l'année 2006).

Les prévisions de Zenith Optimedia font état de dépenses dans le domaine de la publicité sur Internet en croissance de 28,2 % en 2007, contre une évolution de seulement 3,9 % pour la publicité au travers des médias traditionnels sur la même période. Selon ces mêmes études, la part des dépenses publicitaires sur Internet devrait atteindre au niveau mondial environ 8,6 % des dépenses totales en 2009, contre environ 5,8 % en 2005. Ces données impliquent que les dépenses mondiales en terme de publicité sur Internet devraient dépasser à cette date le montant global des dépenses réalisées à travers les ondes radios...

Avec la hausse du nombre d'utilisateurs d'Internet, de l'augmentation de sa fréquence d'utilisation et de son temps d'utilisation ainsi que la progression du e-commerce, la publicité sur Internet devrait encore se développer fortement dans les années à venir.

### 6.2.2. Des budgets publicitaires en hausse

Selon l'étude eMarketer réalisée en décembre 2006, en Europe de l'Ouest, les dépenses publicitaires sur Internet devraient atteindre 7,5 milliards de dollars en 2007, soit une hausse de 25 % par rapport à 2006 où elles s'élevaient à 6 milliards de dollars.

Les dépenses sur Internet devraient ainsi représenter 7,3 % des dépenses publicitaires totales en Europe.

Toutefois, la croissance des dépenses publicitaires en Europe varie d'un pays à l'autre. Ainsi le Royaume-Uni est le premier pays européen en terme de dépenses publicitaires, tout média confondu, devant, respectivement, l'Allemagne, la France, l'Italie et l'Espagne.

Concernant les dépenses publicitaires sur Internet, si le Royaume-Uni est toujours en tête, la France occupe la deuxième place.

**Dépenses publicitaires sur Internet par pays (en millions), 2004-2010**

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Allemagne	\$337	\$404	\$466	\$522	\$578	\$621	\$659
Autriche	\$25	\$31	\$37	\$44	\$50	\$56	\$62
Belgique	\$25	\$35	\$46	\$57	\$67	\$75	\$81
Danemark	\$81	\$94	\$108	\$123	\$137	\$151	\$165
Espagne	\$118	\$143	\$168	\$193	\$218	\$242	\$255
Finlande	\$25	\$31	\$37	\$42	\$47	\$51	\$55
France	\$1 048	\$1 554	\$2 051	\$2 548	\$3 045	\$3 480	\$3 915
Grèce	\$21	\$25	\$29	\$32	\$36	\$40	\$44
Irlande	\$32	\$56	\$81	\$106	\$131	\$155	\$180
Italie	\$143	\$168	\$199	\$230	\$261	\$286	\$311
Norvège	\$57	\$74	\$95	\$119	\$144	\$168	\$194
Pays-Bas	\$82	\$122	\$162	\$199	\$230	\$261	\$292
Portugal	\$7	\$10	\$15	\$20	\$25	\$30	\$35
Royaume-Uni	\$1 494	\$2 473	\$3 636	\$4 727	\$5 818	\$6 727	\$7 454
Suède	\$163	\$193	\$223	\$253	\$283	\$313	\$340
Suisse	\$23	\$36	\$52	\$68	\$84	\$100	\$116

Source : PricewaterhouseCoopers (PWC) et Wilkofsky Gruen Associates, juin 2006

Ainsi, en 2007, le Royaume-Uni représente 51 % des dépenses publicitaires sur Internet en Europe, suivie par la France avec 27,4 %.

### 6.2.3. Les clefs de la croissance du secteur

Au cours des prochaines années, les facteurs clefs suivants devraient permettre au marché de la publicité sur Internet de connaître des niveaux de croissance significatifs :

- *Ajustement des budgets publicitaires au temps réellement passé sur le média Internet par les consommateurs*

La part actuelle des budgets alloués par les annonceurs au média Internet ne reflète pas la proportion en terme de temps passé par les utilisateurs sur ce média.

Ainsi, le phénomène de rattrapage est inéluctable, conduisant les niveaux de croissance attendus sur le secteur de la publicité sur Internet à des niveaux supérieurs à la croissance du secteur dans son ensemble.

- *Arrivée de nouveaux annonceurs significatifs sur le marché*

Aujourd'hui, les principaux annonceurs sur Internet restent des sociétés appartenant aux domaines des biens de consommation de type High Tech, des Télécom ou encore des voyages, sociétés qui ont rapidement intégré Internet comme outil à part entière dans leur stratégie de communication et de marketing. Toutefois, un certain nombre de très grands groupes sont encore aujourd'hui absents sur la toile alors qu'ils restent les annonceurs les plus importants du marketing offline. Ainsi, l'arrivée progressive de ces nouveaux intervenants sur Internet représente un enjeu majeur des prochaines années ainsi qu'un réservoir de croissance de l'activité globale du secteur du marketing en ligne.

#### Les chiffres clés de la publicité en ligne en 2006

	2006	2005	Evolution
Nombre de créations différentes observées	79 805	66 441	20,1%
Nombre de références (produits) mis en avant	9 856	8 118	21,4%
Nombre d'annonceurs	5 377	4 861	10,6%
Part des annonceurs plurimédias présents en ligne	8,0%	6,3%	27,0%
Part des 100 premiers annonceurs plurimédias présents en ligne	94,0%	90,0%	4,4%

Source : AdNetTrack TNS Media Intelligence, mars 2007

## Présence publicitaire en ligne par type de secteur (2006)

Rang	Secteur	Nombre de bannières	Part du total	Classement 2005
1	Télécommunications	16 246	20,30%	Télécommunications
2	Services	10 786	13,50%	Voyages/Tourisme
3	Voyages/Tourisme	9 544	11,90%	Services
4	Distribution	9 340	11,70%	Distribution
5	Information Media	5 787	7,20%	Informatique
6	Culture et Loisirs	5 239	6,60%	Information Media
7	Informatique	4 866	6,10%	Culture et Loisirs
8	Transports	3 124	3,90%	Transports
9	Hygiène Beauté	2 748	3,40%	Edition
10	Edition	2 517	3,10%	Toilette et Beauté
<b>TOTAL des 10 premiers secteurs</b>		<b>70 197</b>	<b>88,00%</b>	

Source : AdNetTrack TNS Media Intelligence, mars 2007

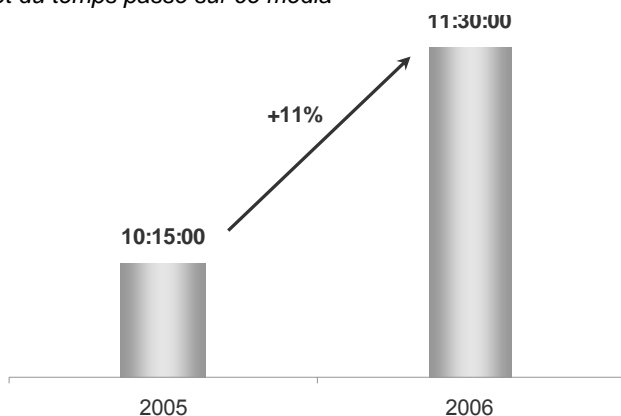
- *Evolution des technologies*

L'innovation technologique rapide dans le domaine, et notamment l'utilisation des technologies permettant d'apprécier le retour sur investissement des campagnes menées par les annonceurs, favorise largement la progression de l'utilisation d'Internet comme moyen de communication. Ainsi, Internet est aujourd'hui le seul média généraliste sur lequel les annonceurs peuvent disposer d'informations clés sur la pertinence de leurs campagnes, et l'activité générée pour eux en terme de chiffre d'affaires.

En effet, le taux de clics, le nombre d'enregistrements, le nombre de ventes directement liées à la publicité sont des données permettant à l'annonceur de quantifier efficacement le nombre de clients qu'elle a touché grâce à sa campagne Internet.

- *Accroissement du nombre d'utilisateurs d'Internet et du temps passé sur ce média*

Selon une étude de l'European Interactive Advertising Association (EIAA), plus de 45 % des internautes européens sont aujourd'hui connectés tous les jours, ceux-ci passant par ailleurs en moyenne 11,3 heures par semaine sur la toile, contre une moyenne de 10,2 heures par semaine au cours de l'année 2005, soit une progression de 11 %.



Les internautes passent par ailleurs de manière générale 72 % de leur temps sur Internet sur des recherches personnelles et 28 % de leur temps pour des raisons professionnelles, soit un environnement particulièrement propice à la diffusion d'information publicitaire compte tenu de la prépondérance de l'utilisation d'Internet pour des raisons personnelles.

En 2007, eMarketer estime qu'il y a un total de 136,1 millions d'internautes en Europe (France, Allemagne, Italie, Espagne et Royaume-Uni), et selon Jupiter Research, 58 % des européens devrait avoir accès à Internet en 2011 (ce taux était de seulement 46 % en 2004). En outre, selon plusieurs études datant de la fin de l'année 2006 (ZenithOptimedia, Carat), l'audience a tendance à se déplacer sur Internet, ce qui impose aux annonceurs de se conformer à cette tendance lourde, et donc d'être présents sur la toile au risque d'être oubliés de leur cible clientèle.



**Nombre d'internautes en Europe de l'ouest (en millions), 2004-2010**

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
France	19,2	20,9	22,9	24,7	26,3	27,6	28,8
% de la population	31,8%	34,4%	37,6%	40,4%	42,9%	44,9%	46,8%
Allemagne	34,7	36,6	38,4	40,1	41,9	43,6	45,1
% de la population	42,1%	44,4%	46,6%	48,7%	50,8%	53,0%	54,8%
Italie	19,1	22,2	24,3	26	27,4	28,6	29,7
% de la population	32,9%	38,2%	41,8%	44,8%	47,2%	49,2%	51,1%
Espagne	10,6	11,9	13,2	14,8	15,4	16,3	17,2
% de la population	26,3%	29,5%	32,7%	35,3%	37,9%	40,0%	42,2%
Royaume-Uni	27	28,4	29,8	31	32,2	33,3	34,4
% de la population	44,9%	47,0%	49,2%	51,0%	52,9%	54,5%	56,1%

Source : eMarketer, Janvier 2007

- *Essor de l'Internet haut débit*

Toujours selon l'European Interactive Advertising Association (EIAA), environ 75 % des connections Internet en Europe sont aujourd'hui des connections haut débit, niveau en hausse de 14 points par rapport au niveau de l'année précédente. Par ailleurs, près de 30 % des internautes disposant de connections bas débit entendent adopter le haut débit dans l'année. A noter par ailleurs que l'Europe de l'Ouest est la zone qui affiche le plus fort taux de pénétration en terme de connexion haut débit, taux qui s'élève à 27 % contre seulement 24 % pour l'Amérique du Nord à titre de comparaison.

Cette évolution est un signe particulièrement important puisqu'il existe une corrélation forte entre le niveau des dépenses des annonceurs sur la toile et donc leur confiance dans ce moyen de communication, et la part des internautes ayant accès à cette technologie haut débit.

L'essor du haut débit permet par ailleurs le développement de nouvelles activités, accroissant ainsi encore davantage l'intérêt de ce media pour les internautes et les annonceurs :

- développement des radios en ligne,
- développement des sites de vidéos (YouTube a ainsi vu ses visites augmenter d'un pourcentage à deux chiffres selon ComScore),
- développement des blogs et des réseaux sociaux.

- *Croissance du e-commerce*

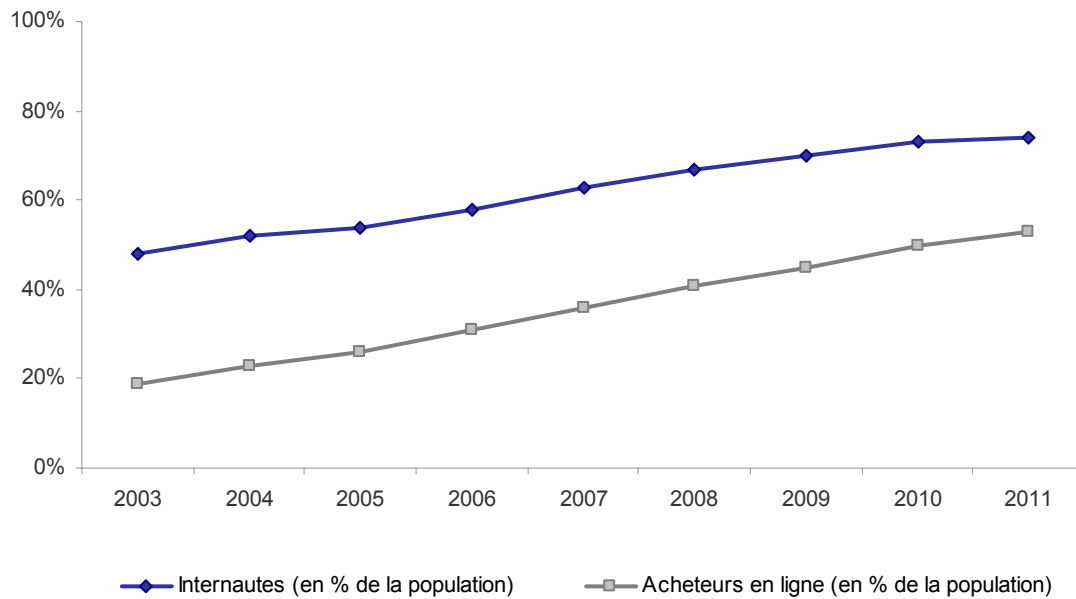
La consommation des ménages sur Internet ne cesse de progresser de manière significative. Selon une étude publiée par Forrester Research, les européens sont aujourd'hui 100 millions à effectuer des achats sur Internet. . Ce chiffre représente une progression de 50 % par rapport à 2004. De plus cette étude prévoit que le nombre d'acheteurs en ligne sera de 174 millions de personnes en 2007. La croissance des dépenses sur Internet étant ainsi largement supérieure à celle de la consommation de manière générale. Ainsi, le nombre de cyberacheteurs ne cesse de croître, et ce en raison des éléments suivants :

- Une confiance dans la sécurité des transactions qui s'améliore. La FEVAD révèle aussi une confiance accrue des internautes dans l'achat en ligne. En effet, au premier trimestre 2007, ils étaient 61 % à être confiants dans l'achat en ligne.
- L'utilisation progressive d'Internet pour réaliser des achats. En effet, aujourd'hui le chiffre d'affaires du e-commerce s'élève à 100 milliards d'euros, représentant un panier moyen de 1 000 euros par acheteur. Par ailleurs, l'étude menée par le cabinet Forrester Research évoque pour 2011 ce même panier avec une valeur de 1 500 euros.

**Evolution des internautes et des acheteurs en ligne de 2006 à 2011**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Internautes (en % de la population)	48%	52%	54%	58%	63%	67%	70%	73%	74%
Acheteurs en ligne en% de la population	19%	23%	26%	31%	36%	41%	45%	50%	53%

Evolution des internautes et des acheteurs en ligne de 2003 à 2011



Source : Forrester Research 2006

Part des acheteurs en ligne en fonction de leur ancienneté de connexion à Internet (France)

Ancienneté de connexion à Internet	Pourcentage d'acheteurs en ligne
Moins d'un an	29%
De 1 à 2 ans	43%
De 2 à 3 ans	44%
De 3 à 4 ans	52%
De 4 à 5 ans	49%
5 ans et plus	67%

Source : TNS Sofres, 2005

A ce niveau, le marché européen devrait suivre l'exemple du marché américain, même si ce dernier semble avoir bénéficié d'une masse critique atteinte plus rapidement et d'un niveau de maturité supérieur des services marketing des annonceurs.

### 6.3. Positionnement et concurrence :

L'univers du marketing en ligne est très large et couvre des business modèles différents, business modèles encore relativement récents.

Diverses méthodes existent ainsi aujourd'hui et sont utilisées par les directeurs marketing des annonceurs en ligne pour atteindre leur cible, à savoir le client, consommateur final :

- *Les moteurs de recherche*

Les moteurs de recherche sont les acteurs centraux de l'univers Internet en raison de leur rôle de distributeur d'audience. Ces acteurs sont incontournables et restent les mieux positionnés pour capter une part importante de la création de valeur sur Internet. Le mode de rémunération de ces acteurs est notamment fondé sur la vente de liens sponsorisés ainsi que sur la vente d'espaces publicitaires.

- *Réseaux d'affiliation et régies publicitaires*

Les sociétés faisant usage de ce modèle agrègent un certain nombre de sites Internet. Ces réseaux, spécialisés ou non sur un domaine ou une thématique précise, offrent ainsi une vitrine sur laquelle les sociétés peuvent commercialiser de la publicité, le plus souvent sous la forme de bannières, pour le compte d'annonceurs en ligne.

Les annonceurs paient alors selon le nombre de clics effectués sur leurs publicités, et ont ainsi accès à des millions de consommateurs. Une telle exposition serait quasiment impossible à atteindre selon une approche traditionnelle.

- *Search Marketing*

Cette approche est actuellement celle qui est la plus développée, et correspond pour les annonceurs en l'achat de mots clefs auprès des moteurs de recherche afin d'apparaître sur les résultats des requêtes lancées par les internautes sur ces sites sur la base de ces mots clefs. Cette méthode a été particulièrement développée au regard du suivi possible du retour sur investissement (ROI) instantané, les dépenses en achats de mots clefs pouvant être ajustées en continu en fonction du retour obtenu.

- *Marketing Direct*

Le marketing direct sur Internet vise à reproduire l'approche offline, mais sur la base d'un coût beaucoup plus réduit pour les annonceurs. Cette méthode vise à collecter au travers d'Internet des informations sur les internautes et de les regrouper sur des bases de données, bases plus ou moins développées et qualifiées. L'information regroupée dans ces bases de données est ensuite mise à disposition des annonceurs, qui les utilisent dans le cadre de campagne d'e-mailing, créant ainsi un lien récurrent avec leurs clients ou prospects, et cela en direct.

- *Edition de contenus*

Cette catégorie regroupe les acteurs éditeurs de contenus, contenus mis ligne sur Internet et offrant ainsi aux internautes des informations sur un univers très large de sujets :

L'information offerte par ces acteurs étant généralement spécialisée par type de sujets (voyage, immobilier, téléphonie, ...), et l'internaute étant par ailleurs proactif sur le site Internet (recherche d'une information précise), les éditeurs de contenus peuvent ainsi identifier et qualifier très précisément le type de publicité à insérer sur leurs espaces et offrir aux annonceurs des campagnes très efficaces et qualifiées.

Les spécialistes de cette approche marketing établissent généralement des relations directes avec les annonceurs et leur offrent des programmes au travers d'accords rémunérés à la performance ou aux clics.

Dans cet environnement multiforme et extrêmement évolutif, les acteurs convoitant le marché publicitaire sur Internet, et notamment la vente d'espaces publicitaires sont nombreux. Aujourd'hui, GOADV se positionne comme un générateur de trafic au travers de ses différents sites spécialisés qu'il développe en Europe.

Dans cet univers où la génération de trafic reste l'élément central pour s'approprier de la valeur, GOADV propose aux différents acteurs de ce système de valeur d'accroître leur visibilité et ainsi leur influence.

La Société intervient également pour préempter une part des dépenses réalisées par les annonceurs sur Internet, entrant parfois en concurrence avec certains acteurs des sous segments décrits ci-dessus.

Le Groupe peut par ailleurs passer certains accords stratégiques avec des acteurs évoluant dans le domaine de l'affiliation ou du search marketing. Dans le même temps, GOADV est annonceur lorsqu'il fait l'acquisition de trafic auprès des moteurs de recherche.

## 6.4. Stratégie et avantages concurrentiels

### 6.4.1. Avantages concurrentiels

- Une société pan européenne

Contrairement aux autres acteurs du marché, GOADV a su créer un modèle facilement transposable dans différents pays. En effet, la Société a su atteindre un grand nombre de visiteurs en dupliquant son modèle à l'international. GOADV, disposant d'un réseau de sites dans chacun des principaux pays européens, peut désormais satisfaire les besoins des annonceurs grands comptes souhaitant réaliser une campagne publicitaire pan européenne. En effet, le modèle de la Société permet facilement à son client d'être visible par les internautes chacun des principaux pays européens (Allemagne, France, Italie, Espagne, Royaume-Uni, Pays-Bas).

Par ailleurs, sa présence dans les pays les plus avancés dans le secteur de l'Internet (Royaume-Uni, Pays-Bas, Allemagne) lui offre la possibilité d'importer les nouvelles tendances du marché au sein des pays dont l'usage de l'Internet est moins développé (Italie, Espagne).

Enfin, son développement européen lui assure une réactivité exceptionnelle nécessaire dans un environnement extrêmement évolutif et concurrentiel. Les annonceurs, connaissant son exposition européenne et le nombre de visiteurs uniques que la Société réussit à drainer, ont aujourd'hui tendance à effectuer leurs campagnes chez GOADV. La stratégie initiale établie par la Société est désormais devenu un fort avantage concurrentiel.

- Une équipe complémentaire et expérimentée

L'expérience des fondateurs ainsi que la technologie appartenant directement à la Société sont certainement des atouts essentiels pour GOADV.

Les différentes activités antérieurement exercées par les fondateurs et les principaux membres de la Direction leur permettent de connaître parfaitement les besoins liés au développement d'une activité Internet.

Possédant ses technologies et son propre bureau de recherche et développement, la Société s'appuie ainsi sur les compétences et la complémentarité des différentes équipes afin de disposer d'outils répondant aux besoins de son activité et de son évolution.

Les dirigeants, ayant participé à la création et à la direction de sociétés de Search Engine Marketing (SEM), ont parfaitement décelé, dès 2002, le potentiel des liens sponsorisés. Ainsi, dans un souci de réactivité face aux besoins des internautes et d'anticipation sur les futures tendances, GOADV recourt à l'achat de « mots-clés ». Le service technique, afin de permettre le développement de l'activité de la Société, apporte des solutions adaptées à la fois à GOADV, aux utilisateurs de son réseau ainsi qu'à ses clients.

En effet, la complémentarité des deux équipes permet à la Société de respecter son modèle et de générer un trafic de qualité. Le développement des sites s'effectue selon ce besoin et le département technique permet de mesurer le ciblage effectué par GOADV.

- Une volonté de générer un trafic de qualité

Depuis sa création, la Société s'est efforcée de développer un ciblage pointu de ses visiteurs afin de garantir une redirection qualitative du trafic vers les sites Internet de ses clients. De plus, la connaissance des besoins des clients et des internautes permet à la Société d'optimiser son activité et ainsi ses résultats. En effet, un visiteur ciblé et redirigé selon une demande précise vers le site d'un annonceur offre un taux de conversion visite / vente important, permettant ainsi à la Société d'accroître son chiffre d'affaires au travers de commissionnements plus importants.

La principale différence du modèle de GOADV repose sur sa propension à générer un trafic de « qualité » pour ses clients. Contrairement à ses concurrents, GOADV cherche à qualifier l'internaute afin de proposer à ses partenaires ainsi qu'à ses principaux annonceurs clients un taux de conversion visite/résultat important et ainsi établir un accord basé sur une rémunération à la vente, bien plus rémunérateur pour la Société.

De plus, à l'inverse de ses concurrents, GOADV, ne vend pas des « impressions », représentant le nombre de fois qu'une bannière est vue par les internautes (CPM). En effet, la Société utilise principalement les systèmes de rémunérations au « coût par clic » (CPC) et au « coût par action » (CPA). Ces deux dernières méthodes sont beaucoup plus représentatives de la qualité du trafic généré par GOADV.

Ces systèmes de rémunérations sont généralement conclus avec l'annonceur lorsque ce dernier reçoit la garantie que le trafic arrivant sur son site est de qualité.

Ainsi GOADV assure un trafic de qualité pour ses clients en ciblant les besoins des internautes et en optimisant les logiciels de management du contenu et de ROI.

- Un paiement à la performance

Afin de satisfaire au mieux ses clients, GOADV propose un véritable service de rémunération à la performance. En effet, les annonceurs travaillant avec GOADV peuvent facilement choisir de rémunérer la Société à la performance. Ces modèles de rémunération à la performance ou « Coût par Action » sont de deux types :

- CPL (« Cost per Lead »), représentant un revenu pour chaque contact d'un internaute redirigé par GOADV (demande d'informations, enregistrement sur le site, etc.)
- et CPS (« Cost per Sale ») exprimant une vente réalisée par l'annonceur, issue d'un visiteur provenant du réseau de GOADV..

Les annonceurs, exigeant un suivi précis de leurs campagnes publicitaires sur Internet, ont recours de plus en plus régulièrement à ce modèle de rémunération. En effet, ce dernier offre une précision forte sur les conversions des visites en ventes.

GOADV, de par l'expérience de ses dirigeants, a immédiatement compris les attentes des annonceurs et a ainsi pu développer un logiciel ROI conforme aux attentes besoins de ses clients.

L'évolution de la répartition du chiffre d'affaires montre bien la qualité du modèle de rémunération à la performance de GOADV. En effet, le CPA, qui représentait 6 % du chiffre d'affaires en 2005, atteint désormais 15 % au premier trimestre 2007.

Ce mode de rémunération à la performance répond ainsi pleinement aux attentes du marché, qui devrait s'orienter de plus en plus sur cette notion de performance. La Société considère que, de par son positionnement elle est capable de répondre à cette problématique, et qu'elle est donc à même de profiter de l'évolution du secteur.

- Un marché de plus en plus qualifié

Le marché de la publicité en ligne est en pleine expansion. Les raisons de ce succès s'expliquent en partie par un meilleur suivi des campagnes publicitaires. En effet, les annonceurs peuvent désormais connaître précisément les ventes réalisées grâce à leur investissement sur Internet. De plus, l'augmentation de l'audience Internet permet à ces derniers d'être vu par un plus grand nombre de personnes.

GOADV, de par l'expérience de ses fondateurs, a su directement proposer un modèle de génération de trafic de qualité. En effet, les annonceurs négociant avec la Société disposent d'un nombre important de visiteurs (5 millions de visiteurs uniques par mois) ainsi qu'un ciblage et un suivi concret des internautes (outils ROI et CMS).

La Société étant présente dans toute l'Europe, elle peut ainsi toucher encore plus de clients ou même gérer une campagne publicitaire à l'échelle européenne.

- Un pôle édition performant

Le réseau de sites de GOADV attire 5 millions de visiteurs uniques par mois. Ce chiffre est en constante augmentation depuis la création de la Société. Les sites édités par GOADV attirent de plus en plus de visiteurs. En outre, GOADV, suivant les tendances du marché, crée des sites aux contenus précis et appréciés des visiteurs.

Ainsi le développement de sites Internet et la mise à jour de ceux existants permettent à la Société de fournir un service de qualité, attirant de nouveaux visiteurs, fidélisant les internautes et séduisant les annonceurs. Ces derniers sont effectivement attirés par la qualité du trafic du réseau de GOADV provenant de la performance de son pôle éditorial.

#### *6.4.2. Plan de développement stratégique*

GOADV souhaite exploiter sa position au sein des principaux marchés européens dans les prochaines années. La Société pense pouvoir profiter de la croissance attendue de la publicité sur Internet. Cette croissance sera soutenue par plusieurs facteurs tels que :

- un usage plus répandu d'Internet ;
- une plus grande diffusion des marques ;
- le développement de l'e-commerce ;
- un allongement du temps passé sur Internet ;
- une amélioration des technologies.

Sur la base de ce qu'a connu le développement du e-commerce et de la publicité sur Internet aux Etats-Unis, les analystes prévoient les mêmes phénomènes de croissance en Europe.

Ainsi selon les données de ZenithOptimedia (avril 2006), Internet représentait 6 % du marché mondial de la publicité à la fin de l'année 2006. A la fin de l'année 2008, la part de marché d'Internet est estimée à 8 % du marché publicitaire mondial.

*Evolution des dépenses publicitaires en ligne mondiales*

En milliards USD	2006	2007	2008
Dépenses publicitaires en ligne mondiales	23,9	28,6	32,5

Source : ZenithOptimedia – avril 2006

La stratégie de croissance pour GOADV sera ainsi notamment basée sur :

- un renforcement de son positionnement dans chaque pays où la Société est déjà présente par l'intermédiaire d'un accroissement de trafic et d'une augmentation de l'offre commerciale ;
- une expansion géographique ;
- un développement des technologies afin d'améliorer l'efficacité du management des sites et des campagnes publicitaires ;
- des opérations de croissance externe, pouvant concerner l'acquisition d'une marque reconnue afin d'asseoir sa notoriété.

✓ **Un renforcement de son positionnement dans chaque pays**

La croissance en Europe proviendra de la croissance du volume du trafic sur les sites de son réseau, ainsi que de l'augmentation du portefeuille client et donc de l'offre commerciale.

La Société souhaite, dans le but d'augmenter le trafic :

- investir plus fortement dans les campagnes publicitaires, plus précisément, l'achat de « mots-clefs » additionnels sur les moteurs de recherche.
- lancer de nouveaux services pour les internautes comme les blogs, les rencontres, les forums, etc. afin d'augmenter le trafic et de fidéliser les utilisateurs du réseau.
- GOADV entend renouveler son réseau et continuellement investir pour améliorer la fonctionnalité, l'utilisation et l'ergonomie de ses sites.

Grâce à ce développement du trafic, GOADV aura l'opportunité d'attirer de nouveaux annonceurs nationaux et internationaux. La Société espère par ailleurs pouvoir obtenir de cette augmentation des revenus une meilleure souplesse dans ses négociations avec ses clients existants et potentiels.

✓ **Une expansion géographique**

GOADV s'est directement concentré sur son expansion géographique. En juin 2007, la Société a lancé de nouveaux sites pour la Suède et le Danemark, pays extrêmement avancés dans l'utilisation d'Internet.

A noter par ailleurs que le coût d'une implantation de GOADV dans un nouveau pays est négligeable, permettant ainsi à la Société de dégager des flux positifs dès le lancement de nouveaux sites Internet.

La Société souhaite évaluer son lancement dans de nouveaux pays offrant de belles opportunités sur le marché de la publicité sur Internet. En dehors de l'Europe, un premier test sera réalisé en Australie, pays également très développé dans l'utilisation d'Internet.

✓ **Un développement des technologies**

La création et le développement d'une structure de recherche et développement à Pise permet à GOADV de développer des logiciels et d'optimiser l'utilisation de ceux déjà créés. La Société peut ainsi assurer une stratégie de croissance ambitieuse et atteindre encore plus d'internautes afin de permettre une négociation directe encore plus avantageuse avec les annonceurs.

Ces divers développements technologiques pourront offrir ainsi à la Société la possibilité de générer encore davantage de trafic qualifié auprès de ses clients et d'établir un meilleur suivi des campagnes publicitaires des annonceurs.

✓ **Croissance externe**

La croissance organique sera le principal élément de croissance de GOADV. Toutefois, la société entend également profiter d'éventuelles opportunités de croissance externe.

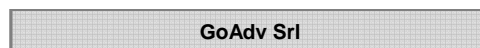
- Soit par l'acquisition de sites Internet avec un niveau de trafic important et offrant un service de qualité aux internautes.
- Soit par l'acquisition de sociétés disposant d'un savoir-faire technique complémentaire avec celui de la société.
- Soit par l'acquisition d'une marque de renom lui permettant d'accroître sa notoriété auprès du public.

## 7. ORGANIGRAMME

### 7.1. Evolutions de la structure juridique du Groupe

Les graphiques ci-dessous récapitulent les différentes évolutions dans la structure juridique du Groupe depuis le mois de juillet 2004, date de création de la société GoAdv Srl.

**Juillet 2004** : Création de GoAdv Srl à Rome



**Eté 2006** : Création de l'entité GoAdvertising Ltd à Dublin



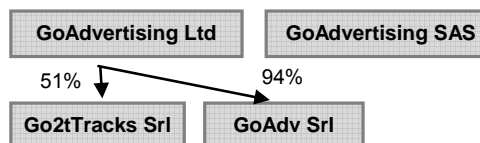
**Avril 2007**

\* Rachat de 94% du capital de la GoAdv Srl sur la base de la valeur des fonds propres au 31 décembre 2005

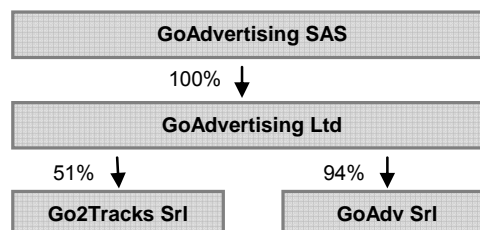
\* Création de Go2Tracks Srl



**23 mai 2007** : Création de GoAdvertising SAS, société de droit français au capital de 37 000 euros'



**5 juin 2007** : Acquisition par GoAdvertising SAS de 100% des titres de GoAdvertising Ltd

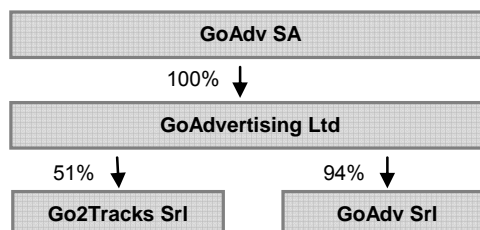


**14 juin 2007** :

\* Augmentation de capital de la SAS GoAdvertising par incorporation de comptes courants de ses associés

\* Transformation de GoAdvertising SAS en société anonyme (SA) par décision de l'assemblée générale mixte.

\* Changement de dénomination : le nom de la société française devient GoAdv SA

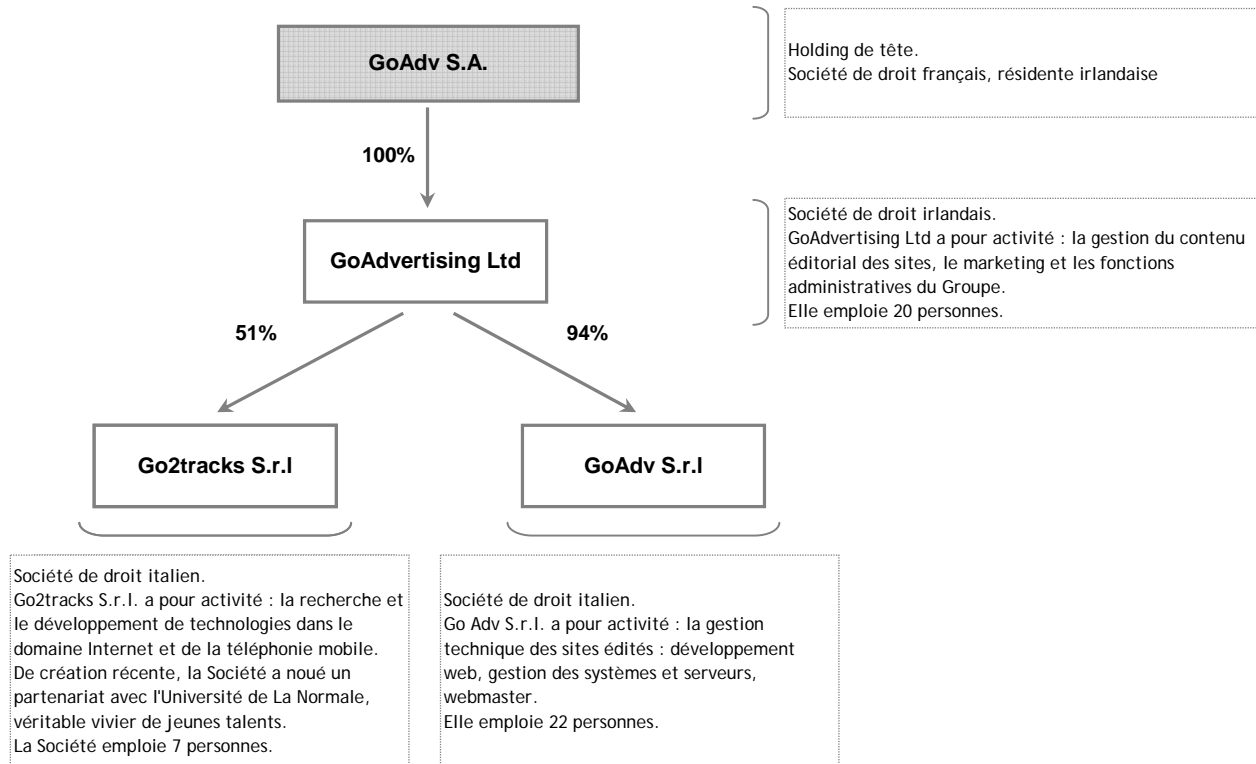




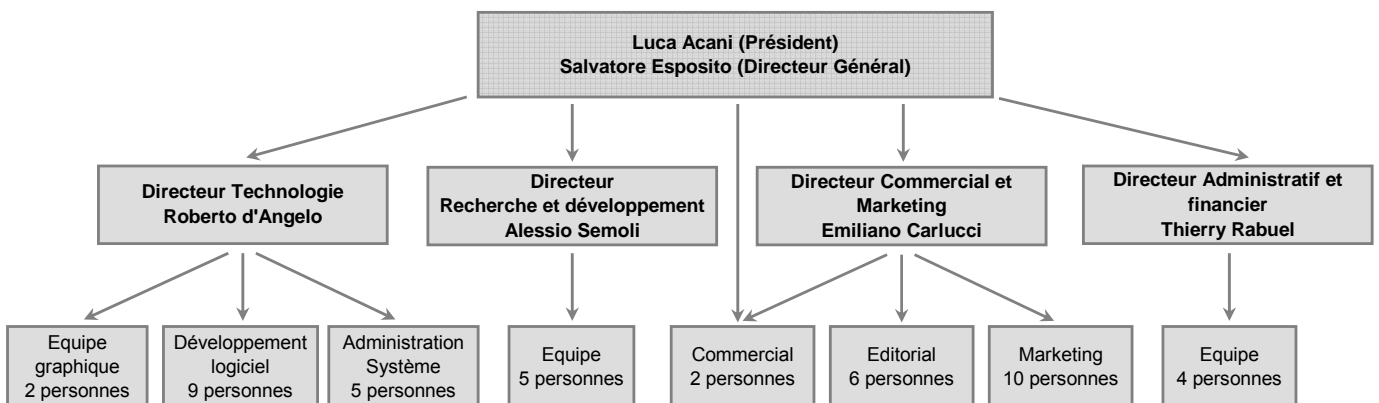
## 7.2. Description du Groupe

GOADV SA dispose d'une filiale en Irlande, GoAdvertising Ltd.

GoAdvertising Ltd dispose également d'une filiale en Italie, GoAdv S.r.l., et a récemment participé à la création, en collaboration avec deux autres fondateurs, d'une jeune société en développement, située à Pise et spécialisée dans le développement technologique sur Internet, Go2Tracks S.r.l.



### ✓ Organigramme fonctionnel au 31 mai 2007



A noter que les deux dirigeants fondateurs de la Société sont directement impliqués dans la gestion des relations commerciales de la Société.

### 7.3. Principales filiales de l'émetteur

GoAdv Srl, société italienne basée à Rome, a été créée en juillet 2004 par Messieurs Luca Ascani et Salvatore Esposito.

Au cours de l'année 2006, les dirigeants de GoAdv décident de déplacer le siège de GoAdv à Dublin, et ce notamment afin de se rapprocher d'un certain nombre d'acteurs incontournables du monde de l'Internet tels que Yahoo, Google, Ebay, mais également afin d'accéder plus aisément à un personnel qualifié.

Dans cette optique, GoAdvertising Ltd, société de droit irlandais, est créée le 31 juillet 2006 (Go Advertising Ltd a procédé à l'acquisition de 94 % du capital de GoAdv Srl au mois d'avril 2007).

Les relations entre les deux sociétés, GoAdvertising Ltd et GoAdv Srl, sont régies de la manière suivante :

GoAdv Srl s'emploie à gérer les campagnes publicitaires au niveau technique (mise en place des campagnes publicitaires, développement et optimisation / implantation du CMS qui sera utilisé par GoAdvertising Ltd, implantation des partenaires commerciaux de GoAdvertising Ltd au sein du réseau et gestion les serveurs hôtes des sites faisant parties du réseau).

Pour l'ensemble de ces prestations, GoAdvertising Ltd s'engage à verser mensuellement une somme de 100 000 euros à GoAdv Srl.

Go2Tracks Srl est une société italienne, basée à Pise, dont l'objet est :

- la création et le développement de toute application et logiciel lié à l'activité Internet ainsi qu'à la téléphonie mobile ;
- la réalisation de toute analyse et étude en relation avec les activités web et de la téléphonie mobile.

Les deux autres créateurs de Go2Tracks détiennent conjointement 49 % du capital et continuent d'être impliqués dans le management de la Société.

## 8. PROPRIETES IMMOBILIERES, USINES ET EQUIPEMENTS

### 8.1. Propriétés immobilières louées

En ce qui concerne ses activités opérationnelles, les locaux au sein desquels la Société exerce ses activités sont situés à Dublin (Irlande), Rome et Pise (Italie).

La Société est domiciliée à Paris, 12 rue de la Chaussée d'Antin, 75009. Le contrat de domiciliation, signé en date du 14 mai 2007, a été formé pour 6 mois renouvelables par tacite reconduction pour la même période. L'indemnité de domiciliation a été fixée à la somme mensuelle de 60 euros hors taxe payable par trimestre.

Les informations relatives à ces locaux, loués par la Société au titre de baux commerciaux d'une durée variable et renouvelables, sont détaillées ci après :

Implantations	Adresse	Date de formation du contrat	Surface	Loyer annuel
Rome	215, Via Alessandria - Roma	1er février 2007, pour 6 ans renouvelable	310 m <sup>2</sup>	103 800 €
Pise	109, di Via Sant' Ilario Sud - Pisa	1er mai 2007, pour 6 ans renouvelable	160 m <sup>2</sup>	19 200 €
Dublin	121 Brighton House - Rathmines Road Dublin 6	18 janvier 2007, pour 2 ans renouvelable	365 m <sup>2</sup>	84 000 €

La Société considère que la taille de ses locaux est suffisante pour exercer son activité et faire face à sa croissance à court terme. Ainsi, les locaux opérationnels ont ainsi une capacité d'accueil deux fois supérieure à la taille des équipes actuelles dans chacune des implantations du Groupe.

Les activités de GOADV nécessitent peu d'investissements hormis des équipements informatiques en matériels, ainsi que du matériel de bureau (cf paragraphe 5.2).

### 8.2. Question environnementale

A la connaissance de la Société, aucun facteur de nature environnementale n'a eu ou n'est susceptible d'influencer sensiblement, de manière directe ou indirecte, sur les opérations de GOADV.

## 9. EXAMEN DE LA SITUATION FINANCIERE ET DU RESULTAT

L'examen de la situation financière du Groupe se base sur l'information financière consolidée pro forma réalisée au titre des exercices clos au 31 décembre 2005 et au 31 décembre 2006, information établie sur 12 mois.

Ces informations financières consolidées pro forma ont été établies en vue de l'admission des titres de la Société sur le marché Alternext d'Euronext Paris et ont fait l'objet d'une revue limitée du commissaire aux comptes de la Société.

L'information financière pro forma a été établie afin de refléter le patrimoine et la situation financière du groupe GoAdv SA au 31 décembre 2006, en réputant réalisées au 1<sup>er</sup> janvier 2006, les opérations juridiques survenues en 2007. Les opérations ainsi prises en compte sont les suivantes :

- la création au cours du deuxième semestre 2006 de la société GoAdv Ltd installée en Irlande, qui a contractuellement repris l'activité de la société italienne GoAdv Srl. GoAdv Ltd a, fin avril 2007, racheté 94 % du capital de la société italienne sur la base de la valeur des fonds propres au 31 décembre 2005.
- la création d'une société française au capital de 37 000 euros dénommée GO ADVERTISING SAS en date du 23 mai 2007,
- l'acquisition par GO ADVERTISING SAS de 100 % de GoAdv Ltd le 5 juin 2007.
- l'augmentation de capital de la SAS GO ADVERTISING par incorporation de comptes courants de ses associés, préalablement à sa transformation en société anonyme par décision de l'assemblée générale mixte du 14 juin 2007. A cette occasion, le nom de la société française est devenu GoAdv SA « GO ADV »).

L'information financière consolidée pro forma non audité n'est pas nécessairement représentative de la situation financière et de la performance qui auraient été observées si les opérations juridiques avaient lieu au 1er janvier 2006. Les conventions et hypothèses ayant servi à l'établissement de l'information financière pro forma sont présentées au paragraphe 20.2.5.

Concernant le mode de reconnaissance du chiffre d'affaires, il se base sur des rapports mensuels envoyés par les clients de la Société, ces rapports mensuels récapitulant, par nature des accès générés par le réseau GOADV sur les sites clients. Ces rapports sont généralement envoyés à GOADV entre le 15 et le 20 suivant le mois de réalisation effective des prestations.

Dès réception du rapport mensuel par GOAV, celle-ci procède le même jour à son rapprochement par rapport à son propre suivi puis à la facturation.

### 9.1. Examen de la situation financière et du résultat des exercices 2005 et 2006

En K€	31/12/2005	31/12/2006	2006 vs 2005
	Information financière consolidée pro forma 12 mois	Information financière consolidée pro forma 12 mois	
Chiffre d'affaires	4 742	9 864	108,0%
Total Charges d'exploitation	4 402	9 220	109,5%
Résultat d'exploitation	341	644	89,1%
Résultat financier	-31	119	-477,8%
Résultat exceptionnel	-2	-8	209,0%
Résultat net des sociétés intégrées	185	528	185,5%
Résultat net part du groupe	185	516	178,7%
<i>Marge d'exploitation</i>	7,2%	6,5%	-9,1%
<i>Marge nette part du Groupe</i>	3,9%	5,2%	34,0%

#### 9.1.1. Chiffre d'affaires

Sur la période d'étude, on observe une forte croissance du chiffre d'affaires consolidé pro forma qui est passé de 4 742 K€ à 9 864 K€ entre les exercices 2005 et 2006, soit une hausse de près de 108,0 %.

Cet accroissement du chiffre d'affaires s'explique notamment par le développement des relations de la Société avec ses clients actuels, ainsi que par l'acquisition de nouveaux clients-annonceurs ou le développement de nouveaux partenariats.

### 9.1.2. Charges d'exploitation

Charges d'exploitation (en K€)	31/12/2005	31/12/2006	2006 vs 2005
	Information financière consolidée pro forma 12 mois	Information financière consolidée pro forma 12 mois	
Achats d'espaces publicitaires	2 898	7 052	143,3%
Autres achats et charges externes	1 387	1 463	5,5%
Impôts, taxes et versements assimilés	2	5	108,0%
Charges de personnel	99	653	556,6%
Dotation aux amortissements et provisions d'exploitation	14	47	229,6%
<b>TOTAL Charges d'Exploitation</b>	<b>4 402</b>	<b>9 220</b>	<b>109,5%</b>
% Achats d'espaces publicitaires / CA	61,1%	71,5%	
% AACE / CA	29,3%	14,8%	
% Charges de personnel / CA	2,1%	6,6%	

L'ensemble des charges d'exploitation se sont fortement accrues entre les exercices clos au 31 décembre 2005 et 31 décembre 2006 : elles sont ainsi passées de 4 402 K€ à 9 220 K€, soit une hausse de 109,5 % sur la période. Sur la période d'observation, les charges ont par ailleurs augmenté légèrement plus rapidement que le chiffre d'affaires (+ 108 % versus 109,5 %). Cette montée en charge s'explique notamment par la hausse des charges de personnel suite au renforcement des différentes équipes de la Société, par la prise en compte des coûts de réorganisation juridique de la Société (coûts non récurrents), ainsi que par la hausse des dépenses publicitaires (achats d'espace) réalisée par la Société et correspondant à sa stratégie de génération de trafic qualifié pour ses clients.

Les dotations aux amortissements et provisions observées sur la période sont relatives aux dotations et amortissements des immobilisations corporelles et incorporelles d'une part, et aux provisions pour départ (Italie) d'autre part.

### 9.1.3. Résultat d'exploitation

En données consolidées pro forma, le résultat d'exploitation atteint 644 K€, en hausse de 89,1 % par rapport aux données au 31 décembre 2005.

La marge d'exploitation du Groupe s'élevait ainsi à 6,5 % au 31 décembre 2006.

### 9.1.4. Résultat financier

Le résultat financier au 31 décembre 2005 ainsi qu'au 31 décembre 2006 correspond aux pertes et gains de change (données consolidées pro forma).

### 9.1.5. Résultat exceptionnel

Le résultat exceptionnel s'élevait à -8 K€ au 31 décembre 2006 (données consolidées pro forma).

### 9.1.6. Charges d'impôt

Les taux et bases d'imposition relevés dans les différents pays où le groupe est implanté peuvent être résumés comme suit :

- Les impôts italiens sont calculés au taux actuel de 33 % sur la base du résultat fiscal et au taux actuel de 5,25 % sur une base assimilable à la valeur ajoutée.
- Les impôts irlandais sont calculés sur le bénéfice avant impôt au taux actuel de 12,5 %.
- Les impôts français sont calculés au taux actuel de 33,33 %.

#### **9.1.7. Résultat net**

Après intégration du résultat exceptionnel et de l'impôt sur les sociétés, le résultat net consolidé pro forma présente une hausse sur la période d'analyse. De 185 K€ au 31 décembre 2005, il est porté à 528 K€ à la fin de l'exercice 2006, ce qui représente une hausse de 185,5 %. Le résultat net part du Groupe est de 515,5 K€  
La marge nette du Groupe s'établit ainsi à 5,2 % au 31 décembre 2006 (contre une marge nette de 3,9 % au 31 décembre 2005).

#### **9.2. Facteurs de nature gouvernementale, économique, budgétaire, monétaire ou politique pouvant influencer sensiblement les opérations de la Société**

Aucun autre facteur de nature gouvernementale, économique, budgétaire, monétaire ou politique n'a eu ou n'est susceptible d'influencer sensiblement, de manière directe ou indirecte, sur les opérations de GOADV.

## 10. TRESORERIE ET CAPITAUX

### 10.1. Capitaux propres de l'émetteur

<i>En K€ - Information financière consolidée pro forma</i>	<b>31/12/2005</b>	<b>31/12/2006</b>
Capitaux Propres part du Groupe	195	753
Endettement financier	0	238
Endettement financier net	-809	-1 017
<i>Endettement net / Capitaux Propres</i>	-415%	-135%

Entre l'exercice pro forma clos au 31 décembre 2005 et l'exercice consolidé pro forma clos au 31 décembre 2006, les capitaux propres de l'émetteur ont été positivement impactés par :

- l'augmentation de capital par incorporation de comptes courants d'associés pour 237 000 euros, opération réalisée au niveau de GO ADV SA suite à l'Assemblée générale des actionnaires du 14 juin 2007 (cette opération ayant été prise en compte dès le début de l'exercice 2006 dans le cadre de l'établissement des comptes pro forma) ;
- le résultat positif de l'exercice pour 515 513 euros.

Au 31 décembre 2006 (données consolidées pro forma), les capitaux propres de GO ADV se sont ainsi portés à 753 K€.

La variation des capitaux propres pro forma au cours de la période se présente comme suit :

<i>En €</i>	<b>Capital</b>	<b>Prime d'émission</b>	<b>Réserves consolidées</b>	<b>Résultat de l'exercice</b>	<b>Capitaux propres Groupe</b>	<b>Intérêts Minoritaires</b>
<b>Situation nette au 31/12/2005</b>	<b>10 000</b>		<b>259</b>	<b>184 938</b>	<b>195 197</b>	<b>-</b>
Augmentation de capital	216 000	21 000	0	0	237 000	
Affectation résultat 2005	0		184 938	-184 938	0	
Effet changement société mère	-10 000		-185 197	0	-195 197	11 267
Résultat 2006 part du groupe	0		0	515 513	515 513	12 408
<b>Situation nette au 31/12/2006</b>	<b>216 000</b>	<b>21 000</b>	<b>0</b>	<b>515 513</b>	<b>752 513</b>	<b>23 675</b>

### 10.2. Sources et montants de flux de trésorerie

	<b>31/12/2006</b> <i>Informations financière consolidée pro forma</i>
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation	438 K€
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement	-468 K€
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement	237 K€
Augmentation (diminution) de la trésorerie	208 K€
Trésorerie à l'ouverture	809 K€
Trésorerie à la clôture	1 017 K€

Au cours de l'exercice 2006, sur la base des données consolidées pro forma du Groupe, le tableau de flux de trésorerie profite, au niveau des flux liés à l'exploitation, de l'amélioration des résultats dégagés par la Société au cours de cette période avec une capacité d'autofinancement de 568 K€.

Les flux d'investissement pour l'exercice consolidé pro forma clos au 31 décembre 2006 sont négatifs et s'élèvent à - 468 K€. Ils ont été notamment marqués par la réalisation des opérations d'acquisitions et de cession des filiales (rachat des titres de la société italienne par la société irlandaise d'une part, et rachat des titres de la société irlandaise par la société française d'autre part).

Les flux de financements pro forma de l'exercice 2006 se sont élevés à 237 K€ et concernent le capital initial de GoADv SA ainsi que l'augmentation de capital réalisée le 14 juin 2007.

Globalement, le niveau de trésorerie nette consolidée pro forma du Groupe au 31 décembre 2006 ressort à 1 016,8 K€.

### 10.3. Conditions d'emprunts et structure de financement

Les besoins de liquidités du Groupe incluent principalement le financement du développement de ses activités (besoin en fonds de roulement notamment).

Les principales ressources financières du Groupe sont constituées :

- des flux de trésorerie générés par les activités opérationnelles ;

GO ADV estime que les flux de trésorerie générés par ses activités opérationnelles, sa trésorerie actuelle, les différents instruments financiers à sa disposition ainsi que la possibilité de réaliser des emprunts bancaires seront suffisants pour lui permettre de faire face à ses obligations financières telles qu'elles sont anticipées et de répondre à ses besoins en fonds de roulement.

### 10.4. Restrictions éventuelles à l'utilisation des capitaux

Il n'existe aucune restriction portant sur l'utilisation de ses capitaux par la Société.

### 10.5. Sources de financement attendues, nécessaires pour honorer les engagements

A la date du présent document, l'exploitation génère un flux net de trésorerie positif. La Société n'a pas eu besoin de contracter des emprunts bancaires auprès d'établissements financiers, et dispose d'une trésorerie suffisante au 31 décembre 2006 pour honorer ses engagements.

Par ailleurs, la Société estime être en mesure d'autofinancer ses futurs investissements d'exploitation.

Toutefois, la Société pourra décider de financer certains investissements par emprunts si elle l'estime nécessaire.



## 11. RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT, BREVETS ET LICENCES

Les développements de GOADV au cours des dernières années ont permis le déploiement d'une offre de services de qualité et comprenant une grande diversité de contenu.

La Société ne dispose pas de brevet sur les systèmes et logiciels développés. Le dépôt de brevet pour la protection de logiciels n'est effectivement pas applicable en droit européen.

GOADV dispose de plusieurs marques et de noms de domaines déposés. Les dispositions pratiques liées à la protection des marques du Groupe sont gérées directement par la Société.

En dehors des locaux (cf paragraphe 8.1 du présent document), aucun actif nécessaire à l'exploitation n'est détenu par une autre personne morale ou physique que le Groupe GOADV.

## 12. INFORMATIONS SUR LES TENDANCES

### 12.1. Tendances ayant affecté les activités de l'émetteur depuis la fin du dernier exercice

Depuis le début de l'année 2007, le niveau d'activité de la Société reste bien orienté.

Le chiffre d'affaires sur le premier trimestre 2007 est de l'ordre de 2 975 K€, en croissance d'environ 38 % par rapport aux données comparables du premier trimestre 2006 (données non soumises à la revue du commissaire aux comptes).

En outre, au premier trimestre 2007, la Société a enregistré un niveau de marge opérationnelle de l'ordre de 10 % (données non soumises à la revue du commissaire aux comptes).

### 12.2. Éléments susceptibles d'influer les perspectives de l'émetteur

La Société n'a pas connaissance de tendances connues ou d'événements avérés relatifs à son activité qui soient raisonnablement susceptibles d'influer sensiblement et de manière exceptionnelle sur son chiffre d'affaires au cours de l'année 2007.

### **13. PREVISIONS OU ESTIMATIONS DE BENEFICE**

La Société n'entend pas faire de prévisions ou d'estimations de bénéfices.

## 14. ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION ET DE SURVEILLANCE ET DIRECTION GENERALE

### 14.1. Informations générales relatives aux dirigeants et administrateurs

#### 14.1.1. Membres du Conseil d'Administration

Le tableau suivant présente les informations concernant la composition des organes de direction et de contrôle de la Société :

Nom	<b>Luca ASCANI</b>
Mandat actuel	Administrateur - Président du Conseil d'Administration
Adresse Professionnelle	Brighton House - 121 Lower Rathmines Road Dublin 6 - Ireland
Date de première nomination	14 juin 2007
Date d'échéance du mandat	AG statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2012
Fonction principale exercée en-dehors de la Société	Néant
Autres mandats et fonctions exercés dans le Groupe	Administrateur GoAdvertsing LTD
Autres mandats et fonctions exercés en-dehors de la Société	Administrateur de ADVance SRL Administrateur de Jangle Mobile LTD
Autres mandats et fonctions exercés au cours des cinq dernières années et ayant pris fin	Administrateur de BuyCentral Srl (fin du mandat en décembre 2004) Administrateur Goadv Srl (fin du mandat en décembre 2005) Administrateur de Vega.net SA (fin du mandat en avril 2007)
Nom	<b>Salvatore Esposito</b>
Mandat actuel	Administrateur - Directeur Général
Adresse Professionnelle	Brighton House - 121 Lower Rathmines Road Dublin 6 - Ireland
Date de première nomination	14 juin 2007
Date d'échéance du mandat	AG statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2012
Fonction principale exercée en-dehors de la Société	Néant
Autres mandats et fonctions exercés dans le Groupe	Administrateur de GoAdv SRL
Autres mandats et fonctions exercés en-dehors de la Société	Néant
Autres mandats et fonctions exercés au cours des cinq dernières années et ayant pris fin	Administrateur ADVance SRL (fin du mandat en décembre 2005)

Nom	<b>Stéphane VAIS</b>
Mandat actuel	Administrateur
Adresse Personnelle	17 avenue Pasteur - 78170 La Celle Saint-Cloud
Date de première nomination	14 juin 2007
Date d'échéance du mandat	AG statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2012
Fonction principale exercée en-dehors de la Société	Ancien Directeur Général Finance et Performance d'AOL France
Autres mandats et fonctions exercés dans le Groupe	Néant
Autres mandats et fonctions exercés en-dehors de la Société	Néant
Autres mandats et fonctions exercés au cours des cinq dernières années et ayant pris fin	Directeur Général Finance et Performance d'AOL France

Nom	<b>Adelandre Conseil &amp; Investissement SARL Représentée par Stéphane DARRACQ</b>
Mandat actuel	Administrateur
Adresse Professionnelle	11 rue Dieu, 75010 Paris
Date de première nomination	14 juin 2007
Date d'échéance du mandat	AG statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2012
Fonction principale exercée en-dehors de la Société	Chief Financial Officer de NETBOOSTER SA
Autres mandats et fonctions exercés dans le Groupe	Néant
Autres mandats et fonctions exercés en-dehors de la Société	Administrateur et Directeur Général Délégué de Netbooster SA Administrateur de Timetobuy SA Gérant de Adelandre Conseil & Investissement SARL Administrateur Digital & Voice Solutions LTD Administrateur de Financière Proxalan SA
Autres mandats et fonctions exercés au cours des cinq dernières années et ayant pris fin	Administrateur d'Opta Limited Administrateur de StackInvest Limited Administrateur de Siren Film Production Limited Administrateur d'OBI Central Europe Limited

- L'expérience en matière de gestion de ces personnes résulte des différentes fonctions salariées et/ou de direction qu'elles ont précédemment exercées.
- A la connaissance de la Société, il n'existe aucun lien familial entre les mandataires sociaux de la Société.
- En outre, à la connaissance de la Société, aucun mandataire social n'a fait l'objet :
  - d'une condamnation pour fraude prononcée au cours des cinq dernières années au moins ;
  - d'une faillite, mise sous séquestre ou liquidation au cours des cinq dernières années au moins ;
  - d'une incrimination et/ou sanction publique officielle prononcée par des autorités statutaires ou réglementaires au cours des cinq dernières années au moins.
- Enfin, à la connaissance de la Société, aucun mandataire social n'a été empêché par un tribunal d'agir en qualité de membre d'un organe d'administration, de direction ou de surveillance d'un émetteur ou d'intervenir dans la gestion ou la conduite des affaires d'un émetteur au cours des cinq dernières années au moins.

### 14.1.2. Profils des dirigeants

#### **Luca Ascani : Président**

Luca Ascani a débuté sa carrière dans le journalisme, en travaillant notamment pour le journal « Fronte : retro ». Il s'est ensuite construit une solide expérience dans le domaine Internet, et a notamment participé à la création et au développement de la filiale italienne de BuyCentral en 2000 qu'il a dirigée jusqu'en 2004, date à laquelle la société est cédée au groupe Lycos.

Fort de cette expérience, il a ainsi réalisé plusieurs interventions à l'Université de Rome « Tor Vergata » - Ecole d'ingénieur - et à la Rome Business School « Ateneo Impresa » - école orientée sur l'environnement web et les nouveaux médias - en tant que conférencier.

Luca Ascani est également un des actionnaires et co-fondateur de First Tuesday Italy, société dont l'objet est l'organisation de conférences accueillant les principaux dirigeants de sociétés spécialisées dans le monde Internet.

Luca Ascani est également à l'origine en 2002 de la création de ADVance, agence média sur Internet spécialisé dans le Search Engine Marketing. ADVance a été racheté en 2007 par NetBooster, société cotée sur le marché Alternext depuis le mois de juillet 2006.

En juillet 2004, il fonde avec Salvatore Esposito la société GoAdv à Rome, société éditrice d'un réseau de sites à l'échelle européenne

#### **Salvatore Esposito : Directeur Général**

Depuis ses débuts professionnels, Salvatore Esposito a toujours travaillé dans le cadre du monde de l'Internet.

Il a débuté sa carrière en tant que consultant dans une structure publique italienne équivalente à la BDPME, l'I.G. S.p.A. à Rome, et était plus spécifiquement chargé de promouvoir le développement des sites de e-commerce.

Il a ensuite été chargé du développement des ventes ainsi que du développement commercial de la filiale italienne de Buycentral, un comparateur de prix sur Internet (recrutement de sites de e-commerce de premier rang, développement de partenariats, etc.).

A la suite de cette expérience, Salvatore Esposito est entré chez Altavista et était en charge des comptes clés de la filiale italienne d'Altavista tels que Fullsix, Carat Interactive, OMD, eBay et Kelkoo.

Au bout de deux ans, il entre chez ADVance Srl en tant que Directeur Général. ADVance est une agence média sur Internet spécialisé dans le Search Engine Marketing. Depuis le mois de mars 2007, ADVance a été racheté par la société NetBooster, cotée sur le marché Alternext depuis le mois de juillet 2006.

Depuis le mois de juillet 2004, Salvatore Esposito crée, en collaboration avec Luca Ascani, la société GoAdv à Rome, société éditrice d'un réseau de sites à l'échelle européenne

#### **Roberto d'Angelo Directeur Technique**

Diplômé de l'école d'ingénieur de Rome « La Sapienza », Roberto d'Angelo a acquis une solide expérience d'analyste programmeur, entre 1996 et 1999, au sein des sociétés Telesia Sistemi et Auselda AED Group S.p.A.

A partir de juin 1999, Roberto d'Angelo devient Directeur de la création logiciel pour la société Excite.it. Dans le cadre de cette expérience, il encadra une équipe de huit développeurs et fut directement impliqué dans tous les projets de la Société.

A la suite de cette expérience, il est nommé Directeur du département logiciel en 2002, encadrant ainsi six équipes de développeurs (20 personnes) ainsi qu'une équipe de management system (4 personnes), au sein de la société Venere.com, leader de la réservation d'hôtels en ligne.

Depuis septembre 2006, il remplit la fonction de directeur technique au sein de la société GOADV.

#### **Thierry Rabuel : Directeur Administratif et Financier**

Thierry Rabuel est diplômé de l'ESLSCA Paris. Il est également titulaire d'une maîtrise en droit des affaires et d'un DESS en fusion, acquisition et financement.

Il débute sa carrière en 1988 en tant qu'ingénieur d'affaire chez IBM France. Il a notamment la responsabilité, pour les grands comptes industriels de la région Centre, du déploiement de solutions informatiques intégrées et également de leur financement au travers de la filiale IBM France Financement.

En 1992, il rejoint le groupe Crédit Agricole pour prendre en charge le développement de la région Sud-ouest de sa filiale ETICA, filiale spécialisée dans le financement des systèmes informatiques et des réseaux.

En 1997, Thierry Rabuel entame sa carrière internationale à Houston afin d'occuper la fonction de Chief Financial Officer au sein d'une structure de Private Equity pour laquelle il participe à de nombreuses opérations de haut de bilan (LBO, IPO) et de financement.

Puis, à partir de 2005, c'est en tant que consultant, qu'il accompagne de petites et moyennes entreprises dans des opérations de M&A. Enfin, en 2007, il rejoint la société GOADV au poste de Directeur Administratif et Financier.

#### **14.2. Conflits d'intérêts au niveau des organes d'administration, de direction et de surveillance et de la direction générale**

A la connaissance de la Société, il n'existe pas de conflit entre les intérêts privés des administrateurs de la Société et l'intérêt social.

Aucun pacte d'actionnaires n'a été formé par les actionnaires de la Société.

Aucun arrangement ou accord n'a été conclu avec l'un des principaux actionnaires, l'un des clients, l'un des fournisseurs ou autres, en vertu duquel l'une de ces personnes aurait été sélectionnée en tant que membre d'un organe d'administration, de direction ou de surveillance ou en tant que membre de la direction générale.

## 15. REMUNERATION ET AVANTAGES

### 15.1. Rémunérations et avantages en nature attribués pour le dernier exercice clos aux administrateurs et dirigeants de la Société

Au titre de l'exercice 2006, les rémunérations allouées aux membres du conseil d'administration et aux dirigeants de la Société au titre de l'exercice de leurs fonctions sociales sont les suivantes :

Dirigeants et administrateurs	Fonction	Rémunération brute annuelle	Avantage en nature	Global	Jetons de présence
Luca ASCANI	Administrateur - Président du Conseil d'Administration	4 000 €	0 €	4 000 €	0 €
Salvatore Esposito	Administrateur - Directeur Général	78 000 €	0 €	78 000 €	0 €
Stéphane VAIS	Administrateur	0 €	0 €	0 €	0 €
Adelandre Conseil & Investissement SARL Représentée par Stéphane DARRACQ	Administrateur	0 €	0 €	0 €	0 €

L'Assemblée Générale n'a pas alloué aux administrateurs de rémunération sous forme de jetons de présence.

Il n'existe aucune prime d'arrivée ni aucun régime de retraite complémentaire au bénéfice des mandataires sociaux ou des administrateurs.

En outre, il n'existe aucune prime de départ prévue au bénéfice des mandataires sociaux ou des administrateurs.

### 15.2. Options de souscription ou d'achat d'actions consenties aux mandataires sociaux et options levées par ces derniers

Néant

### 15.3. Bons de souscription d'actions et actions gratuites consenties aux mandataires sociaux et exercice des bons par ces derniers

L'Assemblée Générale Extraordinaire des actionnaires, réunie en date du 14 juin 2007, a autorisé le Conseil à procéder à l'attribution d'actions gratuites au profit des dirigeants, membres du personnel salarié de la Société et des sociétés qui lui sont liées, dans la limite de 300 000 actions.

A ce jour, aucune action gratuite n'a été attribuée aux mandataires sociaux. Il a cependant été prévu de convoquer un conseil afin de décider de l'attribution d'environ 86 % de l'enveloppe décidée par l'assemblée générale du 14 juin 2007 au profit de dirigeants et de l'ensemble des salariés de la Société.



#### 15.4. Participations

Participations des dirigeants et mandataires sociaux au capital de GOADV :

Mandataires sociaux et dirigeants	Fonction	Participation au capital au 15 juin 2007	Titres donnant accès au capital au 15 juin 2007
Luca ASCANI	Administrateur Président du Conseil d'Administration	18,9%	Néant
Salvatore Esposito	Administrateur Directeur Général	18,9%	Néant
Stéphane VAIS	Administrateur	0,2%	Néant
Adelandre Conseil & Investissement SARL Représentée par Stéphane DARRACQ	Administrateur	0,3%	Néant

#### 15.5. Prêts et garanties accordés ou constitués en faveur des membres des organes d'administration, de direction ou de surveillance de la Société

Néant

#### 15.6. Sommes provisionnées ou constatées par la Société aux fins de versement de pensions, de retraite ou d'autres avantages

La Société a provisionné une somme de 27,8 K€ afin de couvrir les indemnités de départ du personnel de la société italienne.

## 16. FONCTIONNEMENT DES ORGANES D'ADMINISTRATION ET DE DIRECTION

GOADV est une société anonyme à Conseil d'Administration.

### 16.1. Direction de la Société

#### **Exercice de la Direction Générale de la Société**

La Société est représentée à l'égard des tiers par Monsieur Luca ASCANI, Président du Conseil d'Administration, ainsi que par Monsieur Salvatore ESPOSITO, Directeur Général de la Société.

#### **Mandat des administrateurs**

Le tableau ci-dessous indique la composition du Conseil d'administration de la Société à la date du présent document ainsi que les principales informations relatives aux mandataires sociaux.

Nom	Fonction	Date de première nomination	Date d'échéance du mandat
Luca ASCANI	Administrateur - Président du Conseil d'Administration	14 juin 2007	AGO statuant sur les comptes clos au 31/12/2012
Salvatore Esposito	Administrateur - Directeur Général	14 juin 2007	AGO statuant sur les comptes clos au 31/12/2012
Stéphane VAIS	Administrateur	14 juin 2007	AGO statuant sur les comptes clos au 31/12/2012
Adelandre Conseil & Investissement SARL Représentée par Stéphane DARRACQ	Administrateur	14 juin 2007	AGO statuant sur les comptes clos au 31/12/2012

### 16.2. Contrats entre les administrateurs et la Société

Néant

### 16.3. Comités d'audit et de rémunération

Le Conseil d'Administration n'a pas prévu la création de tels comités, il estime en effet que la taille de sa structure ne requiert pas, pour le moment, la mise en place de ces comités.

### 16.4. Gouvernement d'entreprise

La Société entend, concomitamment à l'admission aux négociations de ses titres sur le marché Alternext, mettre en place certaines mesures de gouvernement d'entreprise.

La Société souhaite ainsi se conformer aux recommandations applicables en matière de gouvernement d'entreprise en France, en adaptant toutefois ces recommandations à sa taille.

✓ **Comités spécialisés**

Compte tenu de sa taille modeste, la Société n'entend pas, pour le moment, mettre en place de comités spécialisés.

✓ **Censeurs (article 22 des statuts)**

L'assemblée générale ordinaire peut nommer un ou plusieurs censeurs, personnes physiques ou morales, choisies parmi les actionnaires. Le nombre de censeurs ne peut excéder cinq.

La durée de leurs fonctions est de six ans. Les fonctions d'un censeur prennent fin à l'issue de l'assemblée générale ordinaire ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expire son mandat.

Les censeurs sont indéfiniment rééligibles, ils peuvent être révoqués à tout moment par décision de l'assemblée générale.

Les censeurs assistent aux séances du conseil d'administration avec voix consultative.

Ils peuvent percevoir une rémunération prélevée sur le montant des jetons de présence alloués aux membres du conseil d'administration.

## 16.5. Contrôle interne

Dans le cas où la Société déciderait de faire appel public à l'épargne, et conformément à la réglementation, GOADV procéderait alors à la réalisation d'un rapport sur le contrôle interne.

## 17. SALARIES

### 17.1. Effectifs

L'effectif de GOADV se portait à 29 personnes au 31 décembre 2006, et à 49 personnes au 31 mai 2007.

	31 décembre 2006
GoAdv Srl (Rome) *	22
GoAdvertising Ltd (Dublin)	20
Go2Tracks	7
GoAdvertising SA	0
<b>Total</b>	<b>49</b>

\* GoAdv Srl dispose par ailleurs de 11 salariés en contrat d'apprentissage

L'évolution du nombre de salariés suit la croissance et le développement général de l'entreprise, avec une affectation différente selon les périodes en fonction des priorités de développement de GOADV.

Courant 2005, GOADV accroît ses effectifs sur la partie commerciale portant ainsi ses effectifs totaux à 22 personnes en fin d'exercice, et ce afin de soutenir la croissance de son activité. La société a procédé à de nouveaux recrutements et modifié son organisation durant cette période. Un poste de manager marketing affecté à chaque pays a ainsi été créé début 2006, chacun d'entre eux ayant pour responsabilité la gestion nationale d'une campagne publicitaire et la direction éditoriale du site du pays de référencement.

Toujours 2006, une attention particulière est placée sur la technologie. L'équipe technique passe de 6 à 18 personnes en quelques mois, dont un professionnel de grande qualité et fort d'une longue expérience engagé en tant que responsable de la section technique, M. Roberto D'Angelo.

Enfin, depuis le début de l'année 2007, au-delà du renforcement régulier des équipes commerciales et techniques, une nouvelle équipe éditoriale internationale de 10 personnes a été constituée, entièrement dédiée à la création, la mise à jour et l'amélioration du contenu éditorial du réseau.

Aujourd'hui, la répartition des effectifs par fonction est la suivante :

	31 mai 2007
Direction	2
Département technique	17
Recherche et développement	6
Commercial et Marketing	19
Finance	5
<b>Total</b>	<b>49</b>

Au niveau contractuel, les salariés du Groupe bénéficient des règlements et conditions de travail applicables dans chacun des pays concernés (Italie et Irlande).

Il convient de signaler que les effectifs italiens de la Société comprennent une part non négligeable de contrat de type « apprentissage », notamment en ce qui concerne l'entité de Pise consacrée aux développements techniques. Le Groupe bénéficie ainsi de conditions salariales avantageuses sur ces effectifs toutefois particulièrement qualifiés.

L'entité irlandaise profite elle de la souplesse de la réglementation applicable dans le pays, notamment en ce qui concerne les évolutions des effectifs, dans le respect des dispositions selon le Terms of Employment Act de 1994.

## 17.2. Intéressement

### 17.2.1. Contrats d'intéressement et de participation

A la date d'enregistrement du présent document, il n'existe aucun contrat d'intéressement ou de participation des salariés.

### 17.2.2. Options de souscription et d'achat d'actions consenties

Néant

### 17.2.3. Bons de souscription d'actions

L'Assemblée Générale Extraordinaire des actionnaires, réunie en date du 14 juin 2007, a autorisé le Conseil à procéder à l'attribution de bons de souscription d'actions au profit de personnes dénommées, représentant au total 2,5 % du capital social de la Société à l'issue de l'augmentation de capital réalisée en date du 27 juillet 2007.

Les BSA doivent chacun donner droit à la souscription d'une action ordinaire de la Société d'une valeur nominale de 0,04 euros.

Les caractéristiques principales des BSA sont les suivantes :

- prix payé pour la souscription de la totalité des BSA : 10 euros,
- prix de souscription d'une action lors de l'exercice d'un BSA : le prix d'émission des actions émises dans le cadre de l'augmentation de capital réalisée en date du 27 juillet 2007, soit 5,35 euros.

Ainsi le Conseil d'administration du 27 juillet 2007 a décidé d'émettre 160 880 BSA aux bénéficiaires suivants :

- Carlo Alberto Brovero 128 704 BSA
- Antonio Esposito 32 176 BSA

### 17.2.4. Attribution d'actions gratuites

L'Assemblée Générale Extraordinaire des actionnaires, réunie en date du 14 juin 2007, a autorisé le Conseil à procéder à l'attribution d'actions gratuites au profit des dirigeants, membres du personnel salarié de la Société et des sociétés qui lui sont liées, dans la limite de 300 000 actions.

A ce jour, aucune action gratuite n'a été attribuée aux mandataires sociaux. Il a cependant été prévu de convoquer un conseil afin de décider de l'attribution d'environ 86 % de l'enveloppe décidée par l'assemblée générale du 14 juin 2007 au profit de dirigeants et de l'ensemble des salariés de la Société.

## 18. PRINCIPAUX ACTIONNAIRES

### 18.1. Répartition du capital et des droits de vote

Au 15 juin 2007, l'actionariat de GOADV se présentait ainsi :

Actionnaires	Nombre de titres	% de détention	Nombre de droits de vote	% de droits de vote
Luca Ascani	1 020 250	18,9%	1 020 250	18,9%
Salvatore Esposito	1 020 250	18,9%	1 020 250	18,9%
Génius SA	3 294 000	61,0%	3 294 000	61,0%
Autres actionnaires	65 500	1,2%	65 500	1,2%
<b>TOTAL</b>	<b>5 400 000</b>	<b>100,0%</b>	<b>5 400 000</b>	<b>100,0%</b>

### 18.2. Droits de vote des principaux actionnaires

Un droit de vote double de celui conféré aux autres actions a été instauré à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il est justifié d'une inscription nominative, depuis deux ans au moins, au nom du même actionnaire.

### 18.3. Contrôle de l'émetteur

A la date d'enregistrement du présent document, la Société est principalement détenue par :

- Luca Ascani qui détient 18,9 % du capital et des droits de vote
- Salvatore Esposito qui détient 18,9 % du capital et des droits de vote
- Génius SA qui détient 61 % du capital et des droits de vote

### 18.4. Pacte d'actionnaires et actions de concert

A la date d'établissement du présent document, aucun pacte d'actionnaire n'a été formé entre les actionnaires.

A noter toutefois que les autres actionnaires, à savoir :

- Stéphane Vais
- Pascal Chevalier
- Gabriele Bartolucci
- Angelo Costa Holding Etve S.L.
- Adelandre Conseil et Investissement SARL

Se sont engagés à :

- conserver la totalité de leurs actions pendant une période de 12 mois à compter du 14 juin 2007, soit jusqu'au 14 juin 2008 ;
- conserver 50 % de leurs actions pendant une période de 12 mois soit du 14 juin 2008 au 14 juin 2009.

## 19. OPERATIONS AVEC DES APPARENTES

Une convention de prestations de services a été mise en place le 2 janvier 2007 entre GoAdv Srl et GoAdvertisign Ltd.

GoAdv Srl s'emploie à gérer les campagnes publicitaires au niveau technique (implantation des campagnes publicitaires, développement et optimisation / implantation du CMS qui sera utilisé par GoAdvertising Ltd, implantation des partenaires commerciaux de GoAdvertising Ltd au sein du réseau et gestion les serveurs hôtes des sites faisant parties du réseau).

Pour l'ensemble de ces prestations, GoAdvertising s'engage à verser mensuellement une somme de 100 000 euros à GoAdv Srl.

## 20. INFORMATIONS FINANCIERES CONCERNANT LE PATRIMOINE, LA SITUATION FINANCIERE ET LES RESULTATS DE L'EMETTEUR

### 20.1. Comptes sociaux de GoAdv S.A.

En raison de la date de création de GoAdv S.A. le 23 mai 2007, la présentation de comptes sociaux n'apporterait aucune information complémentaire à la compréhension de l'évolution des activités et de la situation financière du Groupe.

### 20.2. Informations financières pro forma aux 31 décembre 2005 et 31 décembre 2006

L'information financière pro forma est composée d'un bilan consolidé pro forma, d'un compte de résultat consolidé pro forma, d'un tableau de flux de trésorerie consolidé et de notes annexes.

Les conventions et hypothèses ayant servi à l'établissement de l'information financière pro forma sont présentées au paragraphe 20.2.5.

#### 20.2.1. Bilan consolidé pro forma- Actif

En €

ACTIF	Notes	Valeurs Brutes	Amortissements Dépréciation	Valeurs Nettes 2006	Valeurs Nettes 2005
<b>Actif immobilisé</b>					
Ecarts d'acquisition	1	217 380		217 380	0
Immobilisations incorporelles	2	3 680	1 227	2 453	0
Immobilisations corporelles	3	82 955	12 887	70 068	25 869
Immobilisations financières		3 710		3 710	
<b>Total Actif Immobilisé</b>		<b>307 725</b>	<b>14 114</b>	<b>293 611</b>	<b>25 869</b>
<b>Actif circulant</b>					
Créances clients	4	1 960 060	14 016	1 946 044	1 185 705
Autres créances et comptes de régularisation	5	198 274		198 274	169 437
Impôts différés		4 055		4 055	574
Disponibilités	6	1 254 438		1 254 438	809 155
<b>Total Actif Circulant</b>		<b>3 416 827</b>	<b>14 016</b>	<b>3 402 811</b>	<b>2 164 871</b>
<b>TOTAL</b>		<b>3 724 552</b>	<b>28 130</b>	<b>3 696 422</b>	<b>2 190 740</b>



20.2.2. Bilan consolidé pro forma - Passif

En €

PASSIF	Notes	31.12.2006	31.12.2005
Capital social		216 000	10 000
Prime d'émission		21 000	
Réserves consolidées			259
<b>Part du groupe dans les résultats</b>		<b>515 513</b>	<b>184 938</b>
<b>Capitaux propres - Part groupe</b>	<b>7</b>	<b>752 513</b>	<b>195 197</b>
Intérêts minoritaires / réserves		11 267	
Intérêts minoritaires / résultats		12 408	
<b>Intérêts minoritaires</b>	<b>7</b>	<b>23 675</b>	<b>0</b>
<b>Provisions pour risques et charges</b>	<b>8</b>	<b>27 862</b>	<b>5 838</b>
Concours bancaires courants	6	237 554	
Dettes fournisseurs	9	2 165 764	1 840 756
Dettes fiscales et sociales	9	485 139	143 949
Dettes diverses	9	3 915	5 000
<b>Total Dettes</b>		<b>2 892 372</b>	<b>1 989 705</b>
<b>TOTAL</b>		<b>3 696 422</b>	<b>2 190 740</b>

20.2.3. *Compte de résultat consolidé pro forma*

En €

<b>COMPTE DE RESULTAT PRO FORMA</b>	<b>Notes</b>	<b>2006</b>	<b>2005</b>
<b>PRESTATIONS DE SERVICES VENDUS</b>		<b>9 864 010</b>	<b>4 742 352</b>
Achats d'espace publicitaires		-7 051 937	-2 898 355
Autres achats et charges externes		-1 463 301	-1 387 443
Charges de personnel		-653 191	-99 484
Impôts et taxes		-4 519	-2 173
Dotations amort. et prov. d'exploit.		-47 009	-14 262
<b>TOTAL CHARGES D'EXPLOITATION</b>		<b>-9 219 957</b>	<b>-4 401 717</b>
<b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>		<b>644 053</b>	<b>340 635</b>
<b>RESULTAT FINANCIER</b>	<b>10</b>	<b>118 607</b>	<b>-31 395</b>
<b>RESULTAT EXCEPTIONNEL</b>	<b>11</b>	<b>-7 522</b>	<b>-2 434</b>
Impôts sur les bénéfices		-226 108	-121 677
Impôts différés		-1 109	-191
<b>RESULTAT NET DES SOCIETES INTEGREES</b>		<b>527 921</b>	<b>184 938</b>
Dotations nettes aux amortissements sur écart d'acquisition		0	0
<b>RESULTAT DE L'ENSEMBLE CONSOLIDE</b>		<b>527 921</b>	<b>184 938</b>
<b>RESULTAT - PART DES MINORITAIRES</b>		<b>12 408</b>	<b>0</b>
<b>RESULTAT - PART DU GROUPE</b>		<b>515 513</b>	<b>184 938</b>

20.2.4. Tableau de flux de trésorerie consolidé pro forma

En €

<b>FLUX DE TRESORERIE PRO FORMA</b>	<b>2006</b>	<b>2005</b>
<b>OPERATIONS D'EXPLOITATION</b>		
<b>Résultat consolidé net pro forma</b>	<b>515 513</b>	<b>184 938</b>
Part des minoritaires dans le résultat	12 408	0
Elimination des charges et produits sans incidence sur la trésorerie ou non liés à l'exploitation :		
Amortissements et provisions	38 966	14 261
Variation impôts différés	1 109	191
<b>Capacité d'autofinancement</b>	<b>567 996</b>	<b>199 390</b>
Incidence de la variation des décalages de trésorerie sur opérations		
Créances d'exploitation	(794 650)	(788 815)
Dettes d'exploitation	665 113	1 269 116
<b>I. Flux de trésorerie provenant de l'exploitation</b>	<b>438 459</b>	<b>679 691</b>
<b>OPERATIONS D'INVESTISSEMENTS</b>		
Acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles	(70 120)	(28 515)
Acquisition d'immobilisations financières	(3 710)	0
<b>Total des acquisitions</b>	<b>(73 830)</b>	<b>(28 515)</b>
<b>Total des cessions</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Trésorerie affectée aux acquisitions et cessions de filiales</b>	<b>(393 900)</b>	<b>0</b>
<b>II. Flux de trésorerie affectés aux opérations d'investissement</b>	<b>(467 730)</b>	<b>(28 515)</b>
<b>OPERATIONS DE FINANCEMENT</b>		
Dividendes distribués aux associés de la mère		
Dividendes distribués aux minoritaires		
Augmentation des capitaux propres	237 000	0
<b>III. Flux de trésorerie provenant des opérations de financement</b>	<b>237 000</b>	<b>0</b>
<b>Variation de trésorerie</b>	<b>207 729</b>	<b>651 176</b>
<b>Trésorerie à l'ouverture</b>	<b>809 155</b>	<b>157 979</b>
<b>Trésorerie nette à la clôture</b>	<b>1 016 884</b>	<b>809 155</b>

## 20.2.5. Notes annexes à l'information financière pro forma non auditée au 31 décembre 2006

### Contexte et hypothèses d'établissement de l'information financière pro forma non auditée

L'information financière pro forma non auditée a été établie afin de présenter l'activité et le patrimoine du groupe GoAdv SA au 31 décembre 2006 et de l'exercice clos à cette date, en réputant, au 1er janvier 2006, les opérations juridiques survenues en 2007.

Ces opérations concernent :

- la création au cours du deuxième semestre 2006 de la société GoAdv Ltd installée en Irlande, qui a contractuellement repris l'activité de la société italienne GoAdv S.R.L. GoAdv Ltd a, fin avril 2007, racheté 94% du capital de la société italienne sur la base de la valeur des fonds propres au 31 décembre 2005.
- la création d'une société française, au capital de 37 000 €, dénommée GO ADVERTISING SAS en date du 23 mai 2007,
- l'acquisition par GO ADVERTISING SAS de 100% de GoAdv Ltd le 5 juin 2007.
- l'augmentation de capital de la SAS GO ADVERTISING par incorporation de comptes courants de ses associés, préalablement à sa transformation en société anonyme par décision de l'assemblée générale mixte du 14 juin 2007. A cette occasion, le nom de la société française est devenu GoAdv SA.

L'information financière pro forma non auditée n'est pas nécessairement représentative de la situation financière et de la performance qui auraient été observées si les opérations juridiques avaient lieu au 1er janvier 2006.

Cette information financière pro forma non auditée est destinée à être publiée dans le cadre de la procédure d'admission des titres de la société GoAdv SA sur le marché Alternext organisé par EURONEXT Paris SA à la suite d'un placement privé.

L'information financière pro forma non auditée a été préparée à partir :

- des comptes de la société GoAdv S.R.L. au 31 décembre 2006,
- des comptes de la société GoAdv Ltd au 31 décembre 2006
- des comptes sociaux pro forma de la société GoAdv SA au 31 décembre 2006, incluant essentiellement le capital social et le financement de l'acquisition de GoAdv Ltd.

Le référentiel comptable retenu pour l'établissement de l'information financière pro forma est celui des principes de consolidation généralement admis en France tels que définis par le règlement CRC 99-02. Cependant, compte tenu de leur nature conventionnelle, les écarts d'acquisition n'ont pas été amortis. L'application des conventions a conduit à présenter en comparatif au titre de l'exercice 2005, les comptes sociaux de GoAdv SRL retraités des charges à étaler.

Par hypothèse, les périmètres de consolidation pro forma sont les suivants :

Entité	2006		2005	
	% de contrôle	% d'intérêt	% de contrôle	% d'intérêt
GoAdv France	Mère	100 %		
GoAdv Ltd	100 %	100%		
GoAdv SRL	94 %	94 %	Mère	100 %
Go2Tracks SRL	0 %	0%	0%	0%

La société Go2tracks n'a pas été incluse dans le périmètre pro forma en raison de sa date de création.

Les comptes des sociétés incluses dans le champ de la consolidation pro forma ont été préalablement retraités afin d'assurer l'homogénéité des méthodes comptables pour l'ensemble des sociétés du groupe. Les opérations et les résultats internes ont été éliminés et les impositions différées récurrentes prises en compte.

### **Brève présentation de l'activité**

GoAdv est un acteur sur le marché européen de la publicité sur Internet. A cet effet, la Société dispose d'un modèle original et atypique qui apporte à d'autres acteurs de la filière ou à des annonceurs un trafic Internet.

Grâce de puissants outils commerciaux, marketing et techniques, GoAdv capte du trafic Internet qu'elle conduit sur des sites propriétaires portails ou verticaux qu'elle édite et diffuse dans différentes langues. L'objectif est alors d'informer ou de guider les internautes dans leurs décisions d'achats. Grâce à des liens sophistiqués, GoAdv guide alors les visiteurs vers les sites de sociétés ou vers les sites marchands de ses clients.

GoAdv est rémunéré pour le trafic qu'elle apporte à ses clients en fonction de la qualité de celui-ci. Cette performance se mesure et se rétribue selon une échelle allant de la simple visite – le « clic » - sur un site jusqu'à la réalisation effective d'une vente.

### **Immobilisations incorporelles**

Les logiciels achetés sont amortis sur trois ans.

### **Immobilisations corporelles**

Les immobilisations corporelles sont évaluées à leur coût d'acquisition ou à leur valeur d'apport. L'amortissement est calculé selon le mode linéaire en fonction de la durée de vie estimée de chaque catégorie d'immobilisations. S'agissant essentiellement de matériels informatiques et mobilier et agencements, les durées d'amortissements sont comprises entre 5 et 10 ans.

### **Principe de reconnaissance du revenu**

Le chiffre d'affaires est constaté mensuellement sur la base de relevés mensuels établis par les clients en fonction de la qualité et du volume de trafic généré après rapprochement des suivis internes.

### **Opérations en devises**

Les transactions libellées en devises étrangères sont enregistrées pour leur contrevalet au cours de la date de l'opération. Lors du règlement, la différence constatée entre le cours historique de la transaction et le cours au jour du règlement est constatée en compte de résultat en résultat financier. En fin d'exercice, les actifs et passifs libellés en devises étrangères sont convertis au cours de change en vigueur à la date de clôture des comptes.

### **Charges et produits financiers**

Les charges et produits financiers correspondent essentiellement aux pertes et profits de change constatés à l'occasion du règlement des dettes fournisseurs (notamment Google), lesquelles sont généralement facturées en US\$.

### **Impôts**

Les taux et bases d'imposition relevés dans les différents pays où le groupe est implanté peuvent être résumés comme suit :

- Les impôts italiens sont calculés au taux actuel de 33 % sur la base du résultat fiscal et au taux actuel de 5,25 % sur une base assimilable à la valeur ajoutée.
- Les impôts irlandais sont calculés sur le bénéfice avant impôt au taux actuel de 12,5 %.
- Les impôts français sont calculés au taux actuel de 33,33%.

### **Note 1 Ecarts d'Acquisition**

Ce poste a évolué comme suit :

	Valeur brute	Amortissements	Valeur nette
<b>Au 31 décembre 2005</b>	-	-	-
GoAdv Ltd	199 900		199 900
GoAdv S.R.L	17 480		17 480
<b>Au 31 décembre 2006</b>	<b>217 380</b>	-	<b>217 380</b>

Les écarts d'acquisition constatés à l'occasion de la consolidation pro forma des entités irlandaises et italiennes n'ont pas été amortis. En effet, les acquisitions de titres étant "anticipées " pour les besoins de la consolidation pro forma, les montants calculés n'ont pas de signification économique.

### **Note 2 Immobilisations Incorporelles**

Evolution des immobilisations incorporelles - Valeurs brutes

	Logiciels	Autres immo. incorporelles	TOTAL
<b>Au 31/12/2005</b>	-	-	-
Acquisitions	3 680		3 680
Cessions	-	-	-
<b>Au 31/12/2006</b>	<b>3 680</b>	-	<b>3 680</b>

Evolution des immobilisations incorporelles – Amortissements

	Logiciels	Autres immo. incorporelles	TOTAL
<b>Au 31/12/2005</b>	-	-	-
Amortissements	1 227	-	1 227
Sorties			-
<b>Au 31/12/2006</b>	<b>1 227</b>	-	<b>1 227</b>

Les logiciels acquis sont amortis sur trois ans.

#### **Immobilisations Incorporelles Nettes :**

	Valeurs brutes	Amortissements et Provisions	Valeurs Nettes 31/12/2006	Valeurs Nettes 31/12/2005
Logiciels	3 680	1 227	2 453	-
Autres immo. incorporelles	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>3 680</b>	<b>1 227</b>	<b>2 453</b>	-

### **Note 3 Immobilisations Corporelles**

Evolution des immobilisations corporelles - Valeurs brutes

	<b>Informatique</b>	<b>Mobilier Agencements</b>	<b>Avances et acomptes</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Au 31/12/2005</b>	<b>20 285</b>	<b>8 230</b>		<b>28 515</b>
Acquisitions	37 705	16 735		54 440
Cessions	-			-
<b>Au 31/12/2006</b>	<b>57 990</b>	<b>24 965</b>		<b>82 955</b>

Evolution des immobilisations corporelles – Amortissements et provisions

	<b>Informatique</b>	<b>Mobilier Agencements</b>	<b>Avances et acomptes</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Au 31/12/2005</b>	<b>2 029</b>	<b>617</b>		<b>2 646</b>
Dotation	7 827	2 414		10 241
Sorties				
<b>Au 31/12/2006</b>	<b>9 856</b>	<b>3 031</b>		<b>12 887</b>

**Immobilisations Corporelles Nettes :**

	<b>Valeurs brutes</b>	<b>Amortissements et Provisions</b>	<b>Valeurs Nettes 31/12/2006</b>	<b>Valeurs Nettes 31/12/2005</b>
Informatique	57 990	9 856	48 134	18 256
Mobilier, Agencements	24 965	3 031	21 934	7 613
Avances et acomptes			-	
<b>Total</b>	<b>82 955</b>	<b>12 887</b>	<b>70 068</b>	<b>25 869</b>

Immobilisations Corporelles

Les immobilisations corporelles sont évaluées à leur coût d'acquisition. L'amortissement est calculé selon le mode linéaire en fonction de la durée de vie estimée de chaque catégorie d'immobilisations. S'agissant essentiellement de matériels informatiques et mobilier et agencements, les durées d'amortissements sont comprises entre 5 et 10 ans.

**Note 4 Créances d'Exploitation**

	2006	2005
Créances clients et comptes rattachés	1 960 060	1 193 647
Dépréciation	14 016	8 542
<b>Créances clients nettes</b>	<b>1 946 044</b>	<b>1 185 105</b>

Les créances sont d'échéance inférieure à un an. Une provision est constituée pour couvrir les risques de non recouvrement avérés.

**Note 5 Autres Créances et Comptes de Régularisation**

	2006	2005
Créances fiscales	183 576	143 018
Débiteurs divers	8 193	3 261
Compte de régularisation	6 505	23 158
<b>Valeur brute</b>	<b>198 274</b>	<b>169 437</b>
Dépréciation		
<b>Valeur nette</b>	<b>198 274</b>	<b>169 437</b>



**Note 6 Dettes Financières**

	2006	2005
<b>Comptes bancaires créditeurs</b>	237 554	-
<b>DETTES FINANCIERES</b>	<b>237 554</b>	
<b>OPCVM</b>	<b>40 910</b>	<b>492 286</b>
<b>Disponibilités</b>	<b>1 213 528</b>	<b>316 869</b>
<b>TRESORERIE</b>	<b>1 254 438</b>	<b>809 155</b>
<b>TRESORERIE NETTE</b>	<b>1 016 884</b>	<b>809 155</b>

Répartition de la trésorerie nette pro forma

	2006			2005		
	Trésorerie	Découverts bancaires	Trésorerie nette	Trésorerie	Découverts bancaires	Trésorerie nette
France	37 500		37 500			
Irlande	37 787	194 000	- 156 213			
Italie	1 179 151	43 554	1 135 597	809 155	-	809 155
<b>Total</b>	<b>1 254 438</b>	<b>237 554</b>	<b>1 016 884</b>	<b>809 155</b>	<b>-</b>	<b>809 155</b>

**Note 7 Variation des Capitaux Propres Consolidés pro forma**

	Capital	Prime d'émission	Réserves consolidées	Résultat de l'exercice	Capitaux propres Groupe	Intérêts Minoritaires
<b>Situation nette au 31/12/2005</b>	<b>10 000</b>		<b>259</b>	<b>184 938</b>	<b>195 197</b>	<b>-</b>
Augmentation de capital	216 000	21 000			<b>237 000</b>	
Affectation résultat 2005			184 938	- 184 938	-	
Effet changement de société mère	- 10 000		- 185 197		<b>- 195 197</b>	11 267
Résultat 2006 Part du groupe				515 513	<b>515 513</b>	12 408
					-	
<b>Situation nette au 31/12/2006</b>	<b>216 000</b>	<b>21 000</b>	<b>-</b>	<b>515 513</b>	<b>752 513</b>	<b>23 675</b>

La situation nette consolidée pro forma présentée au 31 décembre 2005 correspond aux capitaux propres de GoAdv SRL à cette date, retraités des charges à étaler.

La situation nette consolidée pro forma présentée au 31 décembre 2006 correspond au cumul du capital social de GoAdv SA et du résultat consolidé pro forma.

**Note 8** Provisions pour Risques et Charges

	2005	Dotations	Reprises	2006
Prov. pour impôts différés				
Prov. pour pensions et charges ass.	5 838	30 067	8 043	<b>27 862</b>
<b>Provisions pour risques et charges</b>	<b>5 838</b>	<b>30 067</b>	<b>8 043</b>	<b>27 862</b>

Les provisions pour risques et charges correspondent à un fonds destiné à couvrir les indemnités à verser aux salariés de la société italienne lorsqu'ils quittent leur société.

**Note 9** Dettes d'Exploitation et autres dettes

	2006	2005
Dettes fournisseurs et comptes rattachées	2 165 764	1 840 756
Dettes fiscales et sociales	368 208	126 835
Dettes sociales	116 931	17 114
Autres	3 915	5 000
<b>Dettes d'exploitation &amp; autres dettes</b>	<b>2 654 818</b>	<b>1 989 705</b>

Les dettes d'exploitation sont d'échéance inférieure à un an.

**Note 10** Résultat financier

	2006	2005
Résultat de change	118 496	- 33 696
Autres	111	2 301
<b>Résultat financier</b>	<b>118 607</b>	<b>- 31 395</b>

**Note 11** Résultat exceptionnel

	2006	2005
Charges nettes sur exercices antérieurs	- 7 522	
Divers		- 2 434
<b>Résultat exceptionnel</b>	<b>- 7 522</b>	<b>- 2 434</b>

*20.2.6. Rapport du Commissaire aux comptes sur les informations financières pro forma aux 31 décembre 2005 et 31 décembre 2006*

Monsieur le Président du Conseil d'Administration,

En tant que commissaire aux comptes de la société GoAdv SA, vous nous avez demandé d'examiner les informations financières pro forma aux 31 décembre 2005 et 31 décembre 2006, telles qu'elles figurent au paragraphe 20.2 du document d'information, établi à l'occasion de l'admission de la totalité des actions de Goadv SA sur Alternext à la suite d'un placement privé.

Ces informations financières pro forma ont été établies sous votre responsabilité à partir des comptes et hypothèses décrits dans les notes annexes et qui ont fait l'objet, de notre part, d'un examen limité selon les normes professionnelles applicables en France. Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences limitées conduisant à une assurance, moins élevée que celle résultant d'un audit, que ces comptes ne comportent pas d'anomalies significatives.

Nous avons effectué notre examen des informations financières pro forma selon les normes professionnelles applicables en France. Ces normes requièrent une évaluation des procédures mises en place pour le choix des conventions et l'établissement des informations financières pro forma ainsi que la mise en œuvre des diligences permettant d'apprécier si les conventions retenues sont cohérentes, de vérifier la traduction chiffrée de ces dernières et de s'assurer de la conformité des méthodes comptables utilisées avec le référentiel CRC 99-02, à l'exception des points décrits au paragraphe 20.2.5.

Les informations financières pro forma ont vocation à traduire l'effet sur des informations financières historiques de la réalisation, à une date antérieure à sa survenance réelle ou raisonnablement envisagée, d'une opération ou d'un événement donné. Elles ne sont toutefois pas nécessairement représentatives de la situation financière ou des performances qui auraient été constatées si l'opération ou événement était survenu à une date antérieure à celle de sa survenance réelle ou envisagée.

Sur la base de notre examen, nous n'avons pas relevé d'élément de nature à remettre en cause le caractère raisonnable des conventions retenues pour présenter les effets au 1er janvier 2006 de la prise de contrôle par Goadv SA en 2007 des entités étrangères dans les informations financières pro forma, leur traduction chiffrée et la conformité des méthodes comptables utilisées avec le référentiel CRC 99-02, à l'exception des points décrits au paragraphe 20.2.5.

Ce rapport est émis aux seules fins du placement privé réservé à des investisseurs qualifiés et ne peut être utilisé dans un autre contexte.

Neuilly sur Seine, le 22 juin 2007,

Le commissaire aux comptes  
Deloitte & Associés

Philippe Canel  
Associé

### **20.3. Politique de distribution des dividendes**

La Société a été créée le 23 mai 2007. Aucune distribution de dividendes n'est donc intervenue.

Pour les exercices futurs, la politique de distribution de dividendes de la Société dépendra de ses résultats et de l'appréciation des moyens nécessaires pour assurer son développement.

### **20.4. Procédures judiciaires et d'arbitrage**

Néant

### **20.5. Changement significatif de la situation financière ou commerciale**

Néant

## 21. INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES

### 21.1. Capital Social

#### 21.1.1. Conditions auxquelles les statuts soumettent les modifications du capital et des droits attachés aux actions (articles 7 et 9 des statuts)

##### Capital social

Le capital social est fixé à la somme de 257 409,28 €.

Il est divisé en 4 635 232 actions de 0,04 € de valeur nominale chacune, de même catégorie, entièrement souscrites et libérées, toutes de même catégorie.

##### Augmentation de capital

Le capital social est augmenté par tous moyens et selon les procédures prévues par les dispositions légales et réglementaires en vigueur.

Les actionnaires ont, proportionnellement au montant de leurs actions, un droit de préférence à la souscription des actions de numéraire émises pour réaliser une augmentation de capital. Les actionnaires peuvent renoncer à titre individuel à leur droit préférentiel.

##### Capital autorisé non émis

Le tableau ci-dessous synthétise l'ensemble des résolutions d'émission prises par l'Assemblée Générale des actionnaires le 14 juin 2007, et dont bénéficie la Société à cette date.

Date de l'Assemblée Générale	N° des résolutions	Nature de la délégation	Montant nominal maximum autorisé	Durée de la délégation
14/06/2007	5-6	Délégation de compétence au Conseil d'administration a l'effet de décider d'une ou plusieurs augmentations de capital en numéraire par émission d'un nombre maximum de 2 000 000 actions nouvelles avec suppression du droit préférentiel de souscription au profit d'une catégorie de personnes.	80 000 €	8 mois
14/06/2007	7-8	Délégation de compétence au Conseil d'administration a l'effet de décider l'émission de bons de souscription d'actions avec suppression du droit préférentiel de souscription au profit de personnes dénomées.	2,5 % du capital social <sup>(1)</sup>	8 mois
14/06/2007	9	Autorisation donnée par l'Assemblée générale au Conseil d'administration de procéder à l'attribution d'un maximum de 300 000 actions gratuites existantes ou à émettre	12 000 €	38 mois

(1) 2,5 % du capital social à l'issue de l'augmentation de capital réservée à des investisseurs qualifiés et précédant l'inscription, par placement privé, des actions de la Société sur le marché Alternext d'Euronext Paris SA.

En date du 20 juillet 2007, le Conseil d'administration a décidé d'émettre 1 035 232 actions nouvelles en vertu des cinquième et sixième résolutions.

En date du 27 juillet 2007 le Conseil d'administration a décidé d'émettre 160.880 BSA en vertu des septième et huitième résolutions.

#### 21.1.2. Titres non représentatifs du capital

A la date d'enregistrement du présent document, il n'existe aucun titre non représentatif du capital de la Société.

### 21.1.3. Acquisition par la Société de ses propres actions

A la date d'enregistrement du présent document, la Société ne détient aucune de ses actions, et aucune de celles-ci n'est détenue pour son compte.

### 21.1.4. Autres titres donnant accès au capital

Sous condition suspensive de la réalisation de l'augmentation de capital à réaliser dans le cadre d'un placement privé réservé à des investisseurs qualifiés, placement préalable à la cotation des titres de la Société sur le marché Alternext d'Euronext Paris, l'Assemblée générale du 14 juin 2007 a délégué sa compétence au conseil d'administration à l'effet de décider l'émission d'un nombre de bons de souscription d'actions représentant 2,5 % du capital social à l'issue de l'augmentation de capital définie ci-dessus, et ce au profit de personnes dénommées.

<b>Plan 1</b>	
Date de l'Assemblée Générale - Date d'autorisation	14 juin 2007
Nombre de BSA autorisés	2,5 % du capital social <sup>(1)</sup>
<b>Bons de Souscription d'Actions à attribuer par le Conseil d'Administration</b>	
Nombre de Bénéficiaires	2
Nombre total de Bons de Souscription d'Actions	2,5 % du capital social <sup>(1)</sup>
Equivalent en nombre d'actions	2,5 % du capital social <sup>(1)</sup>
Prix de souscription de l'ensemble des Bons de Souscription d'Actions	10 euros
Point de départ d'exercice des Bons de Souscription d'Actions	
Prix d'exercice	Prix de l'augmentation de capital à réaliser dans le cadre du placement privé réservé à des investisseurs qualifiés
	20% à tout moment à compter 1er janvier 2008
	20% à tout moment à compter du 1er février 2008
Dates limites d'exercice (tranches cumulatives, caducité de l'ensemble des BSA au 14 juin 2010)	20% à tout moment à compter du 1er mars 2008
	20% à tout moment à compter du 1er avril 2008
	20% à tout moment à compter du 1er mai 2008

<sup>(1)</sup> 2,5 % du capital social à l'issue de l'augmentation de capital réservée à des investisseurs qualifiés et précédant l'inscription, par placement privé, des actions de la Société sur le marché Alternext d'Euronext Paris SA.

L'Assemblée Générale Extraordinaire des actionnaires, réunie en date du 14 juin 2007, a par ailleurs autorisé le Conseil à procéder à l'attribution d'actions gratuites au profit des dirigeants, membres du personnel salarié de la Société et des sociétés qui lui sont liées, dans la limite de 300 000 actions.

A ce jour, aucune action gratuite n'a été attribuée aux mandataires sociaux. Il a cependant été prévu de convoquer un conseil afin de décider de l'attribution d'environ 86 % de l'enveloppe décidée par l'assemblée générale du 14 juin 2007 au profit de dirigeants et de l'ensemble des salariés de la Société.

### 21.1.5. Droit d'acquisition et/ou obligations attachés au capital émis mais non libéré et engagement d'augmentation de capital

Néant

### 21.1.6. Capital de la Société faisant l'objet d'une option ou d'un accord conditionnel ou inconditionnel prévoyant de la placer sous option

A la date d'enregistrement du présent document, il n'existe pas d'options d'achat ou de vente consenties par la Société portant sur ses actions.

### 21.1.7. Évolution du capital social depuis la constitution de la Société

Date de l'opération	Nature des opérations	Valeur nominale	Augmentation du capital	Nombre de titres créés	Nombre d'actions composant le capital	Capital après opération	Prime d'émission
23/05/2007	Constitution	0,02 €	37 000,00 €	1 850 000	1 850 000	37 000,00 €	-
14/06/2007	Augmentation de capital en numéraire ou par compensation de créances	0,02 €	179 000,00 €	8 950 000	10 800 000	216 000,00 €	21 000,00 €
14/06/2007	Multiplication du nominal par deux et division corrélative du nombre d'actions par deux	0,04 F	0,00 F	0	5 400 000	216 000,00 F	-

## 21.2. Acte constitutif et statuts

### 21.2.1. Objet social (article 3 des statuts)

La Société a pour objet :

- la prise par tous moyens, la gestion, la cession de fonds ou de toutes participations majoritaires ou minoritaires dans toutes sociétés établissement ou entreprises quelconques créées ou à créer, en France ou à l'étranger et principalement celles ayant pour objet la création, le développement ou l'exploitation commerciale de tous sites Internet ;
- le développement de tout type de bases de données ainsi que la prestation de tous services informatiques nécessaires à cet effet, pour son compte propre ou le compte de tiers ;
- l'édition de tout type de supports ;
- la prise, le développement, l'acquisition, l'exploitation, la cession de tous procédés, brevets, ou droits intellectuels se rattachant directement ou indirectement aux objets ci-dessus relatés ;
- l'assistance aux entreprises en tous les domaines, notamment en matières administratives, financières ou juridiques,
- Et, généralement, toutes opérations, affaires ou entreprises quelconques, financières, industrielles, commerciales, mobilières ou immobilières et, plus particulièrement, celles se rattachant directement ou indirectement aux objets ci-dessus relatés ou qui seraient de nature à faciliter, favoriser ou développer son commerce et son industrie, et ce, tant en France que dans tous autres pays.

### 21.2.2. Membres de ses organes d'administration, de direction et de surveillance

#### ARTICLE 15 - CONSEIL D'ADMINISTRATION - COMPOSITION

La Société est administrée par un conseil d'administration de trois membres au moins et de dix-huit au plus ; toutefois, en cas de fusion, ce nombre de dix-huit personnes pourra être dépassé dans les conditions et limites fixées par le Code de commerce.

#### ARTICLE 16 - DUREE DES FONCTIONS

La durée des fonctions des administrateurs est de 6 années expirant à l'issue de la réunion de l'assemblée générale ordinaire des actionnaires ayant statué sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expire le mandat. Tout administrateur sortant est rééligible.

#### ARTICLE 17 - VICE- PRESIDENCE DU CONSEIL - SECRETAIRE

S'il le juge utile, le conseil peut nommer un ou plusieurs vice-présidents dont les fonctions consistent exclusivement, en l'absence du président, à présider les séances du conseil et les assemblées.

En l'absence du président et des vice-présidents, le conseil désigne celui des administrateurs présents qui présidera sa réunion. Le conseil peut nommer, à chaque séance, un secrétaire qui peut être choisi en dehors des actionnaires.

## **ARTICLE 18 - DELIBERATIONS DU CONSEIL – PROCES-VERBAUX**

Le conseil d'administration se réunit aussi souvent que l'intérêt de la Société l'exige. Il est convoqué par le président par tous moyens à son initiative et, s'il n'assume pas la direction générale ou sur demande du directeur général. Hors ces cas où il est fixé par le ou les demandeurs, l'ordre du jour est arrêté par le président. Les réunions doivent se tenir en tout lieu indiqué dans la convocation, et notamment en Irlande.

Le règlement intérieur peut prévoir que sont réputés présents pour le calcul du quorum et de la majorité les administrateurs qui participent à la réunion par des moyens de visioconférence ou de télécommunication dans les limites et sous les conditions fixées par la législation et la réglementation en vigueur.

Chaque administrateur présent ou représenté disposant d'une voix et chaque administrateur présent ne peut disposer que d'un seul pouvoir. La voix du président de séance est prépondérante en cas de partage des voix.

Les délibérations du conseil sont constatées par des procès-verbaux établis et signés sur un registre spécial ou sur des feuilles mobiles dans les conditions fixées par les dispositions en vigueur.

## **ARTICLE 19 - DIRECTION GENERALE**

Le conseil d'administration statuant dans les conditions définies par l'article 18 choisit entre les deux modalités d'exercice de la direction générale. Il peut à tout moment modifier son choix. Dans chaque cas, il en informe les actionnaires et les tiers conformément à la réglementation en vigueur.

Dans l'hypothèse où le président exerce les fonctions de directeur général, les dispositions des présents statuts relatives à ce dernier lui sont applicables.

Sur la proposition du directeur général, le conseil d'administration peut nommer un ou, dans la limite de cinq, plusieurs directeurs généraux délégués.

Le ou les directeurs généraux délégués peuvent être choisis parmi les membres du conseil ou en dehors d'eux.

## **ARTICLE 20 - SIGNATURE SOCIALE**

Les actes concernant la Société, ainsi que les retraits de fonds et valeurs, les mandats sur tous banquiers, débiteurs et dépositaires, et les souscriptions, endos, acceptations, avals ou acquits d'effets de commerce sont signés, soit par l'une des personnes investies de la direction générale, soit encore par tous fondés de pouvoirs habilités à cet effet. Les actes décidés par le conseil peuvent être également signés par un mandataire spécial du conseil.

## **ARTICLE 21 - REMUNERATION DES ADMINISTRATEURS**

L'assemblée générale peut allouer aux administrateurs en rémunération de leur activité, à titre de jetons de présence, une somme fixe annuelle que cette assemblée détermine sans être liée par des décisions antérieures. Le montant de celle-ci est porté aux charges d'exploitation et demeure maintenu jusqu'à décision contraire. Le conseil d'administration répartit librement entre ses membres la somme globale allouée aux administrateurs sous forme de jetons de présence.

*21.2.3. Droits, privilèges et restrictions attachés à chaque catégorie d'actions existantes (articles 8, 11, 12, 13 et 14 des statuts)*

## **ARTICLE 8 - DROITS ATTACHES AUX ACTIONS**

Toutes les actions de la Société sont ordinaires et confèrent les mêmes droits à leurs titulaires.

## **ARTICLE 11 - FORME DES ACTIONS – FRANCHISSEMENT DE SEUILS**

- 11.1 Les actions entièrement libérées sont nominatives ou au porteur, au choix de l'actionnaire. Les actions de la Société font l'objet d'un enregistrement auprès du dépositaire central. Elles donnent lieu à une inscription en compte individuel dans les conditions et selon les modalités prévues par les dispositions législatives et réglementaires applicables.
- 11.2 En vue de l'identification des détenteurs de titres au porteur, la Société peut à tout moment demander au dépositaire central qui assure la tenue du compte émission de ses titres, contre rémunération à sa charge, le nom ou la dénomination, la nationalité, l'année de naissance ou l'année de constitution et l'adresse des détenteurs de titres conférant immédiatement ou à terme le droit de vote dans ses propres assemblées d'actionnaires ainsi que la quantité de titres détenue par chacun d'eux et, le cas échéant, les restrictions dont les titres peuvent être frappés. Les conditions dans lesquels ces renseignements sont recueillis par le dépositaire central et communiqués à la Société sont régies par les dispositions légales et réglementaires en vigueur, et notamment les articles L. 228-2 et suivants du Code de commerce. »



## **ARTICLE 12 - TRANSMISSION DES ACTIONS**

Les actions sont librement négociables. Leur transmission s'opère par virement de compte à compte, conformément à la législation.

## **ARTICLE 13 - INDIVISIBILITE DES ACTIONS**

Les actions sont indivisibles à l'égard de la Société. Les propriétaires indivis d'actions sont représentés aux assemblées générales par l'un d'eux ou par un mandataire commun de leur choix. A défaut d'accord entre eux sur le choix d'un mandataire, celui-ci est désigné par ordonnance du Président du Tribunal de Commerce statuant en référé à la demande du copropriétaire le plus diligent.

Le droit de vote attaché à l'action est exercé par le propriétaire des actions mises en gage. En cas de démembrement de la propriété d'une action, il appartient à l'usufruitier dans les assemblées générales ordinaires et au nu-propiétaire dans les assemblées générales extraordinaires.

Le droit de l'actionnaire d'obtenir communication de documents sociaux ou de les consulter peut être exercé par chacun des copropriétaires d'actions indivises, par l'usufruitier et le nu-propiétaire.

## **ARTICLE 14 - DROITS ET OBLIGATIONS ATTACHES AUX ACTIONS**

La possession d'une action emporte de plein droit adhésion aux statuts et aux résolutions régulièrement adoptées par toutes les assemblées générales.

Les droits et obligations attachés à l'action suivent le titre dans quelques mains qu'il passe. Les actionnaires ne supportent les pertes qu'à concurrence de leurs apports ; aucune majorité ne peut leur imposer une augmentation de leurs engagements. Chaque action donne droit à une part proportionnelle à la quotité du capital qu'elle représente dans les bénéfices et dans l'actif social. En cas, soit d'échanges de titres consécutifs à une opération de fusion ou de scission, de réduction de capital, de regroupement ou de division, soit de distributions de titres imputées sur les réserves ou liées à une réduction de capital, soit de distributions ou attributions d'actions gratuites, le conseil d'administration pourra vendre les titres dont les ayants droit n'ont pas demandé la délivrance selon des modalités fixées par les textes en vigueur.

Le cas échéant et sous réserve de prescriptions impératives, il sera fait masse entre toutes les actions indistinctement de toutes exonérations ou imputations fiscales comme de toutes taxations susceptibles d'être prises en charge par la Société avant de procéder à tout remboursement au cours de l'existence de la Société ou à sa liquidation, de telle sorte que toutes les actions de même catégorie alors existantes reçoivent la même somme nette quelles que soient leur origine et leur date de création.

### *21.2.4. Assemblées Générales (articles 24 à 28 des statuts)*

## **ARTICLE 24 - ASSEMBLEES D'ACTIONNAIRES**

Les assemblées d'actionnaires sont qualifiées d'ordinaires, d'extraordinaires ou d'assemblées spéciales. Les assemblées extraordinaires sont celles appelées à délibérer sur toutes modifications des statuts. Les assemblées spéciales réunissent les titulaires d'actions d'une catégorie déterminée dans les cas et selon les conditions fixées par les dispositions en vigueur. Les porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital sont réunis en masse laquelle délibère en assemblée dans les cas et selon les conditions fixées par les dispositions en vigueur. Toutes les autres assemblées sont des assemblées ordinaires.

## **ARTICLE 25 - FORMES ET DELAIS DE CONVOCATION – TENUE DES ASSEMBLEES**

Les assemblées sont convoquées selon les formes et délais prévus par les dispositions légales en vigueur.

Toutefois le conseil d'administration a la possibilité de fixer le lieu de réunion pour la tenue des assemblées en tout lieu et notamment en Irlande.

Les assemblées se tiennent dans les conditions prévues par les dispositions légales en vigueur.

Sont réputés présents pour le calcul du quorum et de la majorité les actionnaires qui participent aux assemblées par visioconférence ou par des moyens de télécommunication conformes aux dispositions de l'article L.225-107 du Code de commerce. Le conseil d'administration décide librement à chaque assemblée de l'opportunité de mettre en œuvre ou non la visioconférence ou un des autres moyens de télécommunication susvisés.

#### **ARTICLE 26 - ADMISSION AUX ASSEMBLEES**

Le droit de participer aux assemblées générales de la Société est subordonné à l'enregistrement comptable des titres au nom de l'actionnaire - ou de l'intermédiaire inscrit pour son compte si l'actionnaire réside à l'étranger - au troisième jour ouvré précédant l'assemblée à zéro heure, heure de Paris, soit dans les comptes de titres nominatifs tenus par la Société, soit dans les comptes de titres au porteur tenus par l'intermédiaire habilité

En cas de démembrement de la propriété de l'action, le titulaire du droit de vote peut assister ou se faire représenter à l'assemblée sans préjudice du droit du nu-propriétaire de participer à toutes les assemblées générales. Les propriétaires d'actions indivises sont représentés comme il est dit à l'article 13.

#### **ARTICLE 27 - REPRESENTATION DES ACTIONNAIRES - VOTE PAR CORRESPONDANCE**

Tout actionnaire peut voter par correspondance au moyen d'un formulaire et dont il n'est tenu compte que s'il est reçu par la Société trois jours au moins avant la réunion de l'assemblée. Ce formulaire peut, le cas échéant, figurer sur le même document que la formule de procuration.

#### **ARTICLE 28 - VOTE**

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.

##### *21.2.5. Clauses susceptibles d'avoir une incidence sur le contrôle de la Société*

Néant

##### *21.2.6. Franchissements de seuils*

Toute personne physique ou morale agissant seule ou de concert qui vient à posséder un nombre d'actions ou de droits de vote représentant plus de l'un des seuils fixés par la loi doit respecter les obligations d'information prévues par celle-ci dans le délai imparti. La même information est également donnée lorsque la participation en capital ou en droits de vote devient inférieure aux seuils légaux.

## 22. CONTRATS IMPORTANTS

Etat Néant

La société n'a pas formé de contrats importants autres que ceux signés dans le cadre normal de ses activités.

## 23. INFORMATIONS PROVENANT DE TIERS, DECLARATIONS D'EXPERTS ET DECLARATION D'INTERETS

Etat Néant

## 24. DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC

GOADV atteste que, pendant la durée de validité du présent document, les copies des documents suivants peuvent être consultées et/ou demandées au siège de la Société 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 GOADV, dont une partie est incluse ou visée dans le présent document ;
- les informations financières historiques de GOADV et ses filiales pour chacun des trois exercices précédents la publication du présent document.

Ces documents sont disponibles sur support papier sur simple demande auprès de GOADV.

## 25. INFORMATIONS SUR LES PARTICIPATIONS

Voir paragraphe 7 du présent document.

## DEUXIEME PARTIE : INFORMATIONS RELATIVES A L'OPERATION

## 1. PERSONNES RESPONSABLES

### 1.1. Dénomination des personnes responsables

Se reporter au paragraphe 1.1. de la première partie du présent document.

### 1.2. Attestation des personnes responsables

Se reporter au paragraphe 1.2. de la première partie du présent document.

#### 1.2.1. Engagements de la Société

Conformément aux règles d'Alternext, GOADV s'engage à assurer :

1) La diffusion sur son site Internet et sur le site d'Alternext en français ainsi qu'en anglais le cas échéant, les informations suivantes :

- dans les quatre mois qui suivent la clôture de l'exercice un rapport de gestion comprenant ses états financiers dûment certifiés (article 4.2 des Règles d'Alternext),
- dans les quatre mois après la fin du 2<sup>ème</sup> trimestre, un rapport semestriel (article 4.2 des Règles d'Alternext),
- la convocation aux Assemblées Générales et tout document transmis aux actionnaires et cela dans le même délai que pour ces derniers (article 4.4 des Règles d'Alternext),
- toute information susceptible d'avoir une influence sensible sur le cours de ses titres conformément aux dispositions de l'article 4.3 des Règles d'Alternext,
- tout franchissement à la hausse ou à la baisse par toute personne agissant seule ou de concert de seuils de participations représentant 50 % ou 95 % du capital ou des droits de vote. Cette publication est faite dans un délai de 5 jours de bourse suivant celui où il en a connaissance,
- les déclarations des dirigeants concernant leurs cessions de titres.

2) Sans frais pour les porteurs, le service des titres, le paiement des dividendes ou toute distribution auquel elle procédera.

#### 1.2.2. Calendrier indicatif de communication financière

*Au plus tard le 31 octobre 2007*

Publication des comptes semestriels au 30 juin 2007



## 2. FACTEURS DE RISQUES DE MARCHÉ INFLUANT SUR LES VALEURS MOBILIERES

Un investissement dans les actions de la Société implique des risques. Tous les risques significatifs que la Société a identifiés à la date du présent document d'information sont décrits dans le paragraphe 4 de la première partie du présent document.

Toutefois, d'autres risques et incertitudes non connus de la Société à ce jour ou qu'elle juge aujourd'hui négligeables pourraient également perturber son activité. Si l'un de ces risques ou l'un des risques décrits au paragraphe 4 "Facteurs de Risques" de la première partie du présent document, venait à se concrétiser, les activités, la situation financière, les résultats ou les perspectives du Groupe pourraient en souffrir.

Dans une telle éventualité, le cours des actions de la Société pourrait baisser, et l'investisseur pourrait perdre la totalité ou une partie des sommes qu'il aurait investies dans les actions de la Société.

- Les titres faisant l'objet de la présente opération ne seront pas admis aux négociations sur un marché réglementé et ne bénéficieront donc pas des garanties correspondantes.

Par ailleurs, la nature de l'opération réalisée n'implique pas le respect des règles de l'appel public à l'épargne.

En revanche, des garanties spécifiques relatives à la transparence financière de la société et à la protection des actionnaires minoritaires sont décrites aux paragraphes 21.2.6., de la Partie 1 et 1.2.1. de la Partie 2 du présent document.

- ***Absence de cotation antérieure.***

En l'absence de cotation antérieure, les cours observés lors des premières négociations sur le marché Alternext d'Euronext Paris pourraient ne pas refléter le prix des actions offertes dans le cadre de l'Offre. Il n'est pas possible de garantir l'existence d'un marché liquide pour les actions de la Société, ni qu'un tel marché, s'il se développe, perdurera. Si un marché liquide pour les actions de la Société ne se développe pas, la liquidité et le cours des actions pourraient en être affectés.

- ***Le cours des actions de la Société sur le marché Alternext d'Euronext Paris pourrait connaître des variations significatives.***

Le cours des actions de la Société sur le marché Alternext d'Euronext Paris est susceptible d'être affecté de manière significative par des événements tels que des variations du résultat de la Société, une évolution des conditions de marché propres à son secteur d'activité, ou l'annonce d'amélioration de certains services, par la Société ou ses principaux concurrents.

De plus, les marchés boursiers ont connu des variations de cours significatives au cours des dernières années, qui souvent ne reflétaient pas les performances opérationnelles des entreprises cotées. Les fluctuations des marchés boursiers ainsi que du contexte économique, peuvent affecter de façon significative le cours des actions de la Société.

- ***La cession d'un nombre important d'actions de la Société pourrait avoir un impact significatif sur le cours des actions de la Société.***

La cession d'un nombre significatif d'actions par un ou plusieurs actionnaires de la Société est susceptible d'avoir un impact sur le cours de l'action.

### 3. INFORMATIONS SUR LES VALEURS MOBILIERES ADMISES A LA NEGOCIATION

#### 3.1. Nature des actions et code ISIN

Actions ordinaires de même catégorie.

Code ISIN : FR 0010500975

Code Mnémonique : ALGOA

#### 3.2. Droit applicable

Les actions sont régies par le droit français.

#### 3.3. Forme des actions (article 11 des statuts)

Les actions entièrement libérées sont nominatives ou au porteur, au choix de l'actionnaire.

Les actions de la Société font l'objet d'un enregistrement auprès du dépositaire central.

Elles donnent lieu à une inscription en compte individuel dans les conditions et selon les modalités prévues par les dispositions législatives et réglementaires applicables.

En vue de l'identification des détenteurs de titres au porteur, la Société peut à tout moment demander au dépositaire central qui assure la tenue du compte émission de ses titres, contre rémunération à sa charge, le nom ou la dénomination, la nationalité, l'année de naissance ou l'année de constitution et l'adresse des détenteurs de titres conférant immédiatement ou à terme le droit de vote dans ses propres assemblées d'actionnaires ainsi que la quantité de titres détenue par chacun d'eux et, le cas échéant, les restrictions dont les titres peuvent être frappés.

Les conditions dans lesquelles ces renseignements sont recueillis par le dépositaire central et communiquées à la Société sont régies par les dispositions légales et réglementaires en vigueur, et notamment les articles L. 228-2 et suivants du Code de commerce.

#### 3.4. Monnaie de l'émission

L'émission des actions a été réalisée en euros.

#### 3.5. Droits attachés aux valeurs mobilières (article 8 et 14 des statuts)

Toutes les actions de la Société sont ordinaires et confèrent les mêmes droits à leurs titulaires.

La possession d'une action emporte de plein droit adhésion aux statuts et aux résolutions régulièrement adoptées par toutes les assemblées générales.

Les droits et obligations attachés à l'action suivent le titre dans quelques mains qu'il passe. Les actionnaires ne supportent les pertes qu'à concurrence de leurs apports ; aucune majorité ne peut leur imposer une augmentation de leurs engagements. Chaque action donne droit à une part proportionnelle à la quotité du capital qu'elle représente dans les bénéfices et dans l'actif social. En cas, soit d'échanges de titres consécutifs à une opération de fusion ou de scission, de réduction de capital, de regroupement ou de division, soit de distributions de titres imputées sur les réserves ou liées à une réduction de capital, soit de distributions ou attributions d'actions gratuites, le conseil d'administration pourra vendre les titres dont les ayants droit n'ont pas demandé la délivrance selon des modalités fixées par les textes en vigueur.

Le cas échéant et sous réserve de prescriptions impératives, il sera fait masse entre toutes les actions indistinctement de toutes exonérations ou imputations fiscales comme de toutes taxations susceptibles d'être prises en charge par la Société avant de procéder à tout remboursement au cours de l'existence de la Société ou à sa liquidation, de telle sorte que toutes les actions de même catégorie alors existantes reçoivent la même somme nette quelles que soient leur origine et leur date de création.

### 3.6. Restrictions à la libre négociation des valeurs mobilières

Il n'existe aucune restriction à la libre négociabilité des actions GOADV, étant toutefois précisé que la Société ne dispose pas du statut de Société faisant appel public à l'épargne.

Les statuts de la Société ne prévoient pas de restriction à la libre négociation des actions. Les actions seront librement cessibles et négociables. Leur transmission s'opère par virement de compte à compte, conformément à la législation.

### 3.7. Tribunaux compétents en cas de litiges

Les tribunaux compétents en cas de litige sont ceux du siège social lorsque la société est défenderesse et sont désignés en fonction de la nature des litiges, sauf disposition contraire du Nouveau Code de Procédure Civile

## 4. RAPPEL RELATIF A L'OPERATION DE PLACEMENT PRIVE PREALABLE A LA COTATION DES TITRES SUR LE MARCHE ALTERNEXT

### 4.1. Cadre juridique de l'émission de l'opération de placement privé réalisée

L'assemblée générale mixte des actionnaires de la Société a voté en date du 14 juin 2007 les résolutions suivantes :

#### « Cinquième décision

##### **Délégation de compétence au conseil d'administration à l'effet de décider d'une ou plusieurs augmentations de capital en numéraire par émission d'un nombre maximum de 2.000.000 actions nouvelles avec suppression du droit préférentiel de souscription au profit d'une catégorie de personnes**

L'Assemblée Générale, statuant en la forme et aux conditions de quorum et de majorité requises pour les assemblées générales extraordinaires, après avoir pris connaissance du rapport du Président et après avoir constaté que le capital social est entièrement libéré :

- **Décide**, sous condition suspensive de l'approbation de la décision suivante relative à la suppression du droit préférentiel de souscription au profit d'une catégorie de personnes, de déléguer au conseil d'administration, pour une durée maximum de huit mois à compter de l'Assemblée, conformément aux dispositions de l'article L.225-129-2 du Code de commerce, toutes les compétences pour décider d'une ou plusieurs augmentations du capital social de la Société par émission d'un nombre maximum de deux millions (2.000.000) actions ordinaires à souscrire ;
- **Décide**, qu'en cas d'utilisation par le conseil d'administration de la présente autorisation, le prix d'émission de chacune des actions sera déterminé par le conseil d'administration après consultation du listing sponsor choisi dans le cadre de l'admission des actions de la Société sur le marché d'Alternext Paris. Le prix d'émission sera fixé par application des deux méthodes : la méthode de valorisation par les DCF (discounted cash flow) et la méthode de valorisation par les comparables avec les ratios de valorisation d'un panel d'entreprises françaises et européennes exerçant leurs activités dans le même secteur que GoADV ou dans secteur proche ;  
Le prix d'émission des actions devra être égal à la moyenne non pondérée des valeurs résultant de l'application des deux méthodes retenues, assortie d'une décote incitative d'usage ;
- **Décide** de porter le montant de la prime d'émission au compte de réserve « prime d'émission » sous déduction des sommes que le conseil d'administration pourra décider de prélever, s'il le juge utile, pour faire face à tout ou partie des frais de l'augmentation de capital ;
- **Détermine** les conditions de fixation du prix d'émission des actions émises en vertu de la présente délégation comme suit :
  - le conseil d'administration aura tous les pouvoirs pour arrêter les caractéristiques montants, conditions et modalités de toutes émissions d'actions ordinaires décidées en vertu de la présente délégation ;
  - le conseil d'administration déterminera en particulier, le prix d'émission des actions nouvelles avec ou sans prime, dans les conditions prévues par la présente décision pour la fixation de ce prix ainsi que leur date de jouissance et conformément aux conditions prévues par la loi et les règlements en vigueur au moment de l'utilisation de la présente délégation ;
  - le conseil d'administration disposera des pouvoirs nécessaires pour mettre en œuvre la présente décision, notamment en passant toute convention à cet effet et procéder en une ou plusieurs fois, dans la proportion et aux époques qu'il déterminera, à l'émission d'actions ordinaires, ainsi que, le cas échéant pour y surseoir, en constater la réalisation et procéder à la modification corrélative des statuts, ainsi que pour procéder à toutes formalités et prendre toutes mesures utiles à la réalisation des émissions décidées en vertu de la présente délégation ».

## « Sixième décision

### Suppression du droit préférentiel de souscription au profit d'une catégorie de personnes

L'Assemblée, statuant en la forme et aux conditions de majorité et de quorum requises pour les assemblées générales extraordinaires, après avoir pris connaissance du rapport du Président et du rapport spécial visé à l'article L.225-138 du Code de commerce :

- **décide** de supprimer le droit préférentiel de souscription des actionnaires aux augmentations de capital qui pourront être décidées par le conseil d'administration en vertu de ladite délégation et réalisée dans le cadre d'un placement privé au sens de l'article L.411-2.II.5 du Code monétaire et financier, à l'occasion de l'admission des actions de la Société aux négociations d'Alternext, d'Euronext Paris SA, réalisé au profit (a) d'Investisseurs Qualifiés, conformément aux dispositions de l'article L.411-2 II.-4°- c du Code monétaire et financier, dont la liste est définie par les articles D.411-1 I. al.1 à 6, 11 et 16 à 17, (b) d'investisseurs membres d'un cercle restreint d'investisseurs conformément aux dispositions de l'article L.411-2 II.-4°- d et D.411-2 du Code monétaire et financier et (c) aux personnes fournissant le service d'investissement de gestion de portefeuille pour compte de tiers conformément aux dispositions de l'article L.411-2 II.-4°- a du Code monétaire et financier ;
- **décide** de déléguer au conseil d'administration le soin de fixer précisément les bénéficiaires de la suppression du droit préférentiel de souscription au sein de ladite catégorie de personnes et le nombre entier à attribuer.

#### 4.2. Caractéristiques du placement privé réalisé préalablement à la cotation des titres sur le marché Alternext

##### 4.2.1. Modalités relatives au placement privé et admission sur Alternext

Préalablement à l'admission des titres GOADV sur le marché Alternext, une opération de placement privé a été réalisée au cours du mois juillet, opération portant sur 1 222 148 actions, réparties de la manière suivante :

- 1 035 232 actions nouvelles émises par la Société,
- 186 916 actions existantes cédées par les deux actionnaires fondateurs.

L'ensemble de ces actions représente 18,99 % du capital et des droits de vote de la Société. La dilution résultant de l'opération d'augmentation de capital est donc de 18,99 % pour les actionnaires historiques de la Société, aucun d'entre eux n'ayant participé à cette opération d'augmentation de capital.

Le placement privé des titres a été réalisé sur la base des intentions exprimées par les investisseurs qualifiés durant une période de sensibilisation réalisée par Euroland Finance auprès de ces investisseurs. Le prix retenu pour la réalisation effective de l'opération a été fixé à 5,35 euros par action.

L'admission sur le marché Alternext a lieu par cotation directe, selon les dispositions de l'article 6.3 des règles Alternext.

##### 4.2.2. Objectifs de l'opération de placement privé et de la cotation sur Alternext

Cette opération d'introduction sur le marché Alternext d'Euronext Paris par placement privé va permettre à GOADV de :

- renforcer sa notoriété et sa crédibilité vis-à-vis de ses clients, de ses fournisseurs et de ses partenaires, en France comme à l'étranger,
- faire bénéficier ses actionnaires actuels et futurs des protections et garanties offertes par le marché Alternext,
- il s'agit également pour la Société de se laisser l'opportunité de profiter d'éventuelles opérations de croissance externe pouvant s'offrir à elle,
- pour les actionnaires cédants, l'opération de cession d'une partie des titres GOADV détenus correspond à un souci de liquidité pour cet investissement.

### 4.3. Répartition actuelle du capital et des droits de vote

Répartition de l'actionnariat avant opération de placement privé

Actionnaires	Nombre de titres	% de détention	Nombre de droits de vote	% de droits de vote
Luca Ascani	1 020 250	18,9%	1 020 250	18,9%
Salvatore Esposito	1 020 250	18,9%	1 020 250	18,9%
Génius SA	3 294 000	61,0%	3 294 000	61,0%
Autres actionnaires	65 500	1,2%	65 500	1,2%
<b>TOTAL</b>	<b>5 400 000</b>	<b>100,0%</b>	<b>5 400 000</b>	<b>100,0%</b>

Répartition de l'actionnariat après opération de placement privé

Actionnaires	Nombre de titres	% de détention	Nombre de droits de vote	% de droits de vote
Luca Ascani	926 792	14,4%	926 792	14,4%
Salvatore Esposito	926 792	14,4%	926 792	14,4%
Génius SA	3 294 000	51,2%	3 294 000	51,2%
Autres actionnaires	65 500	1,0%	65 500	1,0%
Investisseurs Qualifiés	1 222 148	19,0%	1 222 148	19,0%
<b>TOTAL</b>	<b>6 435 232</b>	<b>100,0%</b>	<b>6 435 232</b>	<b>100,0%</b>

### 4.4. Nature, nombre, date de jouissance des actions admises aux négociations

#### 4.4.1. Nature

Actions ordinaire toutes de même catégorie.

#### 4.4.2. Nombre

6 435 232 actions de 0,04 euro de valeur nominale.

#### 4.4.3. Jouissance

1<sup>er</sup> janvier 2007 pour l'ensemble des actions admises.

Les actions émises au titre de l'augmentation de capital réalisée préalablement au placement privé auront droit, au titre de l'exercice en cours et des exercices ultérieurs, au même dividende que celui qui pourra être réparti aux autres actions portant même jouissance.

### 4.5. Conditions générales d'admission

La totalité des actions existantes composant le capital de la Société à la date du présent document (y compris les actions nouvelles émises à l'occasion du placement privé portant sur 1 222 148 titres), soit un total de 6 435 232 titres, ont fait l'objet d'une demande d'admission aux négociations sur le marché Alternext d'Euronext Paris.

Les actions dont l'admission est demandée représentent la totalité du capital et des droits de vote de l'émetteur.

La première cotation des actions de la Société devrait avoir lieu le 1<sup>er</sup> août 2007.

#### 4.6. Etablissements financiers en charge de l'opération

##### **Listing Sponsor / Prestataire de Service d'Investissement**

EuroLand Finance  
23, rue Balzac - 75008 Paris

##### **Service des titres et centralisation du service financier**

Société Générale  
32 rue du Champ de Tir - 44 300 Nantes