



**Initiatives & Développements**  
Société Anonyme au capital de 1 008 292 €  
Siège social : 22 rue Louis Blanc – Bâtiment 6 – 93400 Saint Ouen  
R.C.S. Bobigny 444 247 936

## **OFFERING CIRCULAR**

### **INTRODUCTION SUR ALTERNEXT**

**19 juillet 2006**



LISTING SPONSOR

#### **Avertissement**

Cette Offering Circular est réalisé dans le cadre d'une opération réservée à des Investisseurs Qualifiés tels qu'ils sont définis par l'article L. 411-2 du Code monétaire et financier. Cette opération, préalable à une admission au marché Alternext d'Euronext Paris S.A., prendra la forme d'une augmentation de capital.

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.

Des exemplaires du présent document sont disponibles sans frais auprès d'*Initiatives & Développements*, 22, rue Louis Blanc- 93400 SAINT OUEN et de *H. et Associés*, 15 Avenue de l'Opéra – 75001 PARIS, ainsi que sur le site internet d'Alternext ([www.alternext.fr](http://www.alternext.fr)).

**Rappel : Décret no 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 no 45-2710 du 2 novembre 1945 relative aux sociétés d'investissement ;

Vu l'ordonnance no 96-50 du 24 janvier 1996 relative au remboursement de la dette sociale, notamment son article 1er ;

Vu la loi no 72-650 du 11 juillet 1972 modifiée portant diverses dispositions d'ordre économique et financier, notamment son article 4 ;

Vu la loi no 85-695 du 11 juillet 1985 portant diverses dispositions d'ordre économique et financier, notamment son article 1er ;

Vu la loi no 2005-842 du 26 juillet 2005 pour la confiance et la modernisation de l'économie,

Décète :

**Art. 1er.** – 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 :

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

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

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

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

« 5o 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 ;

« 6o 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 ;

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

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

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

« 10o 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 ;

« 11o 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 ;

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

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

« 14o 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 ;

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

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

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

« 18o Les intermédiaires en marchandises ;

« 19o 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'euros ;

« – chiffre d'affaires ou montant des recettes supérieur à 50 millions d'euros.

« 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 :

« 1o 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'euros ;

« – chiffre d'affaires ou montant des recettes inférieur à 50 millions d'euros.  
« 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 ;  
« 2o 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 :  
« 1o 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 ;  
« 2o 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 DE L'OFFERING CIRCULAR

### *Préambule :*

*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. Lorsqu'une action concernant l'information contenue dans le présent document est intentée devant un tribunal, l'investisseur plaignant peut, selon la législation nationale des Etats membres de l'Union européenne, avoir à supporter les frais de traduction du prospectus avant le début de la procédure judiciaire. Une responsabilité civile est attribuée aux personnes qui ont présenté le présent résumé, mais uniquement si le contenu du résumé est trompeur, inexact ou contradictoire par rapport aux autres parties de l'Offering Circular.*

*Le terme « la Société » désigne la société Initiatives & Développements.*

### **1. INFORMATIONS SUR L'EMETTEUR**

#### Activité :

Initiatives & Développements est l'une des premières sociétés à avoir développé, à destination de grands comptes, **sur Internet, un outil et des services qui répondent à leurs problématiques de prospection, de fidélisation et de communication auprès de leurs clients**. A partir de la maîtrise de son métier : la gestion pour compte propre ou compte de tiers de toute la chaîne de vente de produits et de services aux Comités d'entreprise et clubs achats, Initiatives & Développements propose à une clientèle de grands comptes des solutions marketing adaptées, sur internet, afin d'optimiser la relation clients (prospection, fidélisation, communication).

L'activité d'Initiatives & Développements se fonde sur **l'e-commerce par abonnement** auprès des comités d'entreprises et via des clubs achats : la Société est un **intégrateur de services qui mutualise des offres négociées pour des populations définies et identifiées**. Elle permet donc à ses abonnés, par l'intermédiaire de différents sites internet, d'accéder à un large éventail de produits et de services à tarifs préférentiels.

Le business modèle consiste donc à vendre, contre un abonnement dont le montant peut être variable en fonction du nombre de clients finaux potentiels, un service clé en main d'offre de produits et de services totalement intégré : de la création et la gestion des sites internet de vente dédiés, y compris la gestion avec les membres (intégration de la base de données, envoi de newsletter, etc ...), à l'offre de produits et services à une population ciblée de consommateurs finaux, y compris la logistique de paiement, de livraison et de service après-vente. Ces clients finaux viendront ensuite consommer sur les sites propres Initiatives & Développements, ou sur des sites en marque blanche dédiés, gérés par la Société.

La Société est **présente sur trois marchés, via trois marques principales** :

- Le marché des **comités d'entreprises**, avec **Initiative CE** (comités d'entreprises de PME principalement),
- Le marché des **TPE** (Très Petites Entreprises), avec **ultra-vantages** (via une clientèle grands comptes, ou en « BtoBtoC »),
- Le marché des **clubs achats** avec les clubs **@vantages** (qui se composent de « briques » des deux précédents).

En date du 18 mai 2006, Initiatives & Développements a reçu la qualification Entreprise Innovante par OSEO-ANVAR, label FCPI

### Chiffres clés :

Données d'exploitation

K€

INITIATIVES & DEVELOPPEMENTS	2006		2005		Variations 03/06 - 03/05	
	Montants	%	Montants	%	Montants	%
CHIFFRE D'AFFAIRES H.T.	6 232	100,0%	3 251	100,0%	2 981	91,7%
MARGE BRUTE	1 372 22,0%		634 19,5%		737 2,5pt	NS
VALEUR AJOUTEE	841 13,5%		262 8,1%		579 5,4pt	NS
EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION	319 5,1%		-105 - 3,2%		425 8,4pt	NS
RESULTAT D'EXPLOITATION	222 3,6%		-167 - 5,1%		389 8,7pt	NS
RESULTAT FINANCIER	-36	- 0,6%	-4	- 0,1%	-31	NS
RESULTAT COURANT	186 3,0%		-172 - 5,3%		358 8,3pt	NS
RESULTAT EXCEPTIONNEL	71	1,1%	-30	- 0,9%	101	NS
RESULTAT NET	261 4,2%		-218 - 6,7%		479 10,9pt	NS

## Données bilancielles

Montants K€	31/03/2006	31/03/2005	Variations 03/06 - 03/05	
			Montants	%
Ressources stables	1 413	679	734	NS
Emplois durables	1 044	979	65	6,7%
<b>FONDS DE ROULEMENT</b>	<b>369</b>	<b>-299</b>	<b>668</b>	<b>NS</b>
<i>Soit en jours de chiffre d'affaires</i>	<i>5</i>	<i>-8</i>		
Besoins d'exploitation	1 890	1 228	662	53,9%
Ressources d'exploitation	1 194	1 303	-109	- 8,3%
<b>BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT</b>	<b>696</b>	<b>-74</b>	<b>770</b>	<b>NS</b>
<i>Soit en jours de chiffre d'affaires</i>	<i>10</i>	<i>-2</i>		
Trésorerie active	20	4	16	NS
Trésorerie passive (1)	346	229	118	51,6%
<b>TRESORERIE</b>	<b>-327</b>	<b>-225</b>	<b>-102</b>	<b>45,2%</b>
<i>Soit en jours de chiffre d'affaires</i>	<i>-5</i>	<i>-6</i>		

(1) dont effets escomptés non échus : 263 K€ au 31/03/06.

### Résumé des principaux facteurs de risques :

Avant de prendre toute décision d'investissement, les risques ci-dessous doivent être analysés en détail :

- Les risques liés aux actions (et notamment le fait que les titres faisant l'objet de la présente opération ne seront pas admis sur un marché réglementé, et ne bénéficieront pas des garanties correspondantes). Ces risques sont décrits dans la partie 2, chapitre 2 du présent document.
- Les risques liés à la société, décrits au chapitre 4 du présent document (notamment les risques liés à l'activité de la Société et les risques liés à son environnement, aussi bien concurrentiels que juridiques).

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

### Composition du Conseil d'Administration :

Christian QUEROU	Président
Christian BILLET	Administrateur
Christophe de SAGAZAN	Administrateur

### Commissaires aux comptes :

Titulaires : Monsieur Jean-Paul Martin  
Monsieur Frédéric BURBAND

Suppléants : Monsieur Philippe TOUCHAIS  
Madame Françoise CALLIER

Actionnariat :

#### Répartition du capital avant l'opération

Actionnaires	Nombre de titres	% de détention	Nombre de droits de vote	% de droit de vote
Initiatives & Développements Holding	4 032 928	99,99%	4 032 928	99,99%
Personnes physiques, dont				
Christian BILLET	40	0,00%	40	0,00%
Jan DUCKERT	40	0,00%	40	0,00%
Fabien PEAN	40	0,00%	40	0,00%
Roselyne QUESTIER	40	0,00%	40	0,00%
Christophe DE SAGAZAN	40	0,00%	40	0,00%
Christian QUEROU	40	0,00%	40	0,00%
<b>Total</b>	<b>4 033 168</b>	<b>100,00%</b>	<b>4 033 168</b>	<b>100,00%</b>

#### Répartition du capital après l'opération

Actionnaires	Nombre de titres	% de détention	Nombre de droits de vote	% de droit de vote
Initiatives & Développements Holding	4 032 928	89,07%	4 032 928	89,07%
Personnes physiques, dont				
Christian BILLET	40	0,00%	40	0,00%
Jan DUCKERT	40	0,00%	40	0,00%
Fabien PEAN	40	0,00%	40	0,00%
Roselyne QUESTIER	40	0,00%	40	0,00%
Christophe DE SAGAZAN	40	0,00%	40	0,00%
Christian QUEROU	40	0,00%	40	
<i>Sous total</i>	<i>4 033 168</i>	<i>89,08%</i>	<i>4 033 128</i>	<i>89,08%</i>
Investisseurs Qualifiés (*)	494 651	10,92%	494 651	10,92%
<b>Total</b>	<b>4 527 819</b>	<b>100,00%</b>	<b>4 527 779</b>	<b>100,00%</b>

(\*) : compte tenu de l'émission de 494 651 actions nouvelles au prix de 10,4 € / action

## **2. CARACTERISTIQUES DE L'OPERATION**

Préalablement à l'admission des titres de la Société sur le marché Alternext, une opération de placement privé a été réalisée auprès d'investisseurs qualifiés durant le mois de juin 2006, opération portant sur 494 653 actions nouvelles émises par la Société.

L'ensemble de ces actions représentent 12,3 % du capital et 12,3 % des droits de vote de la Société avant augmentation de capital, et 10,92 % du capital et 10,92 % des droits de vote après augmentation de capital.

A titre indicatif, un actionnaire détenant avant l'augmentation de capital 1 % du capital, c'est-à-dire 40 332 actions et ne souscrivant pas à l'augmentation de capital, verrait sa part dans le capital évoluer de la façon suivante :

	<b>% du capital</b>	<b>Nbre total d'actions</b>
Avant augmentation de capital	1,00%	4 033 168
Après augmentation de capital	0,89%	4 527 819

(\*) : compte tenu de l'émission de 494 651 actions nouvelles au prix de 10,4 € / action

Incidence sur la quote-part des capitaux propres d'un actionnaire (sur la base des capitaux propres au 31 mars 2006) :

	<b>Quote part en €</b>	<b>Nbre total d'actions</b>
Avant augmentation de capital	0,23	4 033 168
Après augmentation de capital	1,34	4 527 819

(\*) : compte tenu de l'émission de 494 651 actions nouvelles au prix de 10,4 € / action

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 H et Associés auprès de ces investisseurs. Le prix retenu pour la réalisation effective de l'opération a été fixé à 10,4 € par action. Le produit brut de l'émission s'élève donc à 5 144 370,40 €. Les éléments d'appréciation du prix sont présentés au chapitre 4.2.4 de la partie II du présent document.

L'admission sur le marché Alternext a lieu par cotation directe, selon les dispositions de l'article 6.3 des règles Alternext.

#### Objectifs de l'opération :

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

- d'augmenter le capital de la Société afin d'assurer le développement de son activité,
- 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,
- de faire bénéficier ses actionnaires actuels et futurs des protections et garanties offertes par le marché Alternext,
- de se laisser l'opportunité de profiter d'éventuelles opérations de croissance externe pouvant s'offrir à elle.

#### Intention des principaux actionnaires :

Dans le cadre de l'opération, Initiatives & Développements Holding s'est engagée à l'égard de son Listing Sponsor à ne pas céder, directement ou indirectement, 95 % des actions de la Société qu'elle détiendra à l'issue de l'émission, sans accord préalable de son Listing Sponsor. Cet engagement à ne pas céder des actions aura une durée de 180 jours suivant la date de première cotation de la Société.

La Société n'a pas connaissance des intentions des autres actionnaires.

#### Service titres :

BNP Paribas Securities Services assurera la centralisation de ces opérations.



### **3. RENSEIGNEMENTS COMPLEMENTAIRES**

#### Capital social avant augmentation de capital :

1 008 292 euros, divisé en 4 033 168 actions d'une valeur nominale de 0,25 euro.

#### Statuts :

Les derniers statuts à jour ont été déposés au greffe du Tribunal de commerce de Bobigny.

#### Mise à disposition de l'Offering Circular :

Des exemplaires du présent document sont disponibles sans frais :

- Dans les locaux de Initiatives & Développements : 22, rue Louis Blanc– 93400 SAINT OUEN
- auprès de H et Associés : 15, avenue de l'Opéra – 75001 PARIS.

Le présent document peut également être consulté sur le site internet d'Alternext ([www.alternext.fr](http://www.alternext.fr)).

#### Responsable de l'information financière

Monsieur Christian QUEROU  
Président-Directeur Général  
Initiatives & Développements  
22, rue Louis Blanc  
93400 SAINT OUEN

## **PARTIE 1 : RENSEIGNEMENTS RELATIFS A INITIATIVES & DEVELOPPEMENTS ..... 16**

<b>1</b>	<b>PERSONNES RESPONSABLES .....</b>	<b>16</b>
1.1	RESPONSABLE DE L’OFFERING CIRCULAR.....	16
1.2	ATTESTATION DU RESPONSABLE DE L’OFFERING CIRCULAR .....	16
1.3	ATTESTATION DU LISTING SPONSOR – PRESTATAIRE DE SERVICES D’INVESTISSEMENTS... ..	17
<b>2</b>	<b>RESPONSABLES DU CONTRÔLE DES COMPTES .....</b>	<b>18</b>
<b>3</b>	<b>INFORMATIONS FINANCIERES SELECTIONNEES .....</b>	<b>19</b>
<b>4</b>	<b>FACTEURS DE RISQUES .....</b>	<b>21</b>
4.1	RISQUES LIES A L’ACTIVITE DE LA SOCIETE .....	21
4.1.1	RISQUE LIES A L’EVOLUTION DU MARCHÉ.....	21
4.1.2	RISQUES LIES A L’ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL .....	21
4.1.3	RISQUES LIES AUX PARTENARIATS (GITEM) – RISQUES FOURNISSEURS .....	21
4.1.4	RISQUES CLIENTS.....	22
4.1.5	GESTION DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT .....	23
4.1.6	RISQUES LIES A INTERNET (VIRUS, PIRATAGE, SECURISATION DU PAIEMENT EN LIGNE) ..	23
4.1.7	RISQUES TECHNOLOGIQUES .....	24
4.1.8	RISQUES LIES A LA CROISSANCE.....	24
4.2	RISQUES LIES A L’ORGANISATION DE LA SOCIETE .....	25
4.2.1	RISQUES HUMAINS .....	25
4.2.2	DEPENDANCE A L’EGARD DES HOMMES CLES.....	25
4.2.3	RISQUES SOCIAUX.....	25
4.2.4	RISQUES LIES A LA SOUS-TRAITANCE.....	25
4.3	RISQUES LIES A LA REGLEMENTATION .....	25
4.3.1	ENVIRONNEMENT REGLEMENTAIRE CONCERNANT LA VENTE EN LIGNE ET DE LA PROSPECTION COMMERCIALE PAR INTERNET .....	25
4.3.2	RISQUES LIES AU TRAITEMENT DES DONNEES A CARACTERE PERSONNEL.....	26
4.3.3	REGLEMENTATION GENERALE APPLICABLE A LA PUBLICITE .....	27
4.3.4	REGLEMENTATION APPLICABLE AU FONCTIONNEMENT DES COMITES D’ENTREPRISE ....	28
4.3.5	REGLEMENTATION APPLICABLE AUX EQUIPEMENTS ELECTRIQUES ET ELECTRONIQUES ET AUX DECHETS QUI EN SONT ISSUS .....	28
4.4	ASSURANCES ET COUVERTURE DE RISQUES.....	28
4.5	RISQUES DE FINANCIERS .....	29
4.5.1	RISQUE DE TAUX.....	29
4.5.2	RISQUE DE CHANGE .....	29
4.5.3	RISQUE DE LIQUIDITE.....	29
4.5.4	RISQUE ACTION.....	29
4.6	FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES .....	30
<b>5</b>	<b>INFORMATIONS CONCERNANT L’EMETTEUR .....</b>	<b>31</b>
5.1	HISTOIRE ET EVOLUTION DE LA SOCIETE .....	31
5.1.1	RAISON SOCIALE (ARTICLE 3 DES STATUTS).....	31
5.1.2	REGISTRE DU COMMERCE ET DES SOCIETES .....	31
5.1.3	DUREE DE LA SOCIETE (ARTICLE 5 DES STATUTS).....	31

5.1.4	SIEGE SOCIAL (ARTICLE 4 DES STATUTS), FORME JURIDIQUE (ARTICLE 1 DES STATUTS) ..	31
5.1.5	EXERCICE SOCIAL (ARTICLE 6 DES STATUTS).....	32
5.1.6	HISTORIQUE	32
5.2	INVESTISSEMENTS .....	33
5.2.1	PRINCIPAUX INVESTISSEMENTS REALISES PAR L'EMETTEUR AU COURS DES EXERCICES 2005 ET 2006.....	33
5.2.2	INVESTISSEMENTS REALISES DEPUIS LE 31 MARS 2006 .....	33
5.2.3	INVESTISSEMENTS POTENTIELS A COURT ET MOYEN TERME.....	33
5.2.4	PRINCIPALES CESSIONS REALISEES PAR L'EMETTEUR SUR LES TROIS DERNIERS EXERCICES 33	
<b>6</b>	<b>APERCU DES ACTIVITES DE LA SOCIETE .....</b>	<b>34</b>
6.1	DESCRIPTION DE L'ACTIVITE D'INITIATIVES & DEVELOPPEMENTS .....	34
6.2	UNE OFFRE MULTIPRODUITS ET MULTISERVICES COMPETITIVE GRACE A L'INTEGRATION D'UNE CENTRALE D'ACHAT .....	37
6.3	LES DIFFERENTS SITES .....	39
6.4	LA CONTRIBUTION DE CHACUNE DES COMPOSANTES DU CHIFFRE D'AFFAIRES A LA FORMATION DE LA MARGE MET EN EVIDENCE UN BUSINESS MODELE ORIGINAL ET CREATEUR DE VALEUR.....	39
6.4.1	LA MARGE SUR LES ABONNEMENTS .....	39
6.4.2	LA MARGE SUR LES PRODUITS ET SERVICES.....	40
6.4.3	LA MARGE SUR LA VENTE D'ESPACE PUBLICITAIRE.....	40
6.4.4	LA MARGE SUR LES CLUBS ACHATS, ACTIVITE DE FIDELISATION.....	40
6.5	LA CLIENTELE DES COMITES D'ENTREPRISE.....	41
6.5.1	FONCTIONNEMENT .....	41
6.5.2	LE MARCHE DES COMITES D'ENTREPRISE .....	43
6.5.3	UN MARCHE CONCURRENTIEL MAIS PEU STRUCTURE .....	47
6.6	LA CLIENTELE DES CLUBS ACHATS .....	50
6.6.1	FONCTIONNEMENT .....	50
6.6.2	LE MARCHE DES CLUBS ACHATS.....	52
6.7	LE MARCHE DE LA VENTE A DISTANCE EN LIGNE ET DE LA PUBLICITE SUR INTERNET .....	57
6.7.1	LE DEVELOPPEMENT D'INTERNET EN FRANCE .....	57
6.7.2	LE MARCHE DE VENTES A DISTANCE PAR INTERNET (E-COMMERCE) .....	63
6.7.3	LE MARCHE DE LA PUBLICITE INTERACTIVE.....	67
6.7.4	LE MARCHE DE L'E-MAIL MARKETING .....	72
6.8	LES PERSPECTIVES DE DEVELOPPEMENTS.....	76
6.8.1	A PARTIR DE LA CLIENTELE EXISTANTE .....	76
6.8.2	L'ACQUISITION DE NOUVEAUX CLIENTS .....	76
<b>7</b>	<b>ORGANIGRAMME .....</b>	<b>78</b>
7.1	DESCRIPTION DU GROUPE .....	78
7.2	PRINCIPALES FILIALES DE L'EMETTEUR.....	79
<b>8</b>	<b>PROPRIETES IMMOBILIERES, USINES ET EQUIPEMENTS.....</b>	<b>80</b>
8.1	PROPRIETES IMMOBILIERES .....	80
8.2	QUESTIONS ENVIRONNEMENTALES.....	80
<b>9</b>	<b>EXAMEN DE LA SITUATION FINANCIERE ET DU RESULTAT.....</b>	<b>81</b>

<b>9.1</b>	<b>EXAMEN DE LA SITUATION FINANCIERE ET DU RESULTAT DES EXERCICES CLOS AU 31 MARS 2005 ET AU 31 MARS 2006 (DONNEES PRO FORMA) .....</b>	<b>81</b>
9.1.1	CHIFFRE D’AFFAIRES .....	81
9.1.2	CHARGES D’EXPLOITATION .....	82
9.1.3	RESULTAT D’EXPLOITATION.....	82
9.1.4	RESULTAT NET .....	82
<b>9.2</b>	<b>FACTEURS DE NATURE GOUVERNEMENTALE, ECONOMIQUE, BUDGETAIRE, MONETAIRE OU POLITIQUE POUVANT INFLUENCER SENSIBLEMENT LES OPERATIONS DE LA SOCIETE.....</b>	<b>82</b>
<b>10</b>	<b>TRESORERIE ET CAPITAUX.....</b>	<b>83</b>
10.1	CAPITAUX PROPRES DE L’EMETTEUR .....	83
10.2	ENDETTEMENT ET LIQUIDITE DE L’EMETTEUR.....	83
10.3	CONDITIONS D’EMPRUNTS .....	83
10.4	RESTRICTIONS EVENTUELLES A L’UTILISATION DES CAPITAUX.....	83
10.5	SOURCES DE FINANCEMENT ATTENDUES, NECESSAIRES POUR HONORER SES ENGAGEMENTS	
	83	
<b>11</b>	<b>RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT, BREVETS ET LICENCES.....</b>	<b>84</b>
<b>12</b>	<b>INFORMATIONS SUR LES TENDANCES.....</b>	<b>85</b>
12.1	BILAN DE L’EXERCICE 2005/2006.....	85
12.2	PERSPECTIVES DE L’EXERCICE 2006/2007.....	85
12.3	STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT A MOYEN TERME .....	85
12.4	ELEMENTS SUSCEPTIBLES D’INFLUER LES PERSPECTIVES DE L’EMETTEUR.....	85
<b>13</b>	<b>PREVISIONS OU ESTIMATIONS DU BENEFICE.....</b>	<b>86</b>
<b>14</b>	<b>ORGANES D’ADMINISTRATION, DE DIRECTION, ET DE SURVEILLANCE ET DE DIRECTION GENERALE .....</b>	<b>87</b>
14.1	INFORMATIONS GENERALES RELATIVES AUX DIRIGEANT ET ADMINISTRATEURS.....	87
14.2	AUTRES MANDATS SOCIAUX ET AUTRES FONCTIONS EXERCES .....	87
14.3	BIOGRAPHIE DES DIRIGEANTS ET ADMINISTRATEURS .....	87
14.4	CONFLITS D’INTERETS AU NIVEAU DES MEMBRES DU CONSEIL D’ADMINISTRATION .....	88
<b>15</b>	<b>REMUNERATION ET AVANTAGES .....</b>	<b>89</b>
15.1	REMUNERATION DES ADMINISTRATEURS ET DIRIGEANTS.....	89
15.2	OPTIONS DE SOUSCRIPTIONS OU D’ACHAT D’ACTIONS CONSENTIES AUX MANDATAIRES SOCIAUX ET OPTIONS LEVEES PAR CES DERNIERS .....	89
15.3	PRETS ET GARANTIES ACCORDES OU CONSTITUES EN FAVEUR DES MEMBRES DES ORGANES D’ADMINISTRATION, DE DIRECTION OU DE SURVEILLANCE DE LA SOCIETE .....	90
15.4	MONTANT TOTAL DES SOMMES PROVISIONNEES OU CONSTATEES PAR LA SOCIETE AUX FINS DE VERSEMENT DE PENSIONS, DE RETRAITES OU D’AUTRES AVANTAGES .....	90
<b>16</b>	<b>FONCTIONNEMENT DES ORGANES D’ADMINISTRATION ET DE DIRECTION.....</b>	<b>91</b>

<b>16.1</b>	<b>DATE D'EXPIRATION DES MANDATS DES MEMBRES DES ORGANES D'ADMINISTRATION ET DE CONTROLE.....</b>	<b>91</b>
<b>16.2</b>	<b>INFORMATIONS SUR LES CONTRATS DE SERVICE LIANT LES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION A LA SOCIETE OU A L'UNE DE SES FILIALES ET PREVOYANT L'OCTROI D'AVANTAGES.....</b>	<b>91</b>
<b>16.3</b>	<b>GOUVERNEMENT D'ENTREPRISES / COMITES .....</b>	<b>91</b>
<b>16.4</b>	<b>RAPPORT SUR LE CONTROLE INTERNE.....</b>	<b>91</b>
<b>17</b>	<b>SALARIES.....</b>	<b>92</b>
<b>17.1</b>	<b>EFFECTIFS A FIN MAI 2006 .....</b>	<b>92</b>
<b>17.2</b>	<b>ORGANIGRAMME FONCTIONNEL.....</b>	<b>92</b>
<b>17.3</b>	<b>PARTICIPATIONS ET STOCKS OPTIONS DES ADMINISTRATEURS ET DIRIGEANTS .....</b>	<b>93</b>
<b>17.4</b>	<b>PARTICIPATION DES SALARIES DANS LA CAPITAL DE LA SOCIETE .....</b>	<b>93</b>
<b>17.4.1</b>	<b>ACTIONS DETENUES PAR LES SALARIES .....</b>	<b>93</b>
<b>17.4.2</b>	<b>BONS DE SOUSCRIPTION DE PARTS DE CREATEURS D'ENTREPRISE (BSPCE) .....</b>	<b>93</b>
<b>17.4.3</b>	<b>STOCK OPTIONS.....</b>	<b>94</b>
<b>17.4.4</b>	<b>BONS DE SOUSCRIPTION D'ACTIONS.....</b>	<b>94</b>
<b>17.5</b>	<b>ACTIONS GRATUITES ET CONTRATS D'INTERESSEMENT ET DE PARTICIPATION.....</b>	<b>95</b>
<b>18</b>	<b>PRINCIPAUX ACTIONNAIRES .....</b>	<b>96</b>
<b>18.1</b>	<b>REPARTITION DU CAPITAL.....</b>	<b>96</b>
<b>18.2</b>	<b>DROITS DE VOTE DOUBLE .....</b>	<b>96</b>
<b>18.3</b>	<b>PACTE D'ACTIONNAIRES .....</b>	<b>97</b>
<b>18.4</b>	<b>CONTROLE DE LA SOCIETE.....</b>	<b>97</b>
<b>18.5</b>	<b>ACCORDS SUSCEPTIBLES D'ENTRAINER UN CHANGEMENT DE CONTROLE .....</b>	<b>97</b>
<b>19</b>	<b>OPERATIONS AVEC DES APPARENTES.....</b>	<b>98</b>
<b>20</b>	<b>INFORMATIONS FINANCIERES CONCERNANT LE PATRIMOINE, LA SITUATION FINANCIERE ET LES RESULTATS DE L'EMETTEUR.....</b>	<b>99</b>
<b>20.1</b>	<b>COMPTES PRO FORMA AU 31 MARS 2006 .....</b>	<b>99</b>
<b>20.1.1</b>	<b>RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES .....</b>	<b>99</b>
<b>20.1.2</b>	<b>COMPTES PRO FORMA AU 31 MARS 2006 .....</b>	<b>101</b>
<b>20.2</b>	<b>COMPTES SOCIAUX AU 31 MARS 2006 .....</b>	<b>114</b>
<b>20.2.1</b>	<b>RAPPORT GENERAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES.....</b>	<b>114</b>
<b>20.2.2</b>	<b>RAPPORTS SPECIAUX DES COMMISSAIRES AUX COMPTES .....</b>	<b>116</b>
<b>20.2.3</b>	<b>COMPTES SOCIAUX AU 31/03/2006 .....</b>	<b>119</b>
<b>20.3</b>	<b>COMPTES SOCIAUX AU 31 DECEMBRE 2004 .....</b>	<b>129</b>
<b>20.3.1</b>	<b>RAPPORT GENERAL DU COMMISSAIRE AUX COMPTES .....</b>	<b>129</b>
<b>20.3.2</b>	<b>RAPPORT SPECIAL DU COMMISSAIRE AUX COMPTES .....</b>	<b>130</b>
<b>20.3.3</b>	<b>RAPPORT DU COMMISSAIRE AUX COMPTES SUR LES PROCEDURES DE CONTROLE INTERNE</b>	
	132	
<b>20.3.4</b>	<b>COMPTES SOCIAUX AU 31/12/2004 .....</b>	<b>133</b>
<b>20.4</b>	<b>POLITIQUE DE DISTRIBUTION DES DIVIDENDES .....</b>	<b>136</b>
<b>20.5</b>	<b>PROCEDURES JUDICIAIRES ET D'ARBITRAGE .....</b>	<b>136</b>
<b>21</b>	<b>INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES.....</b>	<b>137</b>

<b>21.1</b>	<b>CAPITAL SOCIAL</b> .....	<b>137</b>
21.1.1	MONTANT DU CAPITAL SOCIAL (ARTICLE 8 DES STATUTS) .....	137
21.1.2	CAPITAL SOCIAL AUTORISE NON EMIS .....	137
21.1.3	TITRES NON REPRESENTATIFS DU CAPITAL .....	142
21.1.4	AUTOCONTROLE .....	142
21.1.5	VALEURS MOBILIERES COMPLEXES .....	142
21.1.6	EVOLUTION DU CAPITAL SOCIAL DEPUIS LA CREATION DE LA SOCIETE .....	143
21.1.7	EVOLUTION DU CAPITAL AU COURS DES TROIS DERNIERES ANNEES .....	143
<b>21.2</b>	<b>ACTES CONSTITUTIFS ET STATUTS</b> .....	<b>143</b>
21.2.1	DENOMINATION SOCIALE (ARTICLE 3 DES STATUTS) .....	143
21.2.2	OBJET SOCIAL (ARTICLE 2 DES STATUTS) .....	143
21.2.3	EXERCICE SOCIAL (ARTICLE 6 DES STATUTS).....	144
21.2.4	DISPOSITIONS RELATIVES AUX ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION (ARTICLES 14 A 18 DES STATUTS).....	144
21.2.5	DROITS, PRIVILEGES ET RESTRICTIONS ATTACHEES AUX ACTIONS (ARTICLE 13 DES STATUTS)	147
21.2.6	RACHAT PAR LA SOCIETE DE SES PROPRES ACTIONS.....	147
21.2.7	MODIFICATION DES DROITS DES ACTIONNAIRES (ARTICLES 9 A 11 DES STATUTS).....	147
21.2.8	ASSEMBLEES GENERALES (ARTICLE 20 A 28 DES STATUTS) .....	148
21.2.9	DISPOSITIFS PERMETTANT DE RETARDER, DIFFERER OU EMPECHER UN CHANGEMENT DE CONTROLE	151
21.2.10	TRANSMISSION DES ACTIONS, DECLARATIONS DE FRANCHISSEMENT DE SEUIL (ARTICLE 12 DES STATUTS)	151
21.2.11	STIPULATIONS PARTICULIERES REGISSANT LES MODIFICATIONS DU CAPITAL SOCIAL ...	152
<b>23</b>	<b>INFORMATIONS PROVENANT DE TIERS, DECLARATIONS D'EXPERTS ET DECLARATIONS D'INTERÊTS</b> .....	<b>154</b>
<b>24</b>	<b>DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC</b> .....	<b>155</b>
<b>25</b>	<b>INFORMATIONS SUR LES PARTICIPATIONS</b> .....	<b>156</b>
<b>PARTIE 2 : INFORMATIONS RELATIVES A L'OPERATION</b> .....		<b>157</b>
<b>1.</b>	<b>PERSONNES RESPONSABLES</b> .....	<b>157</b>
1.1.	DENOMINATION DES PERSONNES RESPONSABLES .....	157
1.2.	ATTESTATION DES PERSONNES RESPONSABLES .....	157
1.2.1.	ENGAGEMENTS DE LA SOCIETE .....	157
1.2.2.	CALENDRIER INDICATIF DE COMMUNICATION FINANCIERE .....	157
<b>2.</b>	<b>FACTEURS DE RISQUES DE MARCHE INFLUANT SUR LES VALEURS MOBILIERES</b> .....	<b>158</b>
<b>3.</b>	<b>INFORMATIONS SUR LES VALEURS MOBILIERES ADMISES A LA NEGOCIATION</b>	<b>159</b>
3.1.	NATURES DES ACTIONS ET CODE ISIN .....	159
3.2.	DROIT APPLICABLE .....	159
3.3.	FORME DES ACTIONS (ARTICLE 11 DES STATUTS).....	159
3.4.	MONNAIE DE L'EMISSION.....	159

<b>3.5. DROITS ET OBLIGATIONS ATTACHES AUX ACTIONS (ARTICLE 13 DES STATUTS) .....</b>	<b>159</b>
<b>3.6. RESTRICTIONS A LA LIBRE NEGOCIATION DES VALEURS MOBILIERES (ARTICLE 12 DES STATUTS).....</b>	<b>159</b>
<b>3.7. REGLES DE RETRAIT OU DE RACHAT OBLIGATOIRE APPLICABLES AUX VALEURS MOBILIERES.....</b>	<b>159</b>
<b>3.8. OPERATIONS PUBLIQUES D'ACHAT RECENTES .....</b>	<b>160</b>
<b>3.9. REGIME FISCAL DES VALEURS MOBILIERES .....</b>	<b>160</b>
<b>3.10. TRIBUNAUX COMPETENTS EN CAS DE LITIGES .....</b>	<b>163</b>
<b>4. RAPPEL RELATIF A L'OPERATION DE PLACEMENT PRIVE PREALABLE A LA COTATION DES TITRES SUR LE MARCHE ALTERNEXT.....</b>	<b>164</b>
<b>4.1. CADRE JURIDIQUE DE L'EMISSION DE L'OPERATION DE PLACEMENT PRIVE.....</b>	<b>164</b>
<b>4.1.1. ASSEMBLEE GENERALE AYANT AUTORISE L'EMISSION .....</b>	<b>164</b>
<b>4.1.2. CONSEIL D'ADMINISTRATION AYANT DECIDE L'EMISSION .....</b>	<b>165</b>
<b>4.1.3. CONSEIL D'ADMINISTRATION AYANT CONSTATE L'EMISSION .....</b>	<b>168</b>
<b>4.2. CARACTERISTIQUES DU PLACEMENT PRIVE PREALABLE A LA COTATION DES TITRES SUR LE MARCHE ALTERNEXT .....</b>	<b>169</b>
<b>4.2.1. MODALITES RELATIVES AU PLACEMENT PRIVE ET ADMISSION SUR ALTERNEXT .....</b>	<b>169</b>
<b>4.2.2. OBJECTIFS DE L'OPERATION DE PLACEMENT PRIVE ET DE COTATION SUR ALTERNEXT</b>	<b>170</b>
<b>4.2.3. CHARGES RELATIVES A LA REALISATION DU PLACEMENT PRIVE ET DE LA COTATION SUR ALTERNEXT</b>	<b>170</b>
<b>4.2.4. ELEMENTS DE VALORISATION .....</b>	<b>170</b>
<b>4.3. REPARTITION ACTUELLE DU CAPITAL ET DES DROITS DE VOTE .....</b>	<b>173</b>
<b>4.4. NATURE, NOMBRE, DATE DE JOUISSANCE DES ACTIONS ADMISES AUX NEGOCIATIONS .....</b>	<b>173</b>
<b>4.5. CONDITIONS GENERALES D'ADMISSION.....</b>	<b>174</b>
<b>4.6. ETABLISSEMENTS FINANCIERS EN CHARGE DE L'ADMISSION .....</b>	<b>174</b>

## **1 PERSONNES RESPONSABLES**

### **1.1 Responsable de l'Offering Circular**

Monsieur Christian Quérou, Président du Conseil d'Administration et Directeur Général

### **1.2 Attestation du Responsable de l'Offering Circular**

« A ma connaissance, et après avoir pris toute mesure raisonnable à cet effet, les données du présent Offering Circular 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 l'émetteur ainsi que sur les droits attachés aux instruments financiers qui font l'objet d'un placement privé dans le cadre de l'admission sur Alternext ; elles ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée. »

Monsieur Christian Quérou  
Président du Conseil d'Administration



### **1.3 Attestation du Listing Sponsor – Prestataire de Services d'Investissements**

H. et Associés, 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 Initiatives & Développements, les diligences professionnelles d'usage.

Ces diligences ont notamment pris la forme de la vérification des documents produits par Initiatives & Développements ainsi que d'entretiens avec des membres de la direction et du personnel de la Société, conformément au schéma type d'Alternext. H. et Associés 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 Initiatives & Développements à H. et Associés, ce dernier les ayant présumés exhaustifs, véridiques et sincères.

Cette attestation ne constitue pas une recommandation de H. et Associés de souscrire aux titres de Initiatives & Développements, ni ne saurait se substituer aux autres attestations ou documents délivrés par Initiatives & Développements et/ou ses Commissaires aux Comptes.

H. et Associés 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.

H. et Associés  
Monsieur Pierre Perrine  
Président Directeur Général

## **2 RESPONSABLES DU CONTRÔLE DES COMPTES**

### **Commissaire aux comptes titulaires**

Monsieur Jean-Paul Martin, domiciliée 178, boulevard Haussmann – 75008 Paris, nommé lors de l'Assemblée Générale Mixte en date du 18 novembre 2002 pour la durée de 6 exercices, soit jusqu'à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 mars 2008.

Monsieur Frédéric BURBAND, domicilié 96, chemin du Ru d'Avril 95130-Franconville, nommé lors de l'Assemblée Générale Mixte en date du 31 mars 2006 pour une durée de 6 exercices, soit jusqu'à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 mars 2011.

### **Commissaires aux comptes suppléants**

Monsieur Philippe TOUCHAIS, domicilié 19, rue Théodore De Banville - 75017 Paris, nommé lors de l'Assemblée Générale en date du 18 novembre 2002 pour une durée de 6 exercices, soit jusqu'à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 mars 2008.

Madame Françoise CALLIER, domiciliée 33, rue Pierre Lhomme – 92400 Courbevoie, nommée lors de l'Assemblée Générale Mixte en date du 31 mars 2006 pour la durée de 6 exercices, soit jusqu'à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 mars 2011.

### 3 INFORMATIONS FINANCIERES SELECTIONNEES

Les informations financières sélectionnées proviennent des comptes consolidés pro forma pour les exercices clos au 31 mars 2005 et 2006.

Ces données comptables doivent être lues en parallèle avec le chapitre 20 – Partie I « Informations financières concernant le patrimoine, la situation financière et les résultats » du présent document.

#### Principales données financières pro forma 2005 - 2006

##### Données d'exploitation :

K€

INITIATIVES & DEVELOPPEMENTS	2006		2005		Variations 03/06 - 03/05	
	Montants	%	Montants	%	Montants	%
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES H.T.</b>	<b>6 232</b>	<b>100,0%</b>	<b>3 251</b>	<b>100,0%</b>	<b>2 981</b>	<b>91,7%</b>
- Coût d'achat des marchandises vendues	4 851	77,8%	2 610	80,3%	2 241	85,9%
- Coût d'achat des MP et approv.	9	0,1%	6	0,2%	3	47,9%
⇒ <b>MARGE BRUTE</b>	<b>1 372</b>	<b>22,0%</b>	<b>634</b>	<b>19,5%</b>	<b>737</b>	<b>NS</b>
- Charges externes (hors crédit-bail et personnel extérieur)	530	8,5%	372	11,4%	158	42,6%
⇒ <b>VALEUR AJOUTEE</b>	<b>841</b>	<b>13,5%</b>	<b>262</b>	<b>8,1%</b>	<b>579</b>	<b>NS</b>
+ Subventions d'exploitation	0	-	0	-	0	NS
- Impôts et taxes	25	0,4%	26	0,8%	0	- 1,3%
- Charges de personnel	497	8,0%	342	10,5%	155	45,2%
⇒ <b>EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION</b>	<b>319</b>	<b>5,1%</b>	<b>-105</b>	<b>- 3,2%</b>	<b>425</b>	<b>NS</b>
- Dotations aux amortissements (dont crédit-bail)	96	1,5%	63	1,9%	33	52,0%
- Dotations aux provisions	0	-	1	0,0%	-1	NS
- Autres charges	7	0,1%	3	0,1%	4	NS
+ Reprises sur provisions et transfert de charges	5	0,1%	4	0,1%	1	19,4%
+ Autres produits	1	0,0%	1	0,0%	0	22,3%
⇒ <b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>	<b>222</b>	<b>3,6%</b>	<b>-167</b>	<b>- 5,1%</b>	<b>389</b>	<b>NS</b>
⇒ <b>Quotes-parts des opérations faites en communs</b>	<b>0</b>	<b>-</b>	<b>0</b>	<b>-</b>	<b>0</b>	<b>NS</b>
+ Produits financiers	2	0,0%	1	0,0%	2	NS
- Charges financières (dont crédit-bail)	38	0,6%	5	0,2%	33	NS
⇒ <b>RESULTAT FINANCIER</b>	<b>-36</b>	<b>- 0,6%</b>	<b>-4</b>	<b>- 0,1%</b>	<b>-31</b>	<b>NS</b>
⇒ <b>RESULTAT COURANT</b>	<b>186</b>	<b>3,0%</b>	<b>-172</b>	<b>- 5,3%</b>	<b>358</b>	<b>NS</b>
+ Produits exceptionnels	94	1,5%	0	0,0%	94	NS
- Charges exceptionnelles	23	0,4%	30	0,9%	-7	- 23,1%
⇒ <b>RESULTAT EXCEPTIONNEL</b>	<b>71</b>	<b>1,1%</b>	<b>-30</b>	<b>- 0,9%</b>	<b>101</b>	<b>NS</b>
- Impôts sur les bénéfices	-3	- 0,1%	17	0,5%	-20	NS
⇒ <b>RESULTAT NET</b>	<b>261</b>	<b>4,2%</b>	<b>-218</b>	<b>- 6,7%</b>	<b>479</b>	<b>NS</b>

**Données bilancielles :**

Montants K€	31/03/2006	31/03/2005	Variations 03/06 - 03/05	
			Montants	%
<b>Ressources stables</b>	<b>1 413</b>	<b>679</b>	<b>734</b>	<b>NS</b>
Capitaux propres	938	449	490	NS
Amortissements	322	225	96	42,7%
Provisions	0	6	-6	- 100,0%
Emprunts	153	0	153	NS
<b>Emplois durables</b>	<b>1 044</b>	<b>979</b>	<b>65</b>	<b>6,7%</b>
Immobilisations incorporelles brutes	895	840	55	6,6%
Immobilisations corporelles brutes	130	118	12	10,4%
Immobilisations financières brutes	19	22	-2	- 10,2%
<b>FONDS DE ROULEMENT</b>	<b>369</b>	<b>-299</b>	<b>668</b>	<b>NS</b>
<i>Soit en jours de chiffre d'affaires</i>	<i>5</i>	<i>-8</i>		
<b>Besoins d'exploitation</b>	<b>1 890</b>	<b>1 228</b>	<b>662</b>	<b>53,9%</b>
Stocks	136	106	30	28,1%
Avances et acomptes versés	1	0	1	NS
Créances clients	1 196	323	873	NS
Autres créances	300	646	-346	- 53,6%
Comptes courants d'associés	0	0	0	NS
Comptes de régularisation	257	153	104	68,4%
<b>Ressources d'exploitation</b>	<b>1 194</b>	<b>1 303</b>	<b>-109</b>	<b>- 8,3%</b>
Emprunts court terme	0	295	-295	- 100,0%
Comptes courants d'associés	0	0	0	NS
Avances et acomptes reçus	44	51	-7	- 14,3%
Dettes fournisseurs	562	570	-8	- 1,3%
Dettes fiscales et sociales	275	359	-83	- 23,2%
Dettes sur immobilisations	0	0	0	NS
Autres dettes	106	28	78	NS
Comptes de régularisation	206	0	206	NS
<b>BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT</b>	<b>696</b>	<b>-74</b>	<b>770</b>	<b>NS</b>
<i>Soit en jours de chiffre d'affaires</i>	<i>10</i>	<i>-2</i>		
<b>Trésorerie active</b>	<b>20</b>	<b>4</b>	<b>16</b>	<b>NS</b>
Disponibilités	20	4	16	NS
VMP	0	0	0	NS
<b>Trésorerie passive (1)</b>	<b>346</b>	<b>229</b>	<b>118</b>	<b>51,6%</b>
Concours bancaires courants	84	229	-145	- 63,4%
Effets escomptés non échus	263	0	263	NS
<b>TRESORERIE</b>	<b>-327</b>	<b>-225</b>	<b>-102</b>	<b>45,2%</b>
<i>Soit en jours de chiffre d'affaires</i>	<i>-5</i>	<i>-6</i>		

(1) dont effets escomptés non échus : 263 K€.

## **4 FACTEURS DE RISQUES**

*Les investisseurs, avant de procéder à l'acquisition d'actions de la société, sont invités à examiner l'ensemble des informations contenues dans ce document, y compris les risques décrits ci-dessous.*

*Ces risques sont à la date de cet Offering Circular, ceux dont la réalisation est susceptible d'avoir un effet défavorable significatif sur la Société, son activité, sa situation financière ou ses résultats et qui sont importants pour la prise de décision d'investissement*

*L'attention des investisseurs est toutefois attirée sur le fait que la liste des risques présentée au présent chapitre 4 n'est pas exhaustive et que d'autres risques, inconnus ou dont la réalisation n'est pas considérée, à la date de l'Offering Circular, comme susceptible d'avoir un effet défavorable sur la société, sa situation financière ou ses résultats, peuvent exister.*

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

#### **4.1.1 Risque liés à l'évolution du marché**

Une partie de l'activité de la Société est le e-commerce par abonnement auprès de communautés de consommateurs définies. Son niveau d'activité est donc dépendant du taux d'équipement des français et des entreprises françaises en informatique et connexion internet, et de leur propension à effectuer des achats en ligne. Cet aspect est évoqué au chapitre 7.7.1.

Son niveau d'activité est également dépendant du niveau consommation générale en France.

Cette dernière affirmation doit toutefois être nuancée, d'une part, par le fait que les sommes dépensées par les clients finaux de la Société sont souvent des sommes qui leur sont allouées quelle que soit la conjoncture économique (comités d'entreprise et TPE notamment). D'autre part, la Société proposant des produits et services à prix réduit, les consommateurs auront une propension plus forte à se diriger vers ce type d'offre en période de morosité ou de récession économique.

Cependant, on peut estimer qu'une forte chute du niveau de consommation en France, et qu'une dégradation générale de l'économie française, impacterait négativement le niveau d'activité de la société.

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

Compte tenu de leur forte croissance, les marchés de la vente en ligne en général, du marketing sur internet, et plus encore ceux liés à l'essor d'Internet, sont des marchés fortement concurrentiels.

Fort de son expérience reconnue sur le marché, de ses équipes spécialisées et compétentes, de son savoir-faire accumulé depuis plusieurs années, la Société a su créer une offre intégrée qui aujourd'hui n'a pas d'équivalent en France. D'ailleurs, nombre des concurrents directs de la Société s'approvisionnent auprès d'elle car ils ne sont pas en mesure de proposer une offre aussi complète.

La Société estime ainsi disposer des compétences nécessaires pour conserver et développer sa position tout en étant capable de s'adapter aux diverses évolutions inhérentes au développement d'Internet.

#### **4.1.3 Risques liés aux partenariats (GITEM) – Risques fournisseurs**

Jusqu'en mars 2006, date de l'achat par la Société de parts dans la coopérative GITEM, les achats de produits et de services se faisaient principalement en direct auprès des fabricants ou des distributeurs.

On note d'ailleurs au bilan au 31 mars 2006, que le principal fournisseur de la Société est la société Mediatag (fournisseur en produits Sony), correspondant à une grosse commande en mars. Il faut y voir un effet de « cut-off » des comptes.

Maintenant qu'elle bénéficie d'un accès à la coopérative GITEM, la Société souhaite tendre vers un approvisionnement à environ 80 % de son offre de produits brun, gris et blanc grâce à ce partenariat.

Les parts acquises dans cette coopérative lui confèrent des droits qui limitent fortement le risque de non approvisionnement. En outre, sa forme juridique (Société Anonyme Coopérative Artisanale à capital variable), et son assise commerciale et financière (plus de 1 700 produits-références, capitaux propres de 1,8 M€ à fin 2004, chiffre d'affaires de 37,3 M€ en 2004) limite significativement le risque de défaillance de GITEM.

Cependant, si cette structure devait subitement cesser son activité, l'activité de la Société serait impactée négativement.

Pour le reste de ses produits et services, la Société se fournit directement auprès des fabricants ou des prestataires de services, tels que : Yamaha, Electrolux, Kenwood, parcs d'attraction (DisneyLand Resort Paris, parc Asterix), UGC, etc ...

Eu égard au business model de la Société, qui consiste à acheter le produit auprès du fournisseur une fois que le consommateur a payé le dit-produit, le risque de dépendance au fournisseur est très limité. En outre, la concentration des achats auprès d'un même fournisseur est très variable, puisque par définition ils dépendent des choix des consommateurs. D'une manière générale, le risque lié à la chaîne de vente est faible, notamment car l'offre de la société est composée d'un grand nombre de produits et services différents, et car, in fine, c'est le client final qui façonne l'offre de la Société.

#### **4.1.4 Risques clients**

Le plus gros volume de chiffre d'affaires de la Société est engendré par les achats en ligne effectué par des particuliers. Par nature, il n'existe donc aucun risque de concentration du poste client. Par ailleurs, les produits et services achetés par ses derniers étant payés avant d'être livrés, le risque de solvabilité est nul.

Il existe en outre une saisonnalité des ventes hors événements exceptionnels (fête des mères, coupe du monde de football, etc ...), variable selon les types de produits ou services :

- Sur les produits gris, blancs ou bruns, environ 60 % des ventes sont faites entre septembre et décembre ;
- Sur les voyages (pour lesquels la société n'est pas « facturante »), un pic de ventes est constaté aux périodes de vacances scolaires ;
- Sur les assurances : deux fois par an au moment des renouvellements ;
- Sur la billetterie et les spectacles : les ventes sont également réparties sur l'ensemble de l'année ;
- Sur les autres services (type soutien scolaire) : pic des ventes entre septembre et mai.

De même, la plupart des abonnements sont facturés à la conclusion des contrats entre la Société et ses clients (Comités d'Entreprise, TPE ou grands comptes). Le risque de solvabilité est alors quasi-inexistant, et la société n'a jamais connu d'impayés.

Il existe cependant un risque de concentration de la clientèle concernant les abonnements, puisque le plus gros client représente 25,7 % du montant total du carnet de commandes abonnements enregistré par la Société à la clôture de l'exercice 2006. Une défection d'un des ces clients pourrait avoir un impact négatif sur le niveau de chiffre d'affaires « abonnement » et « consommation » de la Société (cf. partie 6 du présent document relatif à la formation du chiffre d'affaires), mais surtout sur son niveau de marge (cf. chapitre 6.4.1 – chapitre I du présent document). Enfin, la défection de l'un de

ces gros clients « abonnement » fait courir un risque de nature commerciale, puisque ce type de client, qui inclut l'offre de la Société dans sa propre offre, déploie ses moyens commerciaux pour la vendre (cf. description de l'activité, chapitre 6 – partie I du présent document).

<b>Carnet de commande abonnement à fin mars 2006</b>		
	<b>K€</b>	<b>%</b>
1 Services	270	25,7%
2 Caisse de retraite	170	16,2%
3 Assurance	160	15,2%
4 Banques	120	11,4%
5 Hotellerie - Restauration	100	9,5%
6 Industrie pharmaceutique	80	7,6%
7 Assurance	70	6,7%
8 Assurance	50	4,8%
9 Hotellerie - Restauration	32	3,0%
<b>Total</b>	<b>1 052</b>	<b>100,0%</b>

#### **4.1.5 Gestion du Besoin en Fonds de Roulement**

La Société n'assume pas elle-même l'intégralité du risque lié aux stocks, puisque la plus grande partie de ceux-ci sont gérés par GITEM.

La gestion du reste des stocks est sous-traitée auprès de Cross-log.

Parallèlement, les revenus (abonnements, et surtout achats en ligne) sont par définition versés avant que l'entreprise n'engage les dépenses associées à ses revenus. Concernant les abonnements, le délai de paiement accordé varie entre 60 et 90 jours, la Société d'adressant à des grands comptes principalement.

Dès lors, à partir d'un volume suffisant d'affaires, la Société va dégager structurellement une trésorerie liée à son exploitation courante positive, et ne connaîtra donc pas d'enjeu particulier à la gestion de son BFR.

#### **4.1.6 Risques liés à Internet (virus, piratage, sécurisation du paiement en ligne)**

Bien que la Société mette en œuvre les moyens adaptés pour assurer la sécurité et l'intégrité de ses systèmes informatiques, elle n'est pas en mesure de garantir une protection absolue contre les virus, chevaux de Troie, vers, et autres techniques d'intrusion des systèmes ou d'exploitation des vulnérabilités. Une intrusion des systèmes par une personne malveillante pourrait compromettre la confidentialité et l'intégrité des données à caractère personnel des bases de données propres à la Société ou hébergée par celle-ci, ce qui causerait un préjudice important à la Société et serait de nature à engager sa responsabilité.

La survenance de tels événements pourrait également entraver le bon fonctionnement des systèmes et du serveur, affectant ainsi la qualité ou la disponibilité de son offre.

La Société ne peut en outre exclure la possibilité que ses serveurs puissent involontairement servir de vecteur à la propagation de virus, en particulier à l'occasion de l'apparition d'un nouveau virus qui ne serait pas encore connu des fournisseurs de solutions anti-virus, ou encore qu'ils puissent être utilisés par des tiers malveillants afin de diffuser des messages non sollicités.

Le paiement en ligne a été confié à Atos, acteur majeur et reconnu sur ce secteur. Les risques liés à cette partie de l'activité ont donc été minimisés.

#### 4.1.7 Risques technologiques

Même si les risques techniques et technologiques auxquels la Société est exposée sont de plusieurs natures (évolution technologiques par exemple), le principal risque est l'indisponibilité du service et de l'offre. Une indisponibilité prolongée aurait des conséquences négatives sur l'image de la Société vis-à-vis de ses clients et sur son niveau d'activité.

Le parc informatique de la Société se compose actuellement de :

- 19 postes clients sous Microsoft Windows XP Professionnel dont 2 postes clients distants situés à Paris 15<sup>ème</sup> reliés au domaine par un tunnel VPN. Le nombre de postes clients est appelé à passer de 19 à 40 très rapidement.
- 2 serveurs fonctionnant sous Microsoft Windows 2003 Server,
- 1 routeur Firewall VPN de marque WatchGuard,
- 1 routeur Firewall VPN de marque ZYXEL,
- 1 routeur Firewall WiFi NetGear
- 3 switches 24 ports 10/100/1000Mbit de marque Hewlett Packard reliés par rocade,
- 2 imprimantes réseau,
- 1 connexion internet à débit symétrique garanti de 2 Mbps fournie par Easynet,
- 1 connexion internet de secours 2048/256 fournie par Wanadoo.

Tout le système informatique est fédéré par un domaine local nommé InitiativeCE.

Dans cette organisation, chaque serveur dispose d'un rôle particulier :

- Le SRV-Paris1 est un serveur assemblé qui donne principalement accès au logiciel d'exploitation commerciale et comptable CEGID s'appuyant sur le gestionnaire de base de données Microsoft SQL server 2000.
- Le SRV-Paris2 est serveur de marque Fujitsu-Siemens, plus puissant que le SRV-Paris1 et qui a des attributions plus poussées :
  - Contrôle du domaine InitiativeCE ;
  - Serveur de mails (sous Microsoft Exchange 2003),
  - Serveur d'impression,
  - Serveur de fichiers.

La Société dispose aujourd'hui de 27 noms de domaines en .fr, .com, .net et/ou .eu :

- 4 domaines (initiativece.com, ultravantages.net, negociexpourmoi.com, assur-ce.com et tendance-habitat.com) destinés à l'activité CE, sont hébergés sur un serveur dédié chez Weez Conseil à Albi. Nombre des extensions de domaines sont automatiquement redirigées vers les domaines précités.
- 1 domaine destiné au grand public qui est hébergé au sein de la société Artful à Cisson-Séviégné. Il s'agit du domaine decliq.fr. Ce prestataire de prestige étant nationalement reconnu pour assurer une garantie de service et de bande passante extrêmement régulière, il assure également l'hébergement des multiples sous-domaines negociexpourmoi.com. Ces sous-domaines sont commercialement importants pour les déclinaisons en marque blanche des partenaires de la Société.

#### 4.1.8 Risques liés à la croissance

La Société a connu depuis sa création une forte croissance, et a jusqu'à présent su la gérer.

Le développement à venir de la Société nécessitera des recrutements, inclus dans un plan de recrutements établi par la Société, mais pas encore réalisés. Ils concernent notamment le renforcement de l'équipe finance-comptabilité (recrutement d'un Directeur Financier), et la mise en place d'une équipe de vendeurs conseil.



Par ailleurs, la Société est susceptible de réaliser des opérations de croissance externe en vue d'élargir son offre et sa base de clientèle. Ces acquisitions sont susceptibles d'influer directement sur l'activité, les résultats, la situation financière ou le patrimoine de la Société. A ce jour, aucun choix d'acquisition n'a été arrêté.

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

### **4.2.1 Risques humains**

Le capital humain de la Société est un élément essentiel de sa pérennité et de son développement. La fidélisation des collaborateurs est un enjeu primordial pour la Société.

En outre, afin d'assurer sa croissance, la Société devra être capable d'attirer, de former, d'intégrer et de conserver de nouveaux collaborateurs qualifiés.

Dans la perspective de fidélisation de ses collaborateurs actuels, mais également afin d'attirer et de motiver de nouveaux talents la Société a prévu, entre autre, de mettre en place un plan de bons de souscription de parts de créateurs d'entreprise (se reporter aux paragraphes 17.4.2, 17.4.3 et 17.4.4, chapitre I du présent document).

### **4.2.2 Dépendance à l'égard des hommes clés**

La perte d'un ou plusieurs collaborateurs clés ou d'un dirigeant pourrait obérer les perspectives de croissance de la Société. Toutefois, la Société est dotée d'un management de type collégial, ce qui limite le risque de dépendance à l'égard des dirigeants.

Par ailleurs, les principaux dirigeants de la Société en sont indirectement actionnaires et la contrôlent indirectement.

Enfin, la Société compte souscrire dans les mois qui suivront son introduction sur Alternext une assurance « homme clé » sur les personnes de Christian QUEROU et Christophe de SAGAZAN.

### **4.2.3 Risques sociaux**

La Société considère qu'elle n'est pas exposée à des risques sociaux en particulier. Elle n'a connu aucun jour de grève depuis sa création.

### **4.2.4 Risques liés à la sous-traitance**

Aujourd'hui, la Société confie l'intégralité des aspects logistiques de son activité (livraison, service après-vente, etc...) à un sous-traitant, l'entreprise SLS (Société de Livraison Spécialisée). Cette entreprise compte 320 salariés et réalise un chiffre d'affaires de 24,4 M€. Il existe un risque de dépendance vis-à-vis de ce sous-traitant. Un arrêt brutal de cette collaboration pourrait nuire à l'image et à l'activité de la Société.

Cependant, la Direction de la Société estime qu'aujourd'hui, le partenariat qu'elle a su développer avec son sous-traitant au fil des années est un atout commercial du fait de la réputation du sous-traitant, et un gage de la qualité du service à ses clients.

## **4.3 Risques liés à la réglementation**

### **4.3.1 Environnement réglementaire concernant la vente en ligne et de la prospection commerciale par internet**

La loi pour la confiance dans l'économie numérique a instauré une responsabilité des éditeurs de contenu mis à disposition du public. Par conséquent, la Société endosse la responsabilité éditoriale de ses sites et répond des éventuelles infractions (notamment, les infractions de presse telles que la diffamation) qui pourraient être commises.

La loi pour la confiance dans l'économie numérique a également modifié le régime juridique de la prospection commerciale par courrier électronique, en adoptant le principe selon lequel la prospection commerciale par courrier électronique doit avoir été autorisée au préalable par le destinataire (principe dit de l'« *opt-in* »). La Société se conforme à cette exigence et les membres abonnés à ses différents sites ne peuvent être sollicités par la Société et/ou par les partenaires de la Société que s'ils y ont préalablement et expressément consenti. La Société ne peut néanmoins exclure l'éventualité d'un litige concernant la transmission à ses partenaires de données à caractère personnel et l'utilisation qu'en feront ces partenaires, notamment en vue de sollicitations commerciales.

En outre, la loi pour la confiance dans l'économie numérique a instauré un régime de responsabilité de plein droit des professionnels concluant avec des consommateurs des contrats de vente ou de prestation de services à distance et par voie électronique. La Société pourrait ainsi être l'objet de poursuites de la part de membres ou clients, par exemple dans l'hypothèse où les services qui leurs sont fournis seraient indisponibles en tout ou partie.

#### **4.3.2 Risques liés au traitement des données à caractère personnel**

La protection des données personnelles informatisées ou circulant sur Internet est régie par la loi sur l'informatique et la liberté du 6 janvier 1978 (loi n°78-17). Cette loi relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, telle que modifiée par la loi n° 2004-801 du 6 août 2004 et la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 imposant 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. Cette loi prévoit en particulier la possibilité pour toute personne physique d'exiger que soient rectifiés, complétés, clarifiés, mis à jour ou effacés les informations les concernant qui sont inexacts, équivoques, périmés, incomplètes ou dont la collecte ou l'utilisation, la communication ou la conservation est interdite.

Une sensibilité accrue du public sur ces questions de protection de la vie privée et des données personnelles et des changements dans la législation auxquels la Société pourrait avoir à se conformer pourrait limiter sa capacité à utiliser de telles informations personnelles pour son activité. Cela pourrait avoir un effet défavorable sur l'activité, la situation financière ou les résultats de la Société ou sur sa capacité à réaliser ses objectifs.

En outre, 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.

Par ailleurs, les professionnels du marketing direct, ayant constitué en toute légalité des bases de données avant la publication de la loi, disposent de six mois pour recueillir le consentement des personnes déjà répertoriées.

Passé ce délai, ces personnes sont présumées avoir refusé l'utilisation ultérieure de leurs coordonnées personnelles si elles n'ont pas manifesté expressément leur consentement à celle-ci.

- 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.

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.

Les numéros de déclaration de la Société auprès de la CNIL sont : 1032023 pour Initiative CE et 720083 pour Ultra-vantages

#### **4.3.3 Réglementation générale applicable à la publicité**

La réglementation concernant la publicité et son contenu est assez dense et s'applique de la même manière à la publicité en ligne.

Elle concerne en particulier :

- *Réglementation de la publicité mensongère (article 121-3 du Code pénal et articles L121-1 et L121-4 du Code de la consommation)*  
Le législateur prévoit un ensemble de sanctions contre toutes les formes de publicité mensongère, les inexactitudes ou les ambiguïtés susceptibles d'induire les consommateurs en erreur, que celles-ci soient involontaires ou non. Par ailleurs, la loi du 10 janvier 1978 a alourdi le régime des sanctions à l'encontre des publicités mensongères : les peines peuvent aller jusqu'à deux ans d'emprisonnement et les amendes jusqu'à 50 % des dépenses publicitaires.
- *Réglementation de la publicité comparative (article L.121-8 du Code de la consommation)*  
La réglementation de la publicité comparative est très encadrée. Le régime actuel de la publicité comparative est précisé par l'ordonnance du 23 août 2001 transposant la directive européenne de 1997.
- *Réglementation relatives aux produits interdits ou limités en publicité*  
La loi Evin du 1er janvier 1993 réglemente la publicité pour l'alcool et le tabac. Le décret du 14 juin 1996 et l'article 47 de la loi du 27 janvier 1993 encadrent la publicité pour les produits pharmaceutiques. La publicité pour les produits diététiques ne doit pas faire état, sauf dérogation spéciale, de propriétés curatives ou préventives. La loi du 29 octobre 1974, modifiée par la loi du 5 juillet 1980, interdit les argumentations publicitaires poussant à la consommation d'énergie. La publicité pour les armes à feu est réglementée par la loi du 12 juillet 1985. Les publicités pour l'enseignement et la formation professionnelle sont régies respectivement par la loi du 12 juillet 1974 et la loi du 24 février 1984.
- *Réglementation relative à l'emploi de la langue française (loi du 4 août 1994)*  
L'emploi de la langue française est obligatoire et s'applique à toute publicité écrite, parlée ou audiovisuelle.
- *Réglementation relative à la protection de la création publicitaire (droits d'auteur, droits des marques et action en concurrence déloyale)*  
L'œuvre publicitaire est protégée par le Code de la Propriété Intellectuelle.

La Société se conforme à la réglementation en vigueur, et se conformera à toutes les évolutions réglementaires.

#### 4.3.4 Réglementation applicable au fonctionnement des Comités d'Entreprise

Cet aspect est abordé au chapitre 6.5.1. Néanmoins, la législation applicable en matière de définition et de régulation du fonctionnement des comités d'entreprise est susceptible d'évoluer.

L'existence des Comités d'Entreprise étant bien ancrée dans la société actuelle (leur mise en place date de 1936), il semble peu probable qu'elle soit remise en cause.

Les dernières évolutions réglementaires en la matière sont d'ailleurs plutôt favorables à la Société, puisqu'elles ont augmentées la durée des mandats des élus des Comités d'Entreprise de 2 à 4 ans, apportant ainsi plus de visibilité et de stabilité à cette partie de l'activité.

#### 4.3.5 Réglementation applicable aux équipements électriques et électroniques et aux déchets qui en sont issus

La Société est soumise au décret n° 2005-829 du 20 juillet 2005 relatif à la composition des équipements électriques et électroniques et à l'élimination des déchets issus de ces équipements, transposition de la directive 2002/96/CE du Parlement européen et du Conseil du 27 janvier 2003 relative aux déchets d'équipements électriques et électroniques. Il précise (Titre III, article 8, alinéa 2) : « Lors de la vente d'un équipement électrique et électronique ménager, le distributeur reprend gratuitement, ou fait reprendre gratuitement pour son compte, les équipements électriques et électroniques usagés que lui cède le consommateur, dans la limite de la quantité et du type d'équipement vendu. ».

La Société se conforme à cette réglementation et remplit ses obligations de récupérations des anciens appareils lors de la vente d'un nouvel équipement. Cette charge, incombant initialement aux producteurs, est assumée financièrement par ces derniers et incluse dans les marges qu'ils offrent aux revendeurs.

#### 4.4 Assurances et couverture de risques

Les polices d'assurances souscrites par la Société couvrent ses biens et sa responsabilité civile, et portent sur les deux bâtiments actuellement loués :

Nature de la police d'assurance	Assureur Courtier	Objet	Montant de la couverture
Bât. 1 : assurance dommages locaux et responsabilité civile	Assur Conseil	incendie, tempête, DDE, dom. élect., BDG, cat. naturelle, assistance, déf. recours, RC entreprise, attentats	10 000 000 euros tout dommage confondu
Bât. 2 : assurance dommages locaux	Assur Conseil	incendie, tempête, DDE, dom. élect., BDG, cat. Naturelle, assistance, déf. recours, attentats	

Enfin, la Société, dans le cadre de ses activités liées à assur-ce, a souscrit une police d'assurance la garantissant contre les conséquences pécuniaires de la responsabilité civile professionnelle auprès de CGPA (n° RC51094), couvrant les activités de courtiers d'assurances à hauteur de 2 500 000 M€ par sinistre complété par 1 500 000 M€ par année d'assurance. La Société a également souscrit une garantie financière (police n° GF51094) à hauteur de 115 000 € par année d'assurance.

Aucun risque de Service Après Vente n'est assumé par la Société : soit le client bénéficie de la garantie du fabricant du produit acheté, soit il souscrit, via la Société, à une extension de garantie.

#### 4.5 Risques de financiers

##### 4.5.1 Risque de taux

Deux crédits moyen / long terme ont été contractés par la Société, tous deux à taux fixe. Les principales caractéristiques en sont les suivantes :

Etablissement prêteur	Objet / Nature du prêt	Montant	Nature des taux	Echéance	Couvertures / Garanties
BNP Paribas	Crédit d'équipement	80 000 €	Taux fixe 3,830 %	Mensuelle Echéance : 10/2009	Néant
BNP Paribas	Crédit de fonds de roulement	70 000 €	Taux fixe 3,830 %	Mensuelle Echéance : 10/2009	Néant
BNP Paribas	Facilité de Caisse	15 000 €	EUR 1M + 2,5 %	-	Néant

En garantie, la Société a nanté son fonds de commerce au profit de BNP Paribas à hauteur de 150 000 Euros.

Compte tenu la nature de ces emprunts, la Société estime que les risques de taux d'intérêt ne sont pas significatifs. Aucune couverture de taux sur ces emprunts n'a été mise en place à ce jour par la Société.

##### 4.5.2 Risque de change

La Société facture ses clients et paie ses fournisseurs exclusivement en euros. Elle n'est donc pas exposée au risque de change.

##### 4.5.3 Risque de liquidité

A la date du présent document, la Société dispose d'une trésorerie suffisante pour honorer l'ensemble de ses engagements financiers.

Cependant, la Société a mis en place une ligne de caisse de 15 000 € auprès de BNP Paribas afin de faire face à d'éventuelles échéances. Au 31 mars 2006, la Société n'a pas fait usage de cette facilité de caisse.

Enfin, la Société a mis en place une ligne d'escompte plafonnée à 200 000 €. Au 31 mars 2006, la Société utilisait la totalité de cette ligne.

##### 4.5.4 Risque action

La Société n'a pas de portefeuille d'actions ou d'OPCVM actions. Les parts qu'elle détient dans la coopérative GITEM n'engagent pas sa responsabilité et n'induisent aucun risque action potentiel. Elles constituent simplement un droit d'entrée et d'accès aux services de cette coopérative.

#### **4.6 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.

## **5 INFORMATIONS CONCERNANT L'EMETTEUR**

### **5.1 Histoire et Evolution de la Société**

#### **5.1.1 Raison sociale (article 3 des statuts)**

##### **« Article 3 - Dénomination**

La dénomination de la Société est : **INITIATIVES ET DEVELOPEMENTS**

Tous les actes et documents, émanant de la Société et destinés aux tiers doivent indiquer la dénomination sociale précédée ou suivie immédiatement et lisiblement des mots "société anonyme" ou des initiales "S.A." et de l'énonciation du montant du capital social. »

#### **5.1.2 Registre du commerce et des sociétés**

La Société est immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de Bobigny sous le numéro B 444 247 936

Le numéro SIRET de la Société est 444 247 936 000 24. Le code NAF est 526A.

#### **5.1.3 Durée de la Société (article 5 des statuts)**

##### **« Article 5 - Durée**

La durée de la Société est fixée à quatre vingt dix neuf (99) années, soit jusqu'au 5 décembre 2101, sauf le cas de dissolution anticipée ou de prorogation décidée par l'assemblée générale extraordinaire des actionnaires. »

#### **5.1.4 Siège social (article 4 des statuts), forme juridique (article 1 des statuts)**

##### **« Article 4 - Siège social**

Le siège social est fixé au 22, rue Louis Blanc – 93400 Saint Ouen

Il peut être transféré en tout autre endroit du même département ou d'un département limitrophe par simple décision du conseil d'administration, qui dans ce cas est autorisé à modifier les statuts, sous réserve de ratification de cette décision par la plus prochaine assemblée générale ordinaire des actionnaires et, partout ailleurs, en vertu d'une délibération de l'assemblée générale extraordinaire des actionnaires.

Des agences, succursales et dépôts peuvent être créés en tous lieux et en tous pays par simple décision du conseil d'administration, qui peut ensuite les transférer et les supprimer comme il l'entend. »

##### **« Article 1 - Forme de la Société**

Il a été créée, par acte sous seing privé en date du 18 novembre 2002 une société anonyme qui est régie par les dispositions applicables du Code commerce ainsi que par les présents statuts.

La Société peut faire appel à l'épargne. »

**Contact** : Christophe de Sagazan  
Mail : c.desagazan@ultra-vantages.net  
Fax : 01.58.78.20.35

### 5.1.5 Exercice social (article 6 des statuts)

#### « Article 6 - Exercice social

L'exercice social commence le 1<sup>er</sup> avril et finit le 31 mars de chaque année. »

### 5.1.6 Historique

Initiatives & Développements (à l'origine Initiative CE) a été créée en 2002 à l'initiative de Christian QUEROU et Christian BILLET, qui, forts de leurs expériences respectives au sein de grandes entreprises intervenant sur le marché des Petites et Moyennes Entreprises, ont voulu répondre à deux problématiques particulièrement présentes dans les PME : attirer et fidéliser des salariés qualifiés et compétents, et trouver des leviers de réduction des coûts associés.

Dès 2003, une centrale d'achat a été lancée avec d'importants moyens financiers pour acheter des produits dits « blancs » (électroménager), « bruns » (télévision, hi-fi, etc ...) et « gris » (informatiques). Cette offre a été complétée par la suite complétée par la billetterie (cinéma notamment), les voyages, la production d'offres d'assurances, et les tirages photos.

La réussite de cette centrale d'achat a permis à Initiatives & Développements d'approvisionner un spectre de client élargi. En effet, outre ses clients initiaux que sont les Comités d'Entreprise et les sites à destination des Comités d'Entreprise, elle approvisionne aussi directement des petites entreprises (regroupant 127 000 salariés), des clubs achats (regroupant 1,3 millions de salariés), des sites en marques blanches.

#### Dates clés :

2002 :	Démarrage d'Initiative CE
2003 :	Lancement de la centrale d'achat
2004 :	Premiers Comités d'Entreprise comme clients : IBM, KPMG, ...
Fin 2004 :	Les fonds propres de la centrale d'achat s'élèvent à 500 K€
Déc. 2005 :	Chèque Déjeuner devient client d'Initiative CE (1 000 000 salariés) Acquisition de Pro Distribution (450 Comités d'Entreprise clients)
Fév. 2006 :	Intégration d'Ultra-Vantages (8 300 TPE clientes)
18 mai 2006	Initiatives & Développements reçoit la qualification Entreprise Innovante par OSEO-ANVAR, label FCPI

#### Les fondateurs :

**Christian QUEROU** : Marié, 2 enfants, né le 19 Juin 1960  
1989 : Créateur et directeur d'ASSUREXPAN  
3 milliards de dollars d'encours gérés et Euler/SFAC  
comme actionnaire de référence.  
2002 : Co-créateur d'Initiative  
2004 : Créateur et gérant de AssurCE

**Christian BILLET** : Marié, 3 enfants, né le 13 Octobre 1961  
1991 : Directeur Ile de France de GE Capital  
1996 : Directeur Commercial de SFF (Factoring)  
2000 : Directeur Mkg et Dévpt de GE Capital  
2002 : Cocréateur d'Initiative



**Christophe DESAGAZAN** : Marié, 2 enfants, né le 30 Janvier 1963 à Tours (37)  
1988 : Directeur Développement Chaptal International (presse professionnelle)  
1994 : Créateur de l'agence CDPI  
2000 : Créateur du site ultra-vantages.net

## **5.2 Investissements**

### **5.2.1 Principaux investissements réalisés par l'émetteur au cours des exercices 2005 et 2006**

Les principaux investissements réalisés par la Société concernent l'achat de matériel informatique, l'aménagement de ses locaux.

En outre, la Société a acquis 2006 les sociétés Pro Distribution et Ultra-vantages. Ces Sociétés ont dans un premier temps été acquises par la holding du Groupe, qui suite à la réorganisation juridique préalable à l'introduction sur Alternext (cf. chapitre 7 – partie I du présent document), ont été cédées à la Société.

Pro Distribution, dont l'activité principale était une centrale d'achats et qui a apporté 470 clients Comités d'Entreprise à la Société a été achetée en février 2006.

Ultra-vantages, dont l'activité principale est la vente de clubs achats (cf. chapitre 6 – partie I du présent document) a été achetée en février 2006.

Enfin, elle a investi dans la coopérative GITEM en achetant des parts. Les montants investis ne sont pas significatifs (quelques milliers d'euros) et correspondent à un droit d'entrée.

Le reste des investissements réalisés sont des investissements courants, relatifs au développement de la Société (site internet, communication, export).

### **5.2.2 Investissements réalisés depuis le 31 mars 2006**

Depuis le 31 mars 2006, la Société a investi dans la mise en place d'une plateforme téléphonique (call center). Sa mise en place est en cours, et son coût total est estimé par la Société entre 60 et 80 K€.

### **5.2.3 Investissements potentiels à court et moyen terme**

La Société en prévoit pas de réaliser d'investissements significatifs à court ou moyen terme pour lesquels les organes de direction ont pris des engagements fermes. Elle continuera toutefois à investir pour l'aménagement de ses locaux (zone de réception des clients, accueil ...), le renouvellement de son matériel informatique et le développement courant de son activité (communication). Le budget communication est évalué par la Direction à environ 20 % du montant du chiffre d'affaires réalisé sur les abonnements.

### **5.2.4 Principales cessions réalisées par l'émetteur sur les trois derniers exercices**

Néant.

## 6 APERCU DES ACTIVITES DE LA SOCIETE

### 6.1 Description de l'activité d'Initiatives & Développements

Initiatives & Développements est l'une des premières sociétés à avoir développé, à destination de grands comptes, **sur Internet, un outil et des services qui répondent à leurs problématiques de prospection, de fidélisation et de communication auprès de leurs clients**. A partir de la maîtrise de son métier : la gestion pour compte propre ou compte de tiers de toute la chaîne de vente de produits et de services aux Comités d'entreprise et clubs achats, Initiatives & Développements propose à une clientèle de grands comptes des solutions marketing adaptées, sur internet, afin d'optimiser la relation clients (prospection, fidélisation, communication).

L'activité d'Initiatives & Développements se fonde sur l'e-commerce par abonnement auprès des comités d'entreprises et via des clubs achats : la Société est un **intégrateur de services qui mutualise des offres négociées pour des populations définies et identifiées**. Elle permet donc à ses abonnés, par l'intermédiaire de différents sites internet, d'accéder à un large éventail de produits et de services à tarifs préférentiels.

Le business modèle consiste donc à vendre, contre un abonnement dont le montant peut être variable en fonction du nombre de clients finaux potentiels, un service clé en main d'offre de produits et de services totalement intégré : de la création et la gestion des sites internet de vente dédiés, y compris la gestion avec les membres (intégration de la base de données, envoi de newsletter, etc ...), à l'offre de produits et services à une population ciblée de consommateurs finaux, y compris la logistique de paiement, de livraison et de service après-vente. Ces clients finaux viendront ensuite consommer sur les sites propres Initiatives & Développements, ou sur des sites en marque blanche dédiés, gérés par la Société.

La Société est **présente sur trois marchés, via trois marques principales** :

- Le marché des **comités d'entreprises**, avec **Initiative CE** (comités d'entreprises de PME principalement),
- Le marché des **TPE** (Très Petites Entreprises), avec **ultra-vantages** (via une clientèle grands comptes, ou en « BtoBtoC »),
- Le marché des **clubs achats** avec les clubs **@vantages** (qui se composent de « briques » des deux précédents).

La politique commerciale de vente d'abonnements auprès des comités d'entreprise ou à destination des TPE est double.

Il existe d'une part une prospection classique (publicité, partenariat, bouche à oreille, etc ...), qui aboutit à une **vente directe** d'abonnements, en amenant les comités d'entreprise et les TPE à venir directement acheter les services d'Initiatives & Développements.

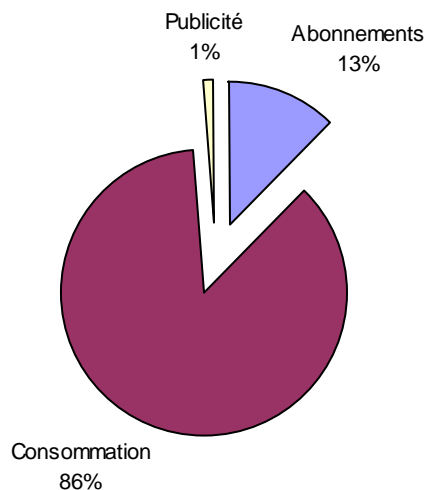
D'autre part, les offres de la Société sont utilisées par des tiers visant ces mêmes marchés comme outil commercial de prospection et de fidélisation de leur clientèle, aboutissant à une **vente indirecte**. Les sociétés visant le marché des comités d'entreprise pourront alors utiliser l'offre d'Initiatives & Développements soit pour fidéliser leurs clients, soit pour inclure un produit (ou un service) à vendre sur ce marché. Dans ces deux cas, les abonnements sont alors pré-achetés, puis offerts aux comités d'entreprise. Les sociétés visant le marché des TPE incluront quant à elles l'offre ultra-vantages à leurs propres offres, et là encore, les abonnements seront pré-achetés par de grandes entreprises et offerts à leurs clients ou prospects.

Ainsi, la **formation du chiffre d'affaires** d'Initiatives & Développements se décompose en **trois principales composantes**, dont la proportion dans le chiffre d'affaires total et la contribution à la marge est très différente :

- Les **abonnements**, qui résultent de la vente directe ou indirecte (à un comité d'entreprise ou à une TPE) d'un club achat en marque blanche ou propre (mise à disposition d'un savoir-faire et d'un outil informatique). S'ils représentent une faible part du chiffre d'affaires total de la Société, les abonnements constituent une source de revenus récurrente, et surtout sont très générateurs de marge (environ 80 % du résultat net). A la clôture de l'exercice 2006, ils ont représenté un volume de chiffre d'affaires de 783 K€, soit 12,6 % du chiffre d'affaires total.
- La **vente de produits et services** : les abonnés des différents sites (comités d'entreprise, TPE, particuliers) achètent sur ces sites les produits et services proposés. Elle représente le plus gros volume de chiffre d'affaires de la Société mais se fait à marge relativement faible (entre 4 % et 12 % selon les produits ou services). A la clôture de l'exercice 2006, elle a représenté un volume de chiffre d'affaires de 5 373 K€, soit 86,2 % du chiffre d'affaires total. Une partie de ce chiffre d'affaires (environ 3/5<sup>ème</sup>) est constitué de ventes auprès de sites grand public qui viennent se fournir auprès de la Société. Cette part de chiffre d'affaires « produits » réalisée en BtoB a vocation à diminuer au fur et à mesure de la montée en puissance de la consommation BtoC. L'autre partie du chiffre d'affaires est constituée par les ventes aux abonnés des différents sites (comités d'entreprise, TPE, particuliers).
- La **vente d'espaces publicitaires** : les sites aujourd'hui détenus ou développés par Initiatives & Développements (9 en marque propre, auxquels s'ajoutent les sites en marque blanche), touchent environ 2 millions de personnes et permet donc la vente d'espaces publicitaires. Elle comprend l'ensemble des supports associés à l'existence des sites : bandeaux publicitaires, sponsoring de Newsletter, rémunération au clic (de 0,2 euro à 1 euro le clic), liens sponsorisés et mise en avant de produits ou de services. Cette activité a pour vocation d'être intégrée à l'offre de la Société à ses fournisseurs. Enfin, les publications commerciales (guides et catalogues) seront aussi ouvertes à la publicité.  
 En outre, au fur et à mesure de son développement, la Société dispose d'une base de données de clients de plus en plus remplie. Ces données sont précises (âge, adresse, téléphone fixe et portable, mail professionnel et personnel, banque). La Société peut donc vendre ces données à tous les prestataires de l'univers marchand : banques, cartes de crédit, constructeurs automobiles, etc. (data-mining).  
 Enfin, elle peut réaliser pour le compte de tiers des mailing (publicitaires ou informatifs de type newsletter) à une population identifiée et sélectionnée sur des critères précis. Cette partie de l'activité en est à ses débuts, puisqu'elle repose sur l'existence d'une base de données suffisamment étoffée : au 31/03/2006, les revenus associés à cette activité se sont élevés à 76 K€ (et 1,2 % du chiffre d'affaires total). A fin 2005, la base de données d'Initiatives & Développement regroupe 540 000 adresses.

Au 31 mars 2006, la répartition du chiffre d'affaires est la suivante :

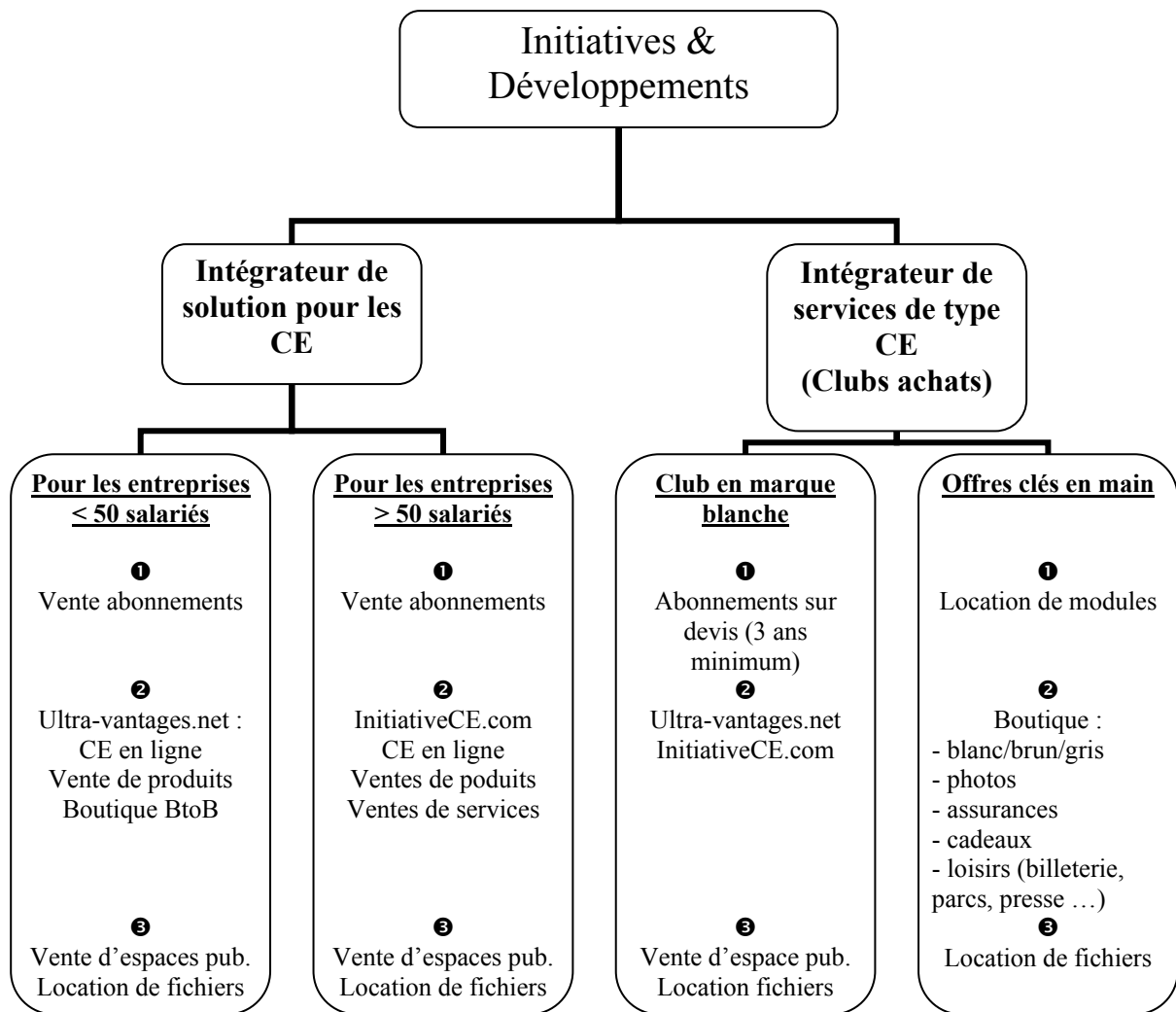
#### Répartition du chiffre d'affaires au 31 mars 2006



Source : *Société*

L'activité « comités d'entreprise » d'Initiatives & Développements a entamé son maillage national par le biais de concessionnaires. Ces acteurs locaux permettent à la Société de proposer des produits et services de proximité à tarifs négociés (club de gymnastique, cinémas, salons de coiffure, etc ...), et de contribuer à son développement commercial en recrutant des comités d'entreprise localement, séduits par cette offre de proximité. Le concessionnaire, qui paie un droit d'accès à l'exploitation de la marque, à un fichier de clients locaux et à des moyens marketing de la société, de 10 000 euros, reverse ensuite 50 % du produit des abonnements et 3 % de son chiffre d'affaires annuel. Il existe aujourd'hui une concession en Rhône-Alpes qui a servi de « concession test », et permet d'envisager la mise en place de 7 nouvelles concessions.

Enfin, ultra-vantages a mis en place son propre système de chèques Cadeaux pour les responsables d'entreprises. Chaque entreprise adhérente à ultra-vantages a donc la possibilité une ou deux fois par an d'acheter des chèques cadeaux ultra-vantages pour ses collaborateurs. Ces chèques d'une valeur de 120 euros (correspondant au montant de la tolérance URSSAF accordée) viennent, une fois achetés, créditer le porte-monnaie de chaque salarié. Ce dernier pourra alors dépenser cet argent sur le site comme bon lui semble. L'avantage pour l'entreprise cliente est double : d'une part elle ne paie pas de charges sociales sur cette somme, et d'autre part l'employé bénéficiaire ne déclare pas ce « cadeau » dans ses revenus fiscaux. Avec ce produit, ultra-vantages devient collecteur de fonds. En plus des frais de gestion (4.5% des montants collectés), ces sommes placées vont générer des revenus directs.



Ainsi, Initiatives & Développements compte aujourd’hui :

- via Initiative CE : 930 CE affiliés, 630 000 salariés gérés en direct, et au global 1 900 000 salariés ayant potentiellement accès aux offres ;
- via ultra-vantages : 9 300 petites entreprises abonnées, 9 300 responsables d’entreprises et 127 000 salariés gérés.

Au total, plus de 2 000 000 salariés ont aujourd’hui accès aux offres d’Initiatives & Développements.

## 6.2 Une offre multiproduits et multiservices compétitive grâce à l’intégration d’une centrale d’achat

Positionné dès l’origine sur le marché de la mutualisation d’achats pour le compte de comités d’entreprise, le développement de l’activité d’Initiatives & Développements et la validation de son business model repose principalement sur l’intégration d’une centrale d’achat performante. Elle permet à la Société d’offrir à ses clients des produits blancs (électroménager), bruns (télévision, hi-fi, etc ...) et gris (informatique) à des tarifs généralement inférieurs de 20 % aux tarifs grand public. Cette offre est aujourd’hui inégalée, mis à part par quelques discounteurs.

La vente de produits se fait à des tarifs effectivement très compétitifs (ils sont généralement inférieurs de 20 % aux tarifs grand public) car Initiatives & Développements détient des parts dans la coopérative GITEM, l’une des plus grande coopérative française. Ce partenariat a cinq implications très concrètes dans son activité :

- l'assurance d'avoir tous les produits Blancs, Bruns et Informatiques aux meilleurs prix ;
- pouvoir disposer d'un stock de 45 millions d'euros dans lequel elle ne prend que les produits vendus (2 500 références produits) ;
- supprimer les Besoin en Fonds de Roulement liés à cette activité et les risques de stocks ;
- profiter des offres mise en place par les marques pour la coopérative ;
- être affilié à part entière à la 1<sup>ère</sup> Centrale d'achat européenne : EURONICS, présente dans 23 pays et 9 900 points de vente.

Fondée historiquement par des commerçants indépendants regroupés en coopératives, GITEM compte aujourd'hui plus de 500 magasins en France et dans les DOM TOM et propose plus 1 700 produits-références. Dès lors, Initiatives & Développements peut faire bénéficier à ses clients de tarifs comparables, voire meilleurs, que ceux des grandes chaînes du type Darty, Conforama, etc...

Cette offre « produits » a ensuite été complétée par des offres cinémas, courts séjours et voyages, par la production d'offres assurances (mutuelle santé, surcomplémentaires, automobiles et habitation), et enfin par le tirage photo.

C'est sur cette offre large à des prix compétitifs qu'Initiatives & Développements a pu asseoir son développement, et proposer à ses premiers clients (des comités d'entreprise) une offre intégrée (l'URSSAF, le Ministère de l'Armée de Terre, etc ...).

En outre, Initiatives & Développements étant la seule structure à avoir intégré cette activité de centrale d'achat, elle est devenue rapidement fournisseur d'un grand nombre d'acteurs de ce marché des CE. Les prix proposés et l'éventail de produits a même amené les acheteurs de sites grand public de vente en ligne à se fournir auprès d'Initiatives & Développements. Dans cette logique, un site grand public a été ouvert (decliq.com).

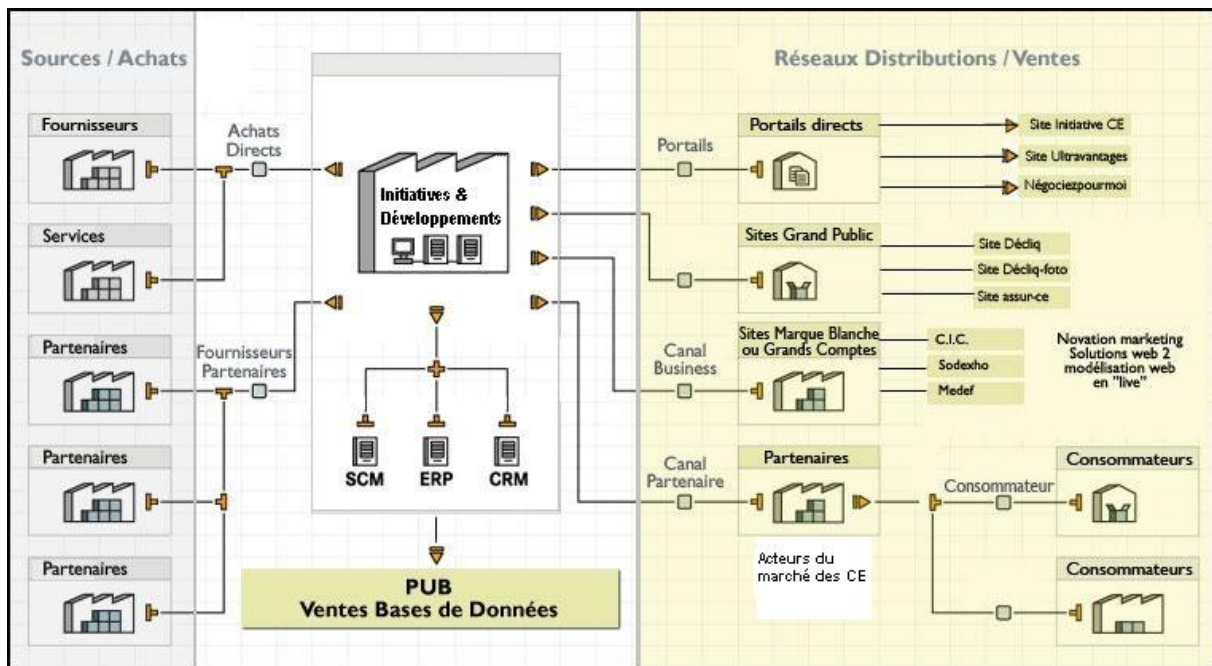
Parallèlement aux sites internet, une gamme complète d'outils de communication a été développée et mise à la disposition des salariés : newsletter, catalogues papier, journées dans les CE des grandes entreprises et 2 sites d'exposition ventes.

Il ne restait alors plus qu'à répliquer le modèle qui avait fonctionné avec les comités d'entreprise, le commerce en ligne par abonnement, à une population plus large, celle visée par les clubs achats. Initiatives & Développements a donc décidé de développer en marque blanche (c'est-à-dire sous les marques des entreprises clientes) des sites dédiés soit directement aux entreprises, soit à la fidélisation pour compte de tiers (club de la Mutuelle des Artisans Taxi, Club Déjeunissime pour les porteurs de Chèques Déjeuners, etc ...)

Maîtrisant l'intégralité des besoins, à savoir centrale d'achat, espace Club personnalisé et personnalisable à volonté, communication avec les membres, gestion des flux et des commandes, logistique et service après-vente, Initiatives & Développements est devenu un partenaire privilégié de toute structure souhaitant apporter services et produits clé en main à ses membres ou ses clients.

L'ensemble de la logistique relative à l'expédition des produits achetés en ligne et au service après-vente est sous-traitée auprès de SLS (Société de Livraison Spécialisée), référence sur le marché. Devenu un acteur majeur et incontournable, notamment sur le marché des Comités d'Entreprises, la Société a mis en place une chaîne de contrôle rigoureuse tant sur la qualité des produits que sur les délais de livraison et le service après-vente. Aujourd'hui, le taux de litige est inférieur à 0,3 %.

Schématiquement, l'organisation et la déclinaison de l'offre peut se résumer comme suit :



### 6.3 Les différents sites

Initiatives & Développements gère aujourd'hui directement 9 sites :

- [www.initiativece.com](http://www.initiativece.com) : site grand public créé en 2002, 480 comités d'entreprise adhérents, 1,4 millions de salariés affiliés ;
- [www.prodistribution.net](http://www.prodistribution.net) : site grand public créé en 1995, 450 comités d'entreprise adhérents, plus de 35 000 clients réguliers ;
- [www.negociezpourmoi.com](http://www.negociezpourmoi.com) : site grand public créé en 2005, 4 liens en marque blanche, 2 500 000 salariés affiliés ;
- [www.assur-cc.com](http://www.assur-cc.com) : site grand public créé en 2004, environ 200 demandes de cotation par jour ;
- [www.tendance-habitat.com](http://www.tendance-habitat.com) : site grand public créé en 2004, environ 1 600 connections mensuelles, 5 liens en marque blanche ;
- [www.decliq-photo.com](http://www.decliq-photo.com) : créé en 2006, environ 2 millions de salariés affiliés ;
- [www.decliq.com](http://www.decliq.com) : créé en 2005, environ 2 millions de salariés affiliés ;
- [www.ultra-vantages.net](http://www.ultra-vantages.net) : créé en 2001, 9 300 entreprises adhérentes, 127 000 salariés affiliés ;
- [www.lacarteaasphalte.net](http://www.lacarteaasphalte.net) : créé en 2000, environ 32 000 visiteurs par mois.

### 6.4 La contribution de chacune des composantes du chiffre d'affaires à la formation de la marge met en évidence un business modèle original et créateur de valeur

Initiatives & Développements se construit autour d'une activité traditionnelle de commerce off-line et surtout on-line. Elle a su cependant ajouter au cœur de son métier (et notamment grâce à l'intégration d'une centrale d'achat performante et compétitive), des activités faiblement consommatrices de ressources et fortement génératrices de marges.

#### 6.4.1 La marge sur les abonnements

La vente d'abonnement est l'un des fondements de la construction du chiffre d'affaires mais c'est surtout l'un des deux piliers de la formation de la marge opérationnelle.

Car si le marché des CE est concurrentiel, l'activité d'ultra-vantages sur les petites entreprises l'est beaucoup moins. Ce marché représente plus de 2 millions d'entreprises auxquelles on propose enfin, pour leurs salariés, et contre un abonnement forfaitaire moyen de 200 euros par an, un accès à leur propre comité d'entreprise personnalisé.

Or, l'ensemble des éléments structurant cette offre est pré-existant (canaux de vente, offre de produits et services et logistique associée). Le montant des abonnements ne supporte quasiment aucune charge, et contribue donc à une majeure partie du résultat net de l'entreprise.

Enfin, les réabonnements ne supportant quant à eux aucun frais, leur contribution à la formation de la marge et du résultat net devient alors encore plus évidente. Aujourd'hui, le taux de renouvellement des clients comités d'entreprise se situe entre 93 % et 97 %. La forte récurrence des produits liés à la vente d'abonnement est donc rassurante quant aux niveaux de marge à venir.

#### **6.4.2 La marge sur les produits et services**

Initiatives & Développements ayant intégré une centrale d'achat, le chiffre d'affaire de cette activité est générateur de marges significatives, et notamment plus importantes que d'autres acteurs qui viennent se fournir auprès d'Initiatives & Développements.

A la clôture de l'exercice 2005, la marge brute moyenne sur les produits et services vendus est de 12%

Par ailleurs, ultra-vantages a mis en place son propre système de chèques Cadeaux pour les responsables d'entreprises. Chaque entreprise adhérente à ultra-vantages a donc la possibilité une ou deux fois par an d'acheter des chèques cadeaux ultra-vantages pour ses collaborateurs. Avec ce produit, ultra-vantages devient collecteur de fonds. En plus des frais de gestion (4.5% des montants collectés), ces sommes placées vont générer des revenus directs.

#### **6.4.3 La marge sur la vente d'espace publicitaire.**

Le chiffre d'affaire publicitaire est une autre composante forte de la formation de la marge de la Société, et il représente la valeur ajoutée de l'entreprise sur les différents sites qu'elle propose.

Au départ, cette activité de vente d'espaces publicitaires sera sous-traitée à une régie, mais elle a vocation à être internalisée dès que les moyens, notamment de structure, le permettront.

Enfin, la mise en place de concessions régionales, comme celle actuellement en test à Lyon, sera génératrice de marges issue de la vente d'espaces publicitaires, puisque la Société percevra 3% des recettes publicitaires encaissées par le concessionnaire.

#### **6.4.4 La marge sur les clubs achats, activité de fidélisation.**

Chaque club de fidélisation va apporter sa pierre à la formation du chiffre d'affaire mais aussi de la marge de la Société, puisque sa mise en place n'engendrera pas d'investissements particuliers.

Il s'agit en effet de répliquer le modèle qui existe déjà pour les comités d'entreprise, en l'adaptant aux demandes spécifiques de chaque nouveau club. La Société peut en effet aisément sélectionner l'une ou l'autre des composantes de son offre de produits et de services, sans que cela ne représente un enjeu technologique ou financier particulier.



## 6.5 La clientèle des Comités d'Entreprise

### 6.5.1 Fonctionnement

Mis en place à l'issue des accords signés en juin 1936 entre le gouvernement et de différents partenaires sociaux, le Comité d'entreprise (CE) est chargé d'accompagner et d'aider les salariés à mieux vivre leurs entreprises. Cet organe interne, composé des représentants syndicaux et de représentants des salariés élus, est obligatoire pour les entreprises ayant 50 salariés et plus. Pour remplir ses fonctions économiques, sociales mais aussi culturelles, des moyens matériels et financiers sont mis à leur disposition.

Le dispositif réglementaire sur le CE s'applique à toute société de droit privée, toute unité économique et sociale (UES) reconnue, de même qu'à tout établissement public à caractère économique ou industriel dès que leur effectif atteint le seuil de 50 salariés. Il est à noter que l'UES réunit, par convention collective ou par décision de justice, des entreprises qui sont juridiquement indépendantes. Ces dernières, bien que distinctes, sont considérées comme un ensemble pour l'organisation d'un comité d'entreprise s'il existe :

- Un organe de direction en commun ;
- Une complémentarité de leurs activités ;
- Une uniformité en termes de statut social des salariés, qui leur donne la possibilité d'être permutés entre les entreprises regroupées.

Au cas où une entreprise dispose de 50 salariés au moins et regroupe plusieurs établissements distincts (dont le nombre d'effectif peut être inférieur ou supérieur à 50 salariés), des comités d'établissements de même qu'un comité central d'entreprise doivent être constitués et leurs attributions fonctionnelles (compétences et ressources allouées) sont semblables à celles des comités d'entreprise.

Il existe également le comité de groupe lorsqu'une société dominante forme avec ses filiales un groupe d'entreprises. Cette délégation centrale du groupe est constituée d'élus des comités d'entreprises et d'établissements des différentes entités le composant. Ce comité de groupe se réunit au moins une fois par an dans l'objectif d'informer les représentants du personnel sur la situation économique et financière du groupe. Au niveau communautaire, un CE européen est organisé dans les entreprises ayant : (1) au moins 1000 salariés et (2) des établissements dont l'effectif ne peut être inférieur à 150 personnes, implantés dans au moins deux Etats membres. Le fonctionnement de ces CE européens est soumis à des règles qui leur sont propres.

A noter que le régime de délégation unique peut être adopté par l'entreprise si son effectif est inférieur à 200 salariés. Cette forme de représentation du personnel va attribuer à une seule et unique délégation élue, les fonctions des délégués du personnel et celles du CE.

Le renouvellement du mandat des membres titulaires se fait tous les quatre ans, selon la loi du 2 août 2005. Ce nouveau dispositif réglementaire ne s'applique néanmoins qu'aux élections des représentants du personnel au CE ayant lieu après le 3 août 2005, date de promulgation de la loi précitée. Le mandat des membres du comité élus avant cette échéance reste à 2 ans. Une dérogation aux dispositions fixant à 4 ans la durée du mandat des élus pourrait être accordée dans certains cas particuliers où un accord de branche, de groupe ou d'entreprise peut spécifier une durée de mandat entre 2 et 4 ans.

Effectif de l'entreprise	Nombre de membres du CE
Moins de 50 salariés	Pas d'obligation de constitution d'un CE
50 à 74 salariés	3 titulaires / 3 suppléants
75 à 99 salariés	4 titulaires / 4 suppléants
100 à 399 salariés	5 titulaires / 5 suppléants
400 à 749 salariés	6 titulaires / 6 suppléants
750 à 999 salariés	7 titulaires / 7 suppléants
1 000 à 1 999 salariés	8 titulaires / 8 suppléants
2 000 à 2 999 salariés	9 titulaires / 9 suppléants
3 000 à 3 999 salariés	10 titulaires / 10 suppléants
4 000 à 4 999 salariés	11 titulaires / 11 suppléants
5 000 à 7 499 salariés	12 titulaires / 12 suppléants
7 500 à 9 999 salariés	13 titulaires / 13 suppléants
A partir de 10 000 salariés	15 titulaires / 15 suppléants

Les comités d'entreprise sont investis de deux missions principales :

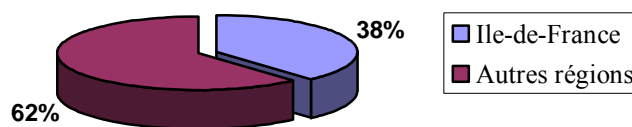
- une mission d'ordre économique : le comité d'entreprise doit être informé et consulté régulièrement sur les questions liées d'une part à l'organisation, la gestion, la stratégie générale de l'entreprise, et d'autre part à des mesures qui affectent le volume, la structure des effectifs, la durée et les conditions de travail ainsi que les formations professionnelles.
- Une mission sociale et culturelle, qui consiste à soutenir les chefs d'entreprise en ce qui concerne la mise en place et la gestion des activités sociales au profit des salariés et de leur famille, et ce dans l'objectif d'attirer et de fidéliser leurs collaborateurs. Ces activités visent notamment à améliorer les conditions de travail et de vie de ces derniers en leur offrant de différents services (prévoyance, cantine, crèches, colonies de vacances, aides au logement, aux pratiques sportives et culturelles, etc.).

Outre l'assistance des experts dans certains domaines (comptable, juridique, technologique, etc.), un crédit temps mensuel de 20 heures accordé à chaque représentant élu (et à chaque représentant syndical si l'entreprise a plus de 500 salariés) et un local adapté pour coordonner ses activités et organiser des réunions d'information, le comité d'entreprise dispose de deux budgets indépendants pour accomplir ses missions.

Le premier est destiné aux œuvres sociales et culturelles. La contribution de l'entreprise à ces activités n'est pas obligatoire. Bien qu'aucun taux de cotisation ne soit imposé par la loi, le budget destiné à ces attributions du CE ne peut être inférieur à la somme la plus élevée des dépenses sociales versées par l'entreprise au cours des trois dernières années, avant que les œuvres sociales soient transférées au et gérées par le CE. L'employeur ne peut plus réviser à la baisse le montant alloué à cette attribution du CE une fois qu'il a été approuvé.

Malgré l'absence du seuil réglementaire minimum de la contribution patronale à ce budget, les CE ont pu constituer un portefeuille d'une valeur globale de 2,6 milliards d'euros (France entière) dont 1 milliard d'euros est détenu par les CE de la région Ile-de-France. Ce montant total de 2,6 Mds € équivaut donc à peu près à 1% de la masse salariale brute de ces entreprises (*Sources : SalonCE*).

## Budget destiné aux oeuvres sociales



Source : SalonCE

Quant au deuxième budget, le budget de fonctionnement, il est rendu obligatoire par le Code du Travail (art. 434-8) et fixé à 0,2% de la masse salariale brute annuelle de l'entreprise. Cette contribution n'est néanmoins qu'un seuil minimum et non maximum. Selon des engagements unilatéraux, multilatéraux, des accords de branche, d'entreprises ou le fait d'un usage dans l'entreprise, l'employeur peut accorder au comité un budget plus important que le niveau minimum défini par les dispositifs réglementaires. Ce budget permet au CE de remplir ses différentes missions économiques. Pour l'ensemble des CE en France, ce budget s'élève à 305 millions d'euros en 2005.

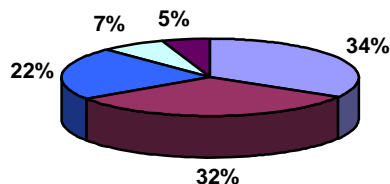
### 6.5.2 Le marché des comités d'entreprise

Le marché des comités d'entreprises comporte aujourd'hui environ 32 000 entités dont environ 27 000 CE et CCE – Comité centrale d'entreprise, créés au sein des entreprises ou des structures relevant du droit privé et disposant au moins 50 salariés ; et 5 000 collectivités telles que COS - Comités des oeuvres sociales, CAS - Caisses d'actions sociales, Amicales du personnel, Associations du personnel, etc., organisées dans tout établissement relevant du droit public. Parmi les 27 000 CE comptabilisés, plus de 5 000 ont été recensés en région Ile-de-France.

Comme l'ont constaté les statistiques de *SalonsCE.com*, la répartition de CE selon la taille de l'entreprise est variable :

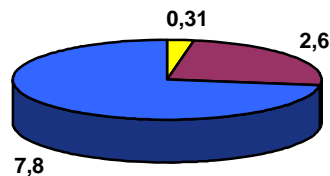
- Entreprises de 50 à 99 salariés : 10 579 CE
- Entreprises de 100 à 199 salariés : 9 951 CE
- Entreprises de 200 à 499 salariés : 6 946 CE
- Entreprises de 500 à 999 salariés : 2 183 CE
- Entreprises de plus de 1000 salariés : 1 680 CE

## Taille des entreprises du marché des CE



■ 50-99 salariés ■ 100-199 salariés ■ 200-499 salariés  
■ 500-999 salariés ■ > 1000 salariés

## Marché de 11 Mds d'euros



■ Fonctionnement ■ Socio-Culturel ■ Induit

Source : SalonsCE

Selon *SalonsCE*, ces collectivités et comités d'entreprises représentent 11 millions d'ayants droits (salariés et retraités pour l'essentiel), et de 20 à 30 millions d'ouvrants droits (membres de famille). Le nombre total de consommateurs présents sur ce marché peut par conséquent s'élever à 40 millions, soit 2 consommateurs sur 3. Les ressources financières globales dont disposent ces structures sont évaluées à 11 milliards d'euros par an.

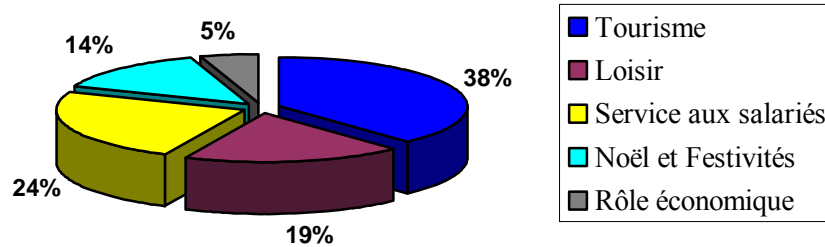
Ce fonds est réparti de manière suivante:

- 305 millions d'euros sont réservés au *budget de fonctionnement* (fourniture, informatique, formation des élus, conseil, etc.) ;
- 2,6 milliards d'euros au *budget socio-culturel* (accès facilité à plusieurs activités culturelles, ludiques, touristiques, etc.) ;
- et 7,8 milliards d'euros au *budget induit par la participation des salariés* (3 fois le budget socio-culturel).

Ce dernier budget est constitué partiellement par la participation des salariés et sera utilisé pour approvisionner des produits et services à destination des salariées ou des membres de leurs familles. A ce titre, le CE joue le rôle d'un centralisateur d'achat et celui d'un prestataire de services.

Toujours selon les statistiques du *SalonsCE*, 57% des sommes dépensées, soit 6,27 milliards d'euros vont aux activités de Tourisme et de Loisir (38% pour le tourisme ou 4,18 milliards d'euros et 19% pour le loisir ou 2,09 milliards d'euros). Les services destinés aux salariés se voient attribuer 24% du montant dépensé (2,64 milliards d'euros). Les activités festives, Noël consomment 14% du budget total (1,54 milliards d'euros) et enfin 5% des sommes dépensées (0,55 milliard d'euros) appartient au CE pour remplir ses missions économiques.

## Répartition des dépenses du CE

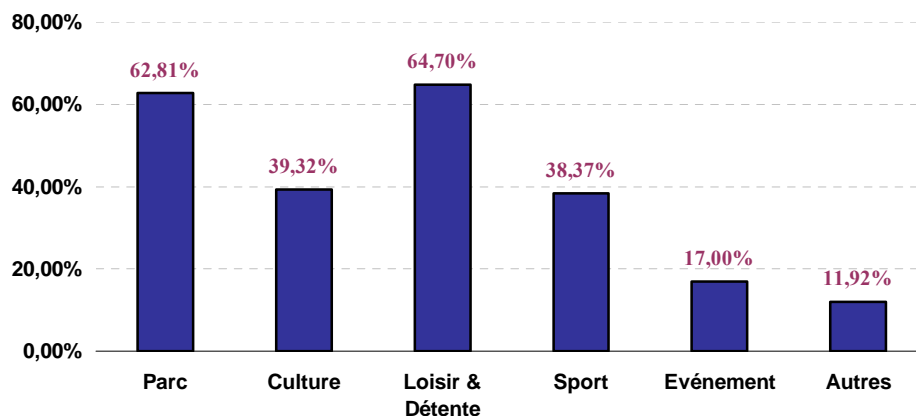


Source : SalonCE

A noter que les dépenses des CE dépendent du montant qui leur a été alloué, ou autrement dit du nombre de salariés de l'entreprise et du secteur d'activité dans lequel cette dernière opère. Le montant dépensé par les CE dépend également de la localisation géographique de leur établissement. Ainsi, les produits/services ou les activités proposées aux salariés d'une société du secteur tertiaire en Ile-de-France ne seraient pas les mêmes que ceux offerts par le CE d'une entreprise du secteur industriel en province. Etant donné que les budgets des CE sont déterminés sur la base de la masse salariale de l'entreprise, plus cette dernière est importante, plus le montant dont dispose le CE est élevé et plus les salariés bénéficient des avantages qui leur sont réservés.

Selon l'étude menée par SalonsCE en Septembre 2005, 51,47% des CE organisent des séjours de groupe de 1 à 3 jours et 33,09% d'entre eux proposent des voyages de groupe de plus de 3 jours. Parmi les voyages organisés, 23% ont lieu en France et 74,47% à l'étranger. En ce qui concerne les séjours de groupe, les choix des CE se répartissent comme suit (plusieurs choix sont possibles) :

## Activités privilégiées par les CE



Source : Salon CE

L'intérêt porté sur le marché des CE se justifie donc non seulement par son potentiel mais aussi par le fait qu'il est un marché très organisé avec ses salons, ses annuaires et ses traditions. Les

manifestations telles que celles organisées régulièrement par *SalonsCE* permettent aux représentants élus des CE d'identifier des offres de produits et de services qui répondent au mieux à leurs besoins. Ces salons leur donnent également la possibilité d'économiser leur crédit temps accordé et de le consacrer davantage à leurs missions économiques. L'annuaire de la profession, proposé également par *SalonsCE*, permet en outre aux fournisseurs de déterminer les CE qui sont susceptibles de s'intéresser à leur offre et de les contacter par e-mail. Ainsi, le marché des CE se présente comme un marché tangible dans lequel les consommateurs et les interlocuteurs sont bien identifiés.

Etant donnée l'importance croissante des œuvres sociales, le comité d'entreprise est désormais devenu un interlocuteur privilégié et ses représentants élus de vrais responsables de la société. Par conséquent, ces élus ont tout intérêt d'une part à optimiser leur temps de délégation et d'autre part à faire fructifier les fonds versé par l'entreprise afin non seulement d'offrir à leurs collègues plus d'avantages mais aussi d'élargir la gamme de produits et de services, qui traditionnellement est constituée de spectacles, voyages, cinémas, vins, chocolats, etc.

L'optimisation du temps de délégation et du service d'approvisionnement du CE est justifiée par la complexité grandissante des tâches et du travail de représentants des salariés. En effet, ces élus doivent gérer aujourd'hui non pas deux postes (fonctionnement du CE & approvisionnement des produits/services) mais quatre, à savoir ces deux derniers ainsi que la formation et l'accompagnement des salariés, et la comptabilité. Ces tâches supplémentaires requièrent des compétences souvent particulières pour lesquelles des élus ne sont pas toujours formés.

L'étendue des compétences des CE sans que leur crédit temps de délégation ne soit augmenté a obligé des élus à se désengager de certaines activités (négociation sur des contrats d'achat par exemple) et à faire appel le plus souvent aux fournisseurs spécialisés. L'individualisation dans le domaine de loisir et donc le changement des besoins des salariés d'une part, et l'intensité croissante du travail (réduction conséquente du temps destiné aux activités collectives) d'autre part, ont rendu le travail des élus plus difficile. Devant ce dilemme, le CE tente toutefois de répondre au mieux aux attentes des salariés.

Compte tenu des besoins variés des salariés, du caractère non-professionnel des représentants des CE en termes d'approvisionnement de produits/services, de même que d'un crédit temps limité de délégation, le marché des CE paraît de plus en plus porteur, et l'offre proposée par Initiatives & Développements prend tout son sens et sa pertinence.

Aujourd'hui, une grande partie des produits/services proposés par les CE sont achetés directement auprès des distributeurs ou intermédiaires, ce qui ne leur permet pas, individuellement, de jouir des avantages de l'effet volume. Dès lors, la problématique des CE des petites sociétés est la suivante : comment faire pour proposer à leurs collègues des produits aux prix aussi avantageux que ceux obtenus par les CE des grandes entreprises?

A cette difficulté s'ajoute le budget limité des petites structures. En effet, le montant *moyen* versé au CE en 2005 pour chaque salarié ne s'établit qu'à 310 € pour l'ensemble des sociétés recensées, et masque de grande disparités. En effet, un salarié des entreprises les plus riches pourra bénéficier de 1 200 euros par an. Ainsi, parmi les ayant droits, seules environ 2 millions de personnes sont bien loties. Les avantages dont profitent d'autres salariés se limitent à des billets de cinéma à tarif réduit ou aux expositions-ventes organisées dans les locaux de leurs entreprises.

A noter que les salariés des petites et très petites entreprises (TPE) ayant moins de 50 salariés ne bénéficient d'aucun avantage du CE car la mise en place d'un comité d'entreprise n'est pas obligatoire. Néanmoins, la nécessité d'attirer et de fidéliser leurs collaborateurs a obligé les petites structures à trouver des moyens pour satisfaire ce besoin sans pour autant gonfler leurs charges sociales, d'où la naissance des acteurs qui jouent le rôle des représentants du CE et négocient

auprès des producteurs et des prestataires de services pour offrir aux salariés des petites entreprises des prix très compétitifs. Cette clientèle est alors adressée via ultra-vantages.

Initiative & Développements s'adresse à l'origine aux comités d'entreprise des Petites et Moyennes Entreprises, dont les moyens, aussi bien financiers qu'humains, sont limités. Ceux-ci doivent alors trouver des solutions simples et économiques pour offrir à leurs adhérents (i.e. l'ensemble des salariés des entreprises concernées) les services les plus avantageux possibles. Aujourd'hui, leur choix est relativement limité : offrir des chèques cadeaux, ou faire appel à un intégrateur (de type Initiative & Développement).

Moyennant le paiement d'un abonnement par salarié (maximum 10 euros), Initiatives & Développements va donc mettre à la disposition de l'ensemble salariés de l'entreprise, par le biais de sa présence sur un intranet ou par un accès direct à ses propres sites, sa plateforme d'achat.

Le taux d'ouverture de la clientèle comité d'entreprise, qui correspond à la consultation des offres proposées par les acheteurs potentiels, est élevé (de l'ordre de 60 %) du fait de sa nature plus ou moins captive. En outre, le taux de concrétisation de ce type de clientèle est de 4,8 %, ce qui signifie que 4,8 % de la clientèle potentielle vient effectivement faire des achats sur les sites mis à leur disposition.

### **6.5.3 Un marché concurrentiel mais peu structuré**

Un budget limité ainsi que des besoins de plus en plus variés et individualisés ont contraint les entreprises à se regrouper pour s'approvisionner à des prix plus confortables mais aussi pour monter de centrales d'achat plus ou moins spécialisées. Ainsi, les Comités Inter-Entreprises ont été créés, sous forme d'associations à but non lucratif, pour fédérer les CE des entreprises de 50 à 100 salariés, leur permettant de faire jouer l'effet volume.

Néanmoins, l'organisation inadaptée de certains CIE ne leur permet pas de rester compétitifs, et beaucoup n'ont pas survécus. Les entités restantes ont dû s'appuyer non seulement sur leurs offres locales/ régionales mais également sur d'autres acteurs présents sur le territoire national auprès desquels elles peuvent s'approvisionner et élargir encore leur base de clientèle.

L'arrivée d'Internet et la naissance du commerce en ligne ont poussé d'autres acteurs à se lancer sur le marché des CE. Ces derniers visent principalement les TPE et les PME, qui d'une part ne n'ont pas toujours l'obligation légale de former un comité d'entreprise et d'autre part n'ont pas toujours les moyens pour le mettre en œuvre. Ils leur proposent un abonnement forfaitaire annuel permettant aux salariés d'accéder à des réductions importantes sur un bon nombre de produits tels que les bons d'achat des grandes enseignes, les voyages, la billetterie du cinéma et des spectacles, les parcs de loisir, l'équipement de la maison, l'automobile, la téléphonie, l'informatique, etc.

Ainsi, les acteurs du marché du CE peuvent être placés dans trois grandes catégories, à savoir les acteurs locaux, les acteurs nationaux et les sites d'information.

Le périmètre d'action des acteurs locaux se limite aux départements ou aux régions dans lesquelles ils s'implantent. L'intérêt de ce modèle économique est de rester à proximité des entreprises afin de répondre au mieux à leurs attentes en termes de produits et services offerts. Néanmoins, ce marché local ne regroupe qu'un nombre limité d'entreprises et il sera par conséquent rapidement saturé, nuisant ainsi à l'indépendance et au développement à long terme de ces acteurs. En outre, un CE préférera se fournir auprès d'une seule centrale d'achat dans l'objectif de faciliter ses tâches administratives. Se pose alors la question de la capacité des acteurs locaux à satisfaire les besoins des entreprises ayant des maillages sur tout le territoire national.

Il existe actuellement 5 acteurs locaux, à savoir :

- **ToutleCE** avec son site [www.toutlece.com](http://www.toutlece.com), est une plate-forme d'échange et de centralisation des besoins des Comités d'entreprises mais aussi des Collectivités adhérentes à la structure. **ToutleCE** propose aux CE des packages de services dans différents domaines tels que l'information juridique, les matériels informatiques, les cadeaux, les locations individuelles été et hiver, des remises sur présentation de la carte ToutleCE/ServicesCE, des offres banque ou assurance. Bien que cette entité ait son siège à Lyon et s'étende déjà sur la région Rhône-Alpes, ses offres demeurent très locales.
- **Atooce** avec son site [www.atooce.com](http://www.atooce.com), se présente comme un professionnel de proximité, un acteur intervenant auprès des entreprises au niveau départemental. **Atooce** propose, aux Comités d'Entreprises des PME-PMI et aux Collectivités, des produits à prix préférentiel via ses cartes de réduction, son catalogue, ses réseaux établis avec de différents partenaires. **Atooce** dispose actuellement de deux agences : **Atooce Loire** couvrant le département Loire (42) et **Atooce Rhône** couvrant le département Rhône (69).
- **PromoCE** : met à la disposition des petites structures des moyens leur permettant d'une part d'optimiser les ressources financières du CE et d'autre part d'alléger les attributions sociales et culturelles de ce dernier. Les activités de **PromoCE** se sont développées essentiellement sur Lille. Ses produits/services, y compris les conseils juridiques, l'organisation des événements, le voyage, la billetterie, des cadeaux pour les salariés, etc. se vendent avant tout sur Internet via le site [www.promoce.com](http://www.promoce.com).
- **CitéAchat** : créé en janvier 2001 et présent actuellement sur Nantes, Roche-sur-Yon et Le Mans, **CitéAchat** regroupe plusieurs centaines de comités d'entreprises et plus de 180 000 salariés, et propose à ces derniers, via son site [www.espace-avantages.com](http://www.espace-avantages.com) de nombreux produits/services, de véhicules à crédit, assurance en passant par électroménager, loisirs/vacances, vêtement, informatique, etc.
- **CIE Lyon** : le comité inter-entreprise de Lyon propose ses produits/services exclusivement via son site [www.cie-lyon.com](http://www.cie-lyon.com). Ses offres visent principalement les entreprises qui s'implantent à Lyon.

### Sur 5 intervenants locaux recensés, 2 se fournissent auprès d'Initiatives & Développements.

En ce qui concerne les acteurs nationaux, leurs offres ont été conçues dès l'origine pour servir le plus grand nombre d'entreprises, sur l'ensemble du territoire national. Ces offres nationales sont parfois complétées par des solutions locales qui visent à adapter les packages généraux aux besoins particuliers de certaines entreprises ou aux caractères économiques spécifiques de certaines régions. Il faut néanmoins souligner qu'aucun de ces acteurs nationaux ne dispose de son propre réseau d'approvisionnement et ne maîtrise par conséquent ses achats. Cette situation fait que même les grands acteurs du marché du CE dépendent encore de centrales d'achat et/ou de distributeurs.

Les acteurs nationaux actuellement présents sur le marché sont au nombre de 7, à savoir :

- **CanalCE** : implanté en région parisienne avec son siège à Boulogne-Billancourt, **CanalCE** a ouvert une première agence régionale à Lyon pour renforcer sa stratégie de rayonnement au niveau national. La société possède actuellement un portefeuille de 2 000 CE abonnés, représentant 600 000 salariés. Les activités principales de **CanalCE** visent d'une part à accompagner les membres du CE au quotidien en leur proposant des services sur mesure, et d'autre part à offrir aux abonnés des remises permanentes sur une large gamme de produits/services.
- **Club A+** : met une large palette d'avantages à la disposition du personnel des sociétés n'ayant pas de comité d'entreprise (collaborateurs des PME disposant de 1 à 49 personnes, de cabinets libéraux, artisans, commerçants, clubs, associations, etc.). Les produits ou services à tarif réduit, obtenus grâce à la mutualisation des demandes des adhérents, sont ensuite offerts aux titulaires de la carte A+ via le site [www.clubaplus.com](http://www.clubaplus.com) dont les offres sont renouvelées et consultables en permanence.



- **MeyClub** : présent sur le marché depuis vingt ans et ayant des partenariats avec les principaux acteurs du monde du spectacle, des loisirs et des voyages, *MeyClub* propose aux membres des CE non seulement des produits standards mais également des offres sur mesure. La société compte actuellement 150 collaborateurs en France. En 2003, *MeyClub* réalise un CA de 27 M€, détient environ 30% du marché des CE et possède un portefeuille de 2 000 comités d'entreprise. Néanmoins, le retard de *MeyClub* dans le lancement de ses offres sur l'Internet a rendu fragile sa position concurrentielle. *MeyClub* a été racheté par la société RSA en Octobre 2003.
- **Comité-d'entreprise** : est historiquement un des premiers sites généralistes à destination des CE, et propose différents produits et services aux représentants de CE via son site d'Internet. Son modèle économique repose cependant uniquement sur les recettes publicitaires (sur internet et dans un guide distribué aux CE. Il compte aujourd'hui environ 150 000 clients.
- **Intercomités** : Tout comme *Comité-d'entreprise*, la quasi-totalité des produits et services proposés par *Intercomités* sont achetés auprès d'*Initiatives & Développement*.
- **Novalto** : fondé en janvier 2001, elle a son siège en Savoie et dispose d'une filiale à Angers (49). Les activités de *Novalto* sont destinées exclusivement aux PME afin d'offrir aux collaborateurs de ces dernières des avantages dont jouissent les salariés des grandes sociétés. Les collaborateurs de ces PME vont bénéficier des avantages offerts par *Novalto* après le paiement d'un abonnement de 19 € par an et par personne. A la différence d'autres acteurs sur le marché, les offres proposées par *Novalto* comportent non seulement des produits habituels tels que l'équipement de la maison, la mode, les vacances, la mutuelle de santé, etc. mais aussi l'installation de télévision et d'Internet, ce qui explique ces tarifs élevés. *Novalto* compte actuellement 30 salariés au service de 1 300 CE, soit environ 15 000 foyers en France.
- **Cap Exclusivité** : joue le rôle d'un comité d'entreprise virtuel en proposant aux dirigeants de petites structures des produits et services à des tarifs préférentiels. Toute la logistique, à savoir le choix des fournisseurs, des produits, la création des catalogues, la gestion et le suivi des commandes, la livraison, etc. est assuré par les partenaires d'AXA, fondateur de *Cap Exclusivité*. L'offre de *Cap Exclusivité* propose des bons d'achat à tarif réduit, une sélection de produits à prix préférentiel (musique, multimédia, hi-fi, vidéo, etc., la comparaison du prix des produits ne figurant pas sur le catalogue) et un service de renseignements téléphoniques. Le paiement d'un abonnement entre 28 € et 49 € par an et par personne est nécessaire pour que les salariés puissent bénéficier des avantages offerts par *Cap Exclusivité*, qui dispose en 2005 d'un portefeuille de 500 abonnés, essentiellement des TPE.

## **Sur 7 intervenants nationaux recensés, 4 se fournissent auprès d'Initiatives & Développements.**

Les sites d'informations mettent quant à eux à la disposition des élus de comité d'entreprise des renseignements très complets, et mis à jour, sur le rôle, le fonctionnement, les activités et le budget, etc. des CE. Par ailleurs, ces acteurs proposent aussi aux comités d'entreprises des annuaires de fournisseurs, et fait donc un travail de référencement. Ils jouent dans ce cas le rôle d'un intermédiaire entre les CE et leurs futurs fournisseurs, et se rémunèrent en faisant payer ces derniers. Les CE peuvent consulter gratuitement l'ensemble de ces informations. Via ces canaux d'informations, les CE peuvent entrer en contact non seulement avec leur fournisseur mais également avec d'autres élus de CE en participant à des manifestations organisées plusieurs fois par an et destinées avant tout aux élus. Outre *Comité-d'entreprise.com*, il existe deux autres intervenants principaux sur ce segment des sites d'informations aux CE :

- **MisterCE** : Site d'information en libre accès à destination des membres de CE et des salariés des structures disposant d'un CE. *MisterCE*, créé par un ancien élu, permet de suivre l'actualité liée aux activités du CE et propose un large choix de prestataires de qualité offrant des produits et des services à prix préférentiels. La sélection des

prestataires se fait en fonction des besoins de l'entreprise (solution sur mesure) et en se fondant sur la qualité des produits et services offerts (déterminée par les interviews menées sur le terrain). Le site offre également aux élus de CE la possibilité d'entrer directement en contact avec le fournisseur choisi via des outils tels que l'e-mailing, le formulaire en ligne, etc. Il regroupe actuellement 25 000 comités d'entreprise, soit environ 6 millions de salariés.

- **OfficielCE** : Site d'information apportant aux représentants de CE des réponses aux questions concernant leurs fonctions et les mettant en relation avec des entreprises qui offrent des produits et services au CE. Ainsi, *OfficielCE* met à leur disposition un annuaire des fournisseurs en France classés par métier et par zone géographique d'activité, un catalogue des offres inédites et plusieurs dossiers thématiques concernant la vie du comité d'entreprise. Les fournisseurs qui veulent recevoir les coordonnées des CE qui s'intéressent à leurs offres doivent opter soit pour un abonnement annuel, soit pour un pack de contacts.

Deux caractères particuliers du marché du comité d'entreprise sont d'ailleurs importants à souligner. D'abord, il est constaté qu'aucune offre de type « clé en main » n'est actuellement à la disposition des comités d'entreprises car aucun des fournisseurs ne maîtrise totalement ou même partiellement le processus de production et d'approvisionnement des produits et des services. Les CE, lorsqu'ils veulent proposer un certain produit ou service à leurs collègues, doivent entamer une négociation auprès de distributeurs pour obtenir une réduction ou un tarif préférentiel.

Une forte barrière à l'entrée constitue le deuxième caractère important de ce marché. En effet, un nouvel acteur souhaitant faire son entrée dans le secteur devrait effectuer un investissement financier conséquent au démarrage, et ce en plus des investissements importants en termes d'apprentissage, et de marges opérationnelles déjà limitées. La seule solution sur laquelle ces nouveaux venus peuvent compter consiste à s'appuyer sur les acteurs nationaux ou des offres déjà existantes.

## 6.6 La clientèle des clubs achats

### 6.6.1 Fonctionnement

Il existe 3 types de clubs achats :

- **Les centrales d'achat**: Modèle économique de type *Business-to-Business* (BtoB), organisé par les entreprises dans le but de se mobiliser pour peser davantage lors des négociations avec les fournisseurs, et réduire ainsi les coûts d'approvisionnements. L'objectif de réduction des coûts d'achat se fait désormais par l'intégration dans la structure de l'entreprise des acheteurs professionnels et par la délégation du travail d'audit commercial à des entreprises spécialisées de type « *cost killing* », qui se rémunèrent sur les réductions obtenues pour leurs clients.
- **Les Clubs d'Achats en ligne**: L'arrivée et les facilités offertes par l'Internet ont permis à plusieurs Clubs d'Achats à se mettre en ligne. Tel est le cas par exemple de *Vente-Privee.com* ou encore de *Club-Prive.fr*. Ces clubs privés *online* organisent, à destination exclusivement de leurs membres, des ventes événementielles portant sur une variété de produits de grandes marques qui bénéficient d'un discount très important, de 30% à 70%, par rapport aux prix proposés au public. Ils demeurent très axés sur le prêt-à-porter, les accessoires et la beauté. Ils proposent une marque par semaine ou par quinzaine, généralement à partir d'inventures des collections précédentes sur lesquels ils peuvent proposer un fort discount.
- **Les Clubs d'Achats comme outil de fidélisation** : Les membres de ces clubs disposent en général d'une carte de fidélité qui leur permet de jouir de certains avantages tels que des prix discounts, des caisses réservées, des livraisons gratuites, des bons d'achat et de réduction, des facilités de paiement, etc. Seule cette dernière forme d'organisation des Clubs d'Achats fera l'objet de notre considération.

C'est ce dernier type de clubs achats qui est développé par Initiatives & Développements. Cette dénomination « club achats » regroupe donc une communauté d'acheteurs potentiels, pouvant avoir comme point commun d'être salariée d'une entreprise ou membre d'un réseau professionnel (ou d'appartenir à un comité d'entreprise, mais ce type de clientèle est adressé via Initiative CE), ou d'être cliente d'une même société (banque, compagnie d'assurance, importante société de service telle que Sodhexo, etc ...).

Initiatives & Développements vise donc une clientèle double par le biais des clubs achats :

- Les Très Petites Entreprises (TPE) qui ne disposent pas de comité d'entreprise. La Société propose alors aux dirigeants de ces sociétés d'adhérer aux services ultra-vantages qui offrira à ses salariés des avantages similaires à ceux d'un comité d'entreprise. C'est alors la société qui paie l'abonnement au club achat, pour le compte de ses salariés qui viendront acheter des produits et services à tarifs préférentiels. Le club achat peut alors devenir un outil d'attractivité et de fidélisation des salariés pour ces TPE aux moyens limités. Cette clientèle peut être acquise en direct, ou par le biais des grands comptes (cf. ci-dessous) qui vont intégrer le club achat à leur propre offre à destination d'une clientèle TPE. Pour l'intégralité de cette clientèle TPE, Initiatives & Développements propose une offre « BtoB » (fournitures de bureau, titres restaurants, locations longues durées, assurances professionnelles, etc ...).
- Une clientèle grand compte, de grandes entreprises qui vont offrir à leurs clients TPE (ou prospects) les avantages d'un club achats. Il devient alors un argument commercial et marketing, un moyen d'acquérir de nouveaux clients et de les conserver. Dans ce cas, c'est l'entreprise « grand compte » qui paie l'abonnement au club achat en tant que dépense marketing, pour le compte de ses clients (ou prospects) finaux. Le club achat fait alors partie intégrante du « package » commercial de l'entreprise. L'avantage pour Initiatives & Développements est évident : ce sont ses propres clients (réseau des banques CIC, Sodhexo-CCS, les Medef territoriaux, la CERP, le Groupe Vauban, etc ...) qui vont déployer leurs moyens marketing et leur force commerciale, et utiliser leur propre base de données clientèle et prospects, pour vendre le produit club achat, qui fait partie intégrante du service ou du produit vendu. En outre, Initiatives & Développements peut ainsi élargir sa propre base de données de clients « consommateurs » de manière automatique et exponentielle. Outre un outil marketing, le club achat peut aussi devenir un outil de réduction des coûts pour ses entreprises. Par exemple, les assureurs peuvent, dès lors que le client est client du site d'achat, lui proposer d'envoyer ses fiches de remboursements sous format électronique et non plus papier, engendrant ainsi des économies substantielles. On peut imaginer le même type d'économie pour toute entreprise faisant parvenir à ses clients des factures de manière régulière (Caisses de Retraites notamment).

Les abonnements consistent alors en des contrats annuels qui comprennent l'achat du système, la mise en place de l'outil (site dédié, cartes de membres, newsletter, etc ...) et l'intégration de la base de données. Son coût total est négocié au cas par cas, et peut notamment varier en fonction de la taille de l'entreprise et du nombre de membres à venir. Comptablement, son paiement est divisé en deux : une grande partie (environ 85 %) payée à la conclusion du contrat, une autre partie (environ 15 %) est étalée sur l'année.

Les tarifs des abonnements des entreprises à ultra-vantages sont actuellement de :

- 200 euros TTC de 0 à 5 salariés ;
- 400 euros TTC de 6 à 20 salariés ;
- 600 euros TTC de 21 à 50 salariés.

Ultra-vantages a par ailleurs mis en place une offre, au prix de 1 000 euros pour les entreprises de 50 à 100 salariés qui, même si la loi les oblige à mettre en place un comité d'entreprise, n'en ont pas toujours les moyens.

## 6.6.2 Le marché des clubs achats

Nés dans les années 1980 suite à l'initiative de l'américain **Cendant**, l'un des plus grands groupes hôteliers mondiaux, les Clubs d'Achats ont fait un succès retentissant aux Etats-Unis. Ce concept a été ensuite importé en France par les entreprises du secteur banque & assurance qui sont les premiers à s'intéresser à cette pratique. Si les grands courtiers d'assurance tels que *Marsh*, *Aon* et *Gras Savoye* sont les pionniers dans le domaine, les Clubs d'Achats ont été également créés par d'autres sociétés du secteur. C'est le cas par exemple de la société SPB, courtier d'assurance et fournisseur d'offres « clés en main » pour Europe Assistance.

Conçus à l'origine comme un vecteur de prospection, le concept du Club d'Achats a été précisé au cours du temps pour arriver aujourd'hui à trois formes d'organisation :

- Les centrales d'achat ;
- Les Clubs d'Achats en ligne ;
- Les Clubs d'Achats comme outil de fidélisation.

Si les sociétés du secteur Banque et Assurance sont les premières en France à mettre en œuvre cet outil de fidélisation, les acteurs d'autres branches professionnelles comme la distribution, le bâtiment et travaux publics, l'édition, etc. ont rapidement découvert l'intérêt de ce moyen et cherchent, à leur tour, à créer de structures similaires. L'engouement des entreprises pour ce type de programme peut être expliqué par l'importance croissante de l'enjeu de fidélisation de la clientèle pendant ces dernières années<sup>1</sup>. En effet, les coûts pour garder un client sont au moins 5 fois moins chers que ceux nécessaires pour conquérir un nouveau client. D'où un impératif qui s'impose à toute entreprise dans tous les secteurs d'activité : développer une stratégie de fidélisation de ses clients.

Selon le *Marketing Magazine*<sup>2</sup>, les 30% des clients les plus fidèles d'une enseigne contribuent à hauteur de 70% à 80% de son chiffre d'affaires. D'une manière similaire, une hausse de 5% du taux de rétention client permettrait à l'entreprise d'augmenter ses résultats de 25% à 85% selon le secteur d'activité dans lequel elle se trouve. Dans la même logique, le *Gartner Group* montre qu'en moyenne un accroissement de 8% des bénéficiaires peut être enregistré si la société arrive à faire monter 1% du taux de rétention client.

Même si ces chiffres doivent être interprétés avec prudence, la fidélisation de clients constitue sans aucun doute un facteur contribuant significativement aux résultats de l'entreprise, ce qui fait du marché des Clubs d'Achats un marché porteur. L'importance de ce marché et de la question de la fidélisation client peut être expliquée par les différents défis que doit relever toute entreprise de type commercial<sup>3</sup> :

- **La nécessité d'amortir des coûts d'acquisition client** : l'amortissement de ces coûts se pose lorsque l'acquisition d'un nouveau client nécessite des ressources importantes notamment en termes financiers. La fidélisation client permettrait donc à l'entreprise de récupérer et rentabiliser ces investissements tout au long d'une relation commerciale. C'est en se fondant sur la valeur vie (*life-time value*) des nouveaux clients que l'entreprise peut accepter d'assumer un coût important pour les acquérir, tout en espérant que l'actualisation des marges nettes obtenues sur la durée de vie des clients permettra -au moins- de couvrir l'intégralité de cet investissement. L'amortissement des coûts d'acquisition client et donc l'enjeu de la fidélisation, est de plus en plus important pour les secteurs dans lesquels ces coûts peuvent être très élevés et la durée de vie des clients longue (on entend par *durée de vie d'un client* la période de temps entre la première transaction enregistrée et le dénouement de cette relation commerciale). Tel est le cas notamment des secteurs banque, assurance, transport, les clubs de vacances, de livres, etc.

---

<sup>1</sup> [www.emarketing.fr](http://www.emarketing.fr)

<sup>2</sup> *Marketing Magazine* N°103 – 01/04/06

<sup>3</sup> [www.abc-netmarketing.com](http://www.abc-netmarketing.com)

Comme les secteurs d'activités sont et seront devenus plus concurrentiels, la fidélisation des clients deviendra une contrainte pour toutes les entreprises, ouvrant par conséquent la voie pour le développement du marché des Clubs d'Achats.

- **La nécessité d'améliorer le chiffre d'affaires généré par client :** selon *ABC NetMarketing*, la part du chiffre d'affaires d'une entreprise, apportée par chaque client, augmente avec l'ancienneté de ce dernier. La contribution de ces anciens clients est en effet plus importante tant en terme de fréquences d'achats qu'en terme de montant moyen dépensé. Cet effet bénéfique du facteur ancienneté des clients sur le résultat de l'entreprise peut être expliqué notamment par la confiance et éventuellement la bonne image de l'enseigne auprès de ses clients. Il s'explique également par une meilleure connaissance de clients sur les offres proposées.
- **La réduction des coûts de gestion :** les Clubs d'Achats et la question de la fidélisation ont toute leur place dans les stratégies de réduction des coûts menées par l'entreprise. Ces coûts de gestion sont en effet moins importants pour les anciens clients étant donné la meilleure connaissance mutuelle entre ces derniers et l'entreprise. Les fréquences d'achat plus élevées de ces anciens permettent également à l'entreprise de réduire les moyens matériels et financiers nécessaires pour leur faire découvrir de nouvelles offres. Cet effet bénéfique dépend cependant évidemment des caractéristiques des entreprises et de leur secteur d'activité.
- **Les effets de recommandation :** la fidélisation de clients via la création des clubs d'achats renforce les effets de recommandation, non seulement entre les membres d'un même milieu-réseau, mais également entre ces membres et d'autres acteurs à l'extérieur du Club. Ces effets contribuent évidemment à la réputation de l'enseigne, car si un client est très satisfait des offres qu'on lui a proposées, il les renverra vers ses congénères cherchant des produits similaires. Ainsi, la propension d'un client à recommander les produits d'une enseigne est plus importante et ses recommandations sont plus pertinentes et fiables s'il est un ancien client de l'enseigne et connaît bien la qualité de ses produits/ services.

Considérés comme l'un des moyens de fidélisation de clients, les Clubs d'Achats, matérialisés par leurs cartes membres ou encore cartes de fidélité figurent parmi les étapes d'une bonne fidélisation que doivent mettre en place les entreprises, à savoir<sup>4</sup> :

- **La qualité** des produits ou services offerts, qui constitue un élément de premier rang et sans doute le plus important dans le processus de fidélisation des clients. Cette étape, bien que difficile est indispensable car d'une part, l'entreprise doit parvenir à mobiliser et à attirer plus de clients et d'autre part, un client satisfait sera un client fidèle.
- **La création de bases de données clientèle :** la constitution de ces bases de données est nécessaire dans la mesure où elles permettent d'abord à l'entreprise de communiquer auprès de ses clients sur ses nouveaux produits ou services ou opérations promotionnelles. Elles servent aussi à mener des analyses plus approfondies (de type *data mining*) sur le portefeuille de clients dont dispose l'entreprise.
- **Les cartes de fidélité :** ces cartes, gratuites en principe, permettent à leurs titulaires de jouir des avantages, en récompense pour des achats effectués. En fonction des sommes dépensées, les clients se voient attribués des points de fidélité qui ouvrent ensuite droit à ces récompenses.
- **Les cartes d'abonnement :** existantes en parallèle des cartes de fidélité, ces cartes d'abonnement sont payantes et donnent à leurs titulaires la possibilité d'obtenir non pas des points de fidélité mais des réductions sur les achats effectués. L'idée de base de ce concept est qu'il permet à l'entreprise de vendre ses produits, tout en accordant aux titulaires de ces cartes l'occasion d'amortir le coût d'acquisition de ces dernières en cumulant des réductions obtenues pendant leur durée de validité. Bien qu'il ne soit pas à l'origine des cartes d'abonnement, le volet « *fidélité* » des cartes d'abonnement est aujourd'hui très développé, permettant ainsi à leurs détenteurs de profiter de réductions supplémentaires ou de récompenses souvent une fois que le volume d'achat dépasse un certain seuil prédéfini.

---

<sup>4</sup> Sources : SEDITEL

- **La mesure des résultats** : une bonne stratégie de fidélisation devrait permettre à l'entreprise d'enregistrer une croissance satisfaisante en termes d'activités et de résultats économiques et financiers.
- **L'exploitation de bases de données** : les bases de données constituées lors du processus de fidélisation de clients offrent à l'entreprise la possibilité d'aller plus loin dans sa conquête de clients. En effet, en mettant en cohérence toute information sur les clients dont elle dispose, l'entreprise pourra avoir une vision plus globale sur le comportement de ses clients (leurs habitudes d'achat par exemple), mais aussi réaliser des analyses plus fines sur la rentabilité de chaque catégorie de clientèle. Elle sera alors à même de mieux cibler ses efforts marketing et commerciaux.

La mise en place des Clubs d'Achats nécessite des investissements importants en termes de moyens matériels, financiers mais aussi humains. Ces facteurs expliquent les difficultés qu'a connues le marché des Clubs d'Achats à ses débuts. Etant donné le montant limité des ressources venant de la cotisation de leurs membres, les premiers Clubs d'Achats ont dû se financer sur les marges commerciales qu'ils obtiennent auprès des fournisseurs. Ce problème, plus un coût des communications (et notamment d'internet) encore élevé à l'époque, font que les effets attendus de ces structures ne se sont pas matérialisés. Dès lors, les Clubs d'Achats ont dû se réduire tant au niveau de l'organisation qu'au niveau des ressources. La plupart des Clubs d'Achats ont été ensuite contraints à disparaître, à cause d'offres de moins en moins convaincantes.

Ainsi, le nombre d'acteurs et le marché des Clubs d'Achats en France était très réduit vers la fin des années 80. Les acteurs restants sur ce marché affichaient quant à eux un objectif bien modeste et des moyens financiers consacrés à leurs activités en décroissance. Le budget restreint de ces Clubs d'Achats a été utilisé exclusivement pour offrir à leurs membres des chèques cadeaux et des bons d'achat multi-enseignes, réduisant l'intérêt de leur offre, et remettant en cause la pertinence de leur existence.

Néanmoins, avec l'arrivée massive d'Internet, du commerce en ligne et la réduction significative du coût de communication associé, le marché des Clubs d'Achats a connu un regain d'activité. Ce phénomène concerne pratiquement toutes les entreprises dans tous les secteurs d'activité, notamment la distribution, les banques, les assureurs, etc.

Ainsi, plusieurs Clubs d'Achats ont été créés ou réactivés en interne à l'initiative de leur maison mère, avec par exemple :

- **Nivea** dispose également de deux clubs, l'un destiné aux femmes et l'autre aux hommes. Ces deux clubs fonctionnent à la fois sur le support papier (courrier) et sur l'Internet.
- **Unilever** met à la disposition de ses clients le club « *Pour tout vous dire* » fonctionnant sur deux supports complémentaires : un magazine papier et le portail ***Pourtoutvousdire.com***.
- **Total** : Club en ligne permettant à ses clients d'adhérer directement en ligne et de jouir ainsi de nombreux avantages (assistance de dépannage, offres promotionnelles, etc.)

Pour tous les programmes de ces clubs, deux types de contenus ont été proposés :

- l'un repose sur les caractères transactionnels (informations sur les produits et services mis à la disposition des clients),
- et l'autre sur les aspects émotionnels (conseils, orientation apportés aux membres adhérents sur leurs choix ou sur leur bien-être, etc.).

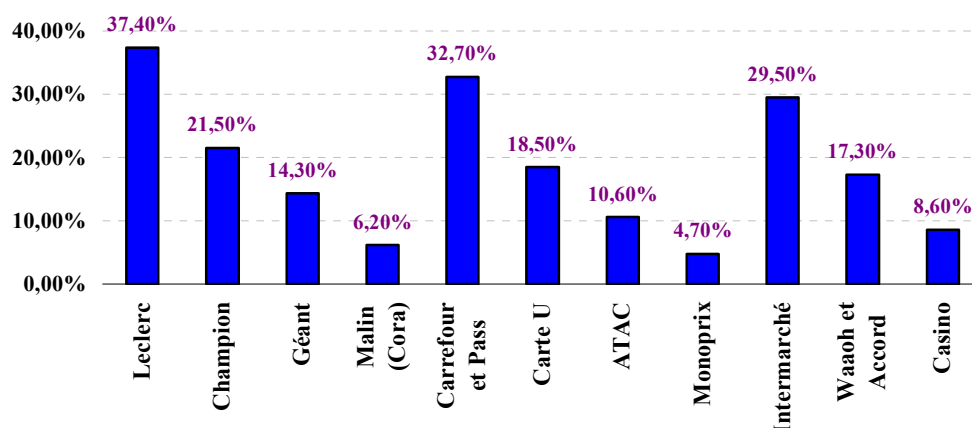
A la différence des clubs d'achats montés dans les années 80, les entreprises, les regroupements ou les associations de consommateurs ou de professionnels récemment créés ont tendance à confier aux agences de communication spécialisées ou à des fournisseurs en direct cette tâche de marketing relationnel, et ce dans l'objectif d'assurer le succès de leur stratégie de fidélisation. Ainsi, ces agents mandataires se chargeront de toutes les actions requises dans la relation avec les membres de clubs, de

la recherche de fournisseurs jusqu'au travail de logistique en passant par la négociation et la communication avec les membres adhérents.

Considérées comme un support matériel rassurant et une illustration concrète de l'activité de clubs, les cartes de fidélité sont déjà devenues « *la clé de voûte des systèmes de fidélisation des distributeurs* »<sup>5</sup>. En effet, si seulement 64% des français sont détenteurs de cartes de fidélité en 2000, ce nombre en 2006 s'élève à 90%. Ces clients sont devenus désormais « *multicartes* » : ils en possèdent une au moins et trois en moyenne. D'après *Le Monde*<sup>6</sup>, le nombre de cartes de fidélité distribuées par les grands magasins en 1999 est estimé à 10 millions d'unités. Aujourd'hui, le nombre total de ces cartes, offertes par l'ensemble des clubs (magasins, associations, etc.), est estimé à 300 millions d'unités. Et selon une recherche récente, menée par *HomeScan ACNielsen*, les français sont les seuls en Europe à affirmer que la carte de fidélité peut avoir un impact significatif sur leur fidélité à l'enseigne<sup>7</sup>.

Bien que les cartes de fidélité soient largement répandues auprès des consommateurs français, il est important de noter que plus de deux tiers de ces cartes a été offert en les incluant à l'avance dans les packages de produits ou services achetés par les clients. Ainsi, les enseignes cherchent non seulement à proposer mais également à imposer leur carte aux clients. Cette situation est assez fréquente chez les enseignes d'hypermarchés ou de supermarchés comme en témoignent les statistiques de *HomeScan ACNielsen* :

#### *Pourcentage de détention de cartes par foyer*



Sources : *HomeScan ACNielsen*

Toujours selon l'étude de *HomeScan ACNielsen*, la stratégie de fidélisation mise en œuvre par les enseignes et les entreprises correspond au quatrième élément qui contribue le plus à leur niveau d'activité et de résultats, après les trois autres facteurs, à savoir l'emplacement de produits et services, l'abondance de ces derniers ainsi que l'étendue de l'offre aux clients.

Compte tenu des réponses exprimées par les clients dans un sondage effectué par *HomeScan ACNielsen* sur le degré de satisfaction de ces derniers vis-à-vis des cartes d'enseignes, il existe bien encore des éléments à améliorer pour les entreprises souhaitant utiliser les Clubs d'Achats comme un outil de fidélisation. En effet, si 45% des personnes interrogées estiment que les avantages associés à ces cartes ne sont pas suffisants, 24% d'entre eux estiment qu'ils ne répondent pas à leurs besoins. Ces clients insistent aussi sur la différence qui existe entre les produits proposés et leurs attentes (25%), et que les coûts de ces cartes, lorsqu'elles disposent d'une fonction de paiement, sont élevés (24%). En

<sup>5</sup> Marketing Magazine N° 103 – 01/04/06

<sup>6</sup> Le Monde 22/03/06

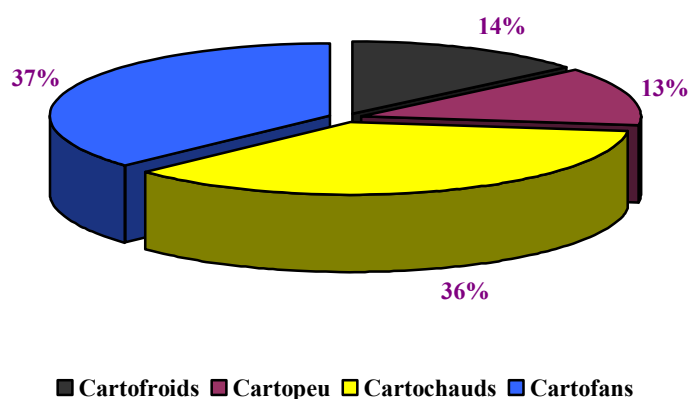
<sup>7</sup> Etude HomeScan ACNielsen – Décembre 04

ce qui concerne la fidélisation, objectif premier de la mise en place des cartes, 17% des personnes exprimées affirment que ces dernières ne créent pas une relation suffisamment personnalisée. Enfin, 22% des clients affirment pourtant que le fait de détenir des cartes de fidélité les incite à dépenser plus. Tous ces éléments ouvrent de nouvelles directions et constituent un potentiel pour le marché des Clubs d'Achats.

Selon une autre enquête récemment publiée par *TNS World Panel*<sup>8</sup> sur les nouveaux comportements des consommateurs, les titulaires de cartes de fidélité peuvent être classés en quatre grandes catégories : les « *cartofroids* », les « *cartopeu* », les « *cartochauds* » et les « *cartofans* »

D'après cette enquête, les « *cartofroids* » correspondent aux jeunes, célibataires qui portent moins d'attention aux avantages offerts par ces cartes, dont la présentation aux caisses n'est assurée que moins d'une fois sur deux. Les « *cartopeu* » désignent des personnes de moins de 35 ans, mariées et ayant de jeunes enfants. Ces derniers font en général des achats selon la tendance générale, de type « *impulsifs* ». Leur carte de fidélité est utilisée dans 50% à 75% des achats effectués. Quant aux « *cartochauds* », leurs cartes de fidélité sont présentées d'une manière assez systématique (trois achats sur quatre). Enfin, les « *cartofans* » correspondent à une population plus âgée (plus de 65 ans) et disposant donc de temps libre. Les cartes de fidélité sont utilisées plus souvent par cette tranche de clients compte tenu de leur budget (n'ayant pas de problème d'argent spécifique), de leur temps libre et de la fréquence d'achat et de consommation.

### *Segmentation de titulaires de cartes de fidélité*



Sources: TNS – World Panel (janvier 2006)

Etant donné que les entreprises, les regroupements ou les associations des professionnels, etc. ont tendance à déléguer aux agences spécialisées la mission de fidélisation de clients, ces mandataires devront faire face à des problèmes similaires à ceux auxquels les Clubs d'Achats ont précédemment été confrontés : la recherche de fournisseur, la négociation, de même que l'animation des activités du Club.

En tant qu'acteurs majeurs sur le marché des Clubs d'Achats et compte tenu de changements organisationnels de ces structures, les fournisseurs ne seront compétitifs que dans la mesure où ils pourront proposer aux clubs ou aux agences spécialisées des offres intégrées, englobant toutes les composantes nécessaires, de l'approvisionnement de produits à la logistique. Ces offres intégrées allégeront la tâche des agences mandataires, leur permettant donc de se concentrer sur la partie communication du club.

<sup>8</sup> Sources : TNS World Panel – Enquête Janvier 2006



Etant données les spécificités liées à chaque structure et à ses activités, les fournisseurs doivent adapter leurs offres pour bien répondre aux attentes particulières propres à chaque club. Compte tenu du caractère « *sur mesure* » de ce marché, les fournisseurs doivent en outre être en mesure d'identifier des associations, agences, regroupements qui s'intéressent éventuellement à leurs offres afin de leur proposer des solutions de type « *clés en main* ». De ce fait, le marché des Clubs d'Achats est peu concurrentiel. Toutefois, cette caractéristique du marché n'exclut pas une forte position de certaines agences de communication, qui cependant semblent condamnées à sous-traiter le cœur de cette activité.

Les contours de ce marché sont donc difficiles à définir, car il est récent, et encore très peu structuré. Si l'on ne retient que les TPE, soit dans le cadre de mise en place de d'offres similaires à celle faite par les comités d'entreprise, soit dans le cadre d'une démarche commerciale de la part de grandes entreprises qui incluent le club d'achats dans leur offre auprès de ces TPE, on recense 1,4 millions d'entreprises concernées, regroupant plus de 8 millions de salariés, effectuant plus de 3 milliards d'euros d'achats.

## **6.7 Le marché de la vente à distance en ligne et de la publicité sur internet**

Le développement d'Initiatives & Développements est éminemment dépendant d'internet, tant incontournable est devenu ce média dans le déploiement d'une offre commerciale. En outre, les marchés ciblés par la Société se prêtent particulièrement bien à ce mode de commercialisation.

### **6.7.1 Le développement d'internet en France**

#### **6.7.1.1 Internet et les français**

Les équipements multimédias et Internet ont beaucoup profité de l'engouement des français pour les produits technologiques pendant ces dernières années. En effet, en comparaison avec le niveau constaté en 1996, le nombre d'ordinateurs détenu par les français début de 2004 a été déjà multiplié par trois. Et si 45% des foyers se sont équipés d'un micro-ordinateur à leur domicile en 2004<sup>9</sup>, ce chiffre s'élève à 49,1% en fin de 2005<sup>10</sup>. Parmi les ordinateurs achetés, les portables occupent une place importante. En effet, si l'on dénombrerait seulement un ordinateur portable pour onze ordinateurs fixes en 1996, ce ratio est d'un sur trois en 2004, dont plus de la moitié ont été acquis par les foyers disposant déjà un poste fixe. Selon l'*Insee Première*, le profil des acquéreurs d'ordinateurs portables est variable : 12% sont des personnes ayant de moins de 40 ans, représentant 15% des personnes les plus aisés, 20% détiennent des diplômés de l'enseignement supérieur, 22% sont des étudiants et 15% habitent de l'agglomération parisienne.

Le nombre des ménages s'offrant un accès à l'Internet suivant l'acquisition de leur ordinateur est également en augmentation. En effet, près de 75% des personnes achetant un ordinateur en 2003 disposent d'une connexion d'Internet dans l'année qui suit, alors qu'en 1999 seul un ménage sur trois pouvait se le permettre. En termes de matériels de connexion, plus les équipements d'Internet sont récents (achat ou renouvellement par exemple pendant la période de 2000 à 2003), plus grand est le nombre de ménages cherchant à avoir un accès à l'Internet. Ainsi, le nombre des ménages français disposant d'un ordinateur et ayant un accès à l'Internet a triplé entre 2004 et 1996 (68% en 2004 contre 28% en 1996<sup>11</sup>). Les statistiques de 2005 confirment cette évolution : parmi les foyers équipés d'un micro-ordinateur au 4<sup>e</sup> trimestre de 2005, 77% sont connectés à l'Internet (9,5 millions de ménages).

En termes de vitesse de connexion, l'Internet haut débit a progressivement remplacé l'accès bas débit, comme en témoigne l'illustration ci-dessous. Ainsi, 2003 est la première année où le chiffre d'affaires

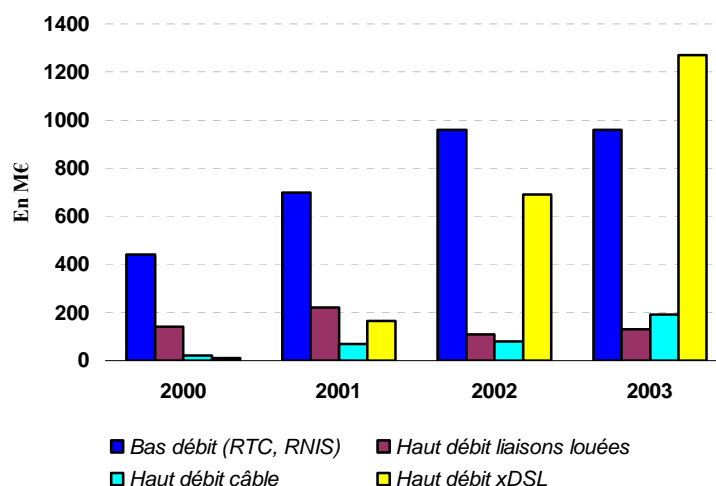
<sup>9</sup> Sources : INSEE Première – Mars 2005

<sup>10</sup> Sources : Médiamétrie - 03/04/06

<sup>11</sup> Sources : INSEE Première – Mars 2005

des accès bas débit a été dépassé par celui des connexions de haut débit. Début 2004, le taux de pénétration du haut débit, mesuré par le rapport entre le nombre d'abonnements d'Internet haut débit et le nombre de foyers, était de 15%. L'intérêt que les consommateurs français ont porté à l'Internet haut débit peut être expliqué par la baisse du coût de connexion mais aussi par une variété des services associés.

### *La fourniture d'accès à l'Internet*



Sources : Insee Première – Août 2005

Cet engouement a aussi permis aux fournisseurs d'accès d'enregistrer une croissance importante de leur chiffre d'affaires, soutenue notamment par les abonnements haut débit de type *xDSL*. Le taux d'équipement français en accès *ADSL* figure, à fin 2004, parmi les premiers au niveau européen européens avec 6,1 millions d'abonnés et 16% des lignes téléphoniques. Toutefois, les connexions de haut débit par la technique *xDSL* ont été privilégiées par rapport à d'autres techniques d'accès. Ainsi, alors que l'accès à l'Internet par le câble a été doublé pendant la période entre 2001 et 2003, le haut débit par d'autres moyens ne représente que 11% des infrastructures déployées (ce taux est de 27% pour l'Europe des Quinze).

Les données, communiquées récemment par *Médiamétrie - l'Observatoire des usages internet*, permettent de confirmer la préférence des français pour l'Internet haut débit. Ainsi, la France compte, en février 2006, 15,6 millions d'internautes qui peuvent se connecter à l'Internet en haut débit depuis leur domicile, en croissance de 49% (5,2 millions d'utilisateurs) par rapport à la même époque en 2005. En comparaison avec le nombre total d'utilisateurs d'Internet en France, la part des internautes de haut débit est désormais de 82,4%, soit plus de 8 internautes sur 10<sup>12</sup>.

En ce qui concerne le profil des internautes, une étude récente d'*Ipsos Media*<sup>13</sup> a été menée sur les visiteurs de plus de 200 sites Internet et 150 chaînes de portail avec un double objectif : l'analyse du portrait des internautes et de son évolution temporelle, et le choix de sites web les plus performants permettant de mener efficacement des campagnes de communication. Cette étude prend en compte des internautes de plus de 15 ans qui peuvent se connecter à l'Internet soit à leur domicile, soit sur le lieu de travail.

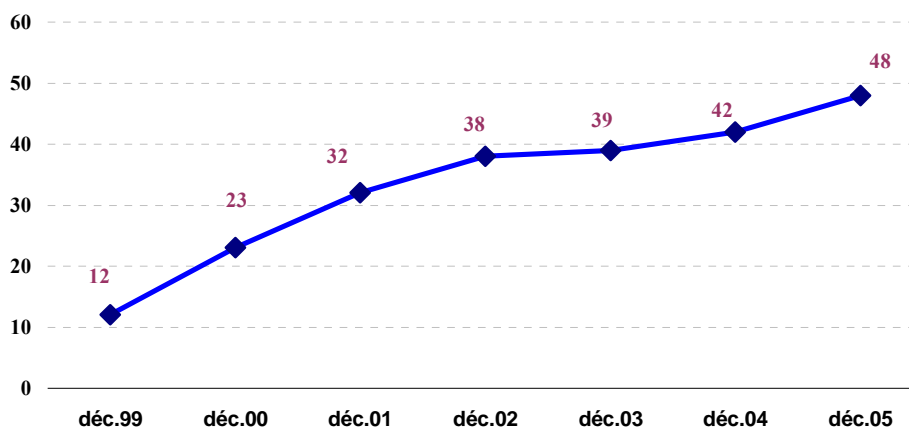
Selon *Ipsos Media*, la France comptait en fin de 2005 plus de 23 millions d'internautes ayant 15 ans et plus, soit environ 48% de la population française. Ce chiffre représente une hausse de 14% en 2005

<sup>12</sup> Sources : Médiamétrie – Février 2006

<sup>13</sup> Sources : IPSOS Media – 16<sup>e</sup> Edition 2005

après un accroissement de 10% en 2003. Malgré un rapprochement du profil de la population française et celui des internautes depuis quelques années, les caractères socio-démographiques de ces derniers restent singuliers. En effet, le pourcentage d'hommes est de 54% pour les internautes (vs. 48% pour la population de 15 ans et plus), 52% d'internautes ayant moins de 35 ans (vs. 28% pour l'ensemble des plus de 15 ans), 40% d'internautes étant issus des catégories socioprofessionnelles supérieures (vs. 22%), 18% d'eux étant étudiants (vs. 11%) et 23% d'internautes étant franciliens (vs. 19%).

#### PENETRATION 15 ANS ET PLUS (EN %)



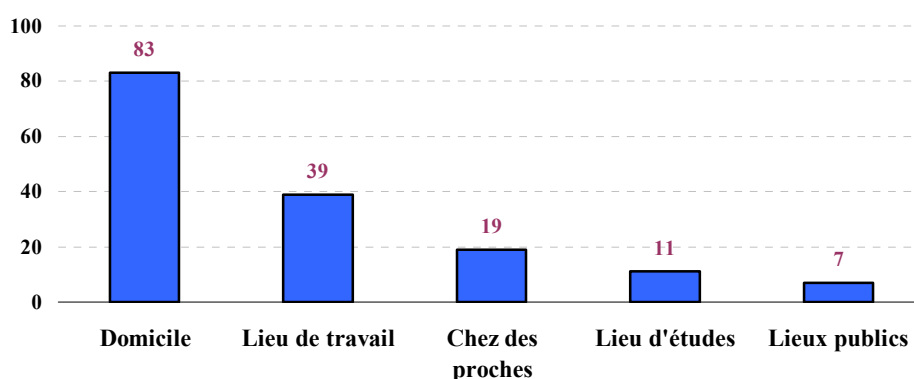
Sources: Ipsos Media

En outre, les données de l'étude d'Ipsos Media révèlent que les connexions à domicile sont les préférées (83% des internautes), suivies ensuite par le lieu de travail (39%) et chez des proches (19%). Les deux dernières positions appartiennent aux lieux d'études (11%) et en fin les endroits publics (7%). D'après cette même étude, la répartition des endroits de connexion n'a pas changé par rapport à la situation constatée 6 mois plutôt.

Lorsqu'ils effectuent des connexions d'internet depuis leur poste de travail ou à leur domicile, les internautes s'intéressent davantage à des sites web ayant des contenus liés aux annonces immobilières, aux comparateurs de prix, à la météo ou à des moteurs de recherche. Quant aux jeunes se connectant depuis leur lieu d'étude, leur attention est souvent attirée par des jeux en ligne et le téléchargement des contenus musical, cinéma, vidéo, logiciel, etc. Les internautes moins jeunes se connectant sur le lieu de travail se dirigent également vers les sites d'actualité générale, de voyages et de maison-bricolage-décoration<sup>14</sup>.

<sup>14</sup> Sources : Ipsos Media – Décembre 2005

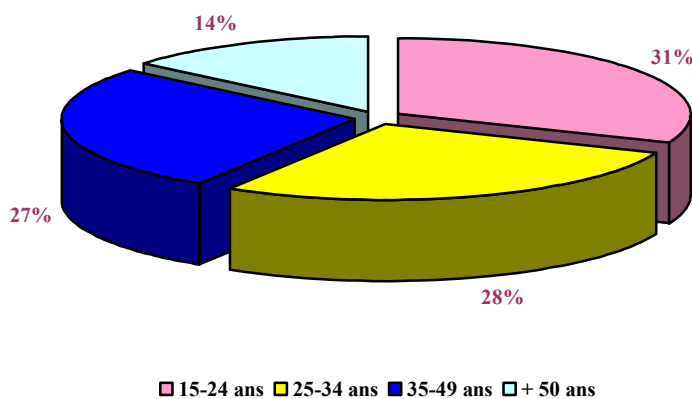
### Lieux de connection au cours des 30 derniers jours (En %)



Sources : Ipsos Media

Toujours selon les statistiques d'Ipsos Media, la répartition de l'ensemble des internautes en fonction du sexe fait ressortir un pourcentage prédominant d'hommes (67%), dont la plupart se trouvent dans les tranches d'âge à forte consommation (15 à 50 ans). En terme de localisation géographique, 74% des internautes résident en province et 24% en Ile-de-France. Enfin, les internautes de 15 à 24 ans sont les plus nombreux (31%), suivis par les 25-34 ans (28%), les 35-49 ans (27%) et les +50 ans (14%)<sup>15</sup>.

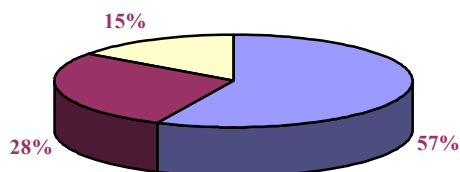
### Répartition des internautes selon l'âge



En termes de catégories socioprofessionnelles, si 40% des internautes ayant de plus de 15 ans sont issus des milieux aisés, ce taux est de 57% pour l'ensemble des internautes et 30% pour la population française. La part des moins aisés dans la communauté des internautes et dans la population est respectivement de 28% et 36%. Les inactifs représentent 15% des internautes contre 34% de la population française.

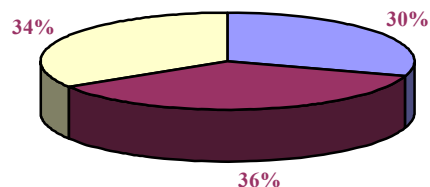
<sup>15</sup> Sources : Ipsos Media – [www.pme.gouv.fr](http://www.pme.gouv.fr)

### CSP - Internaute



■ CSP+ ■ CSP- □ Inactifs

### CSP - Population française



■ CSP+ ■ CSP- □ Inactifs

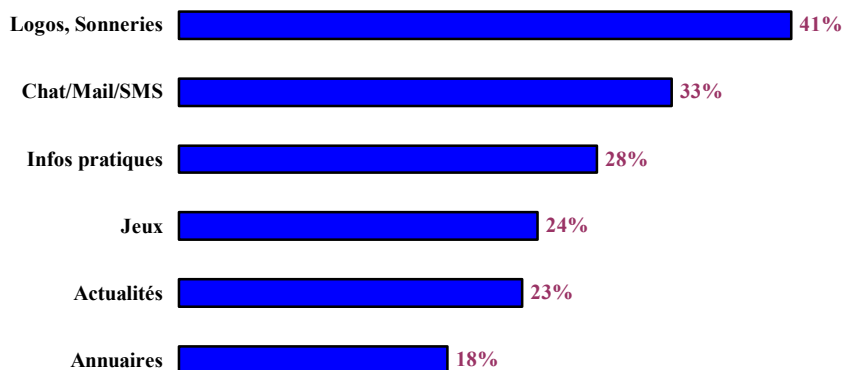
Sources : [www.pme.gouv.fr](http://www.pme.gouv.fr)

Lorsque l'on segmente en fonction des revenus, on observe que 20% des internautes ont des revenus supérieurs à 36 000 euros par an (contre 15% de la population française se trouvant dans cette tranche de revenus). La part des internautes ayant des revenus se trouvant dans la fourchette de 12 000 à 36 000 euros est de 39%, alors qu'ils représentent 52 % de la population française. Les internautes de faibles revenus (moins de 12 000 euros par an) ne représentent que de 14% des internautes.

En termes de durée de connexion, le temps moyen mensuel de connexion depuis le domicile ou le lieu de travail, est de 17h 14 minutes en juillet 2005, en légère baisse par rapport aux 19h 18 minutes constatées le mois précédant.

Avec l'arrivée des nouvelles technologies pour la téléphonie mobile, les internautes peuvent désormais se connecter depuis leurs **téléphones portables**. D'après les résultats de l'étude *Profiling 2005* d'Ipsos Media, 13% des détenteurs d'un téléphone portable interrogés se sont connectés à l'Internet au cours des 30 derniers jours. Ces services sont utilisés avant tout pour télécharger des logos et des sonneries depuis les spécialisés. Ils ont été également utilisés pour effectuer des communications écrites (chats, emails, SMS) et pour consulter des informations pratiques en ligne (trafic routier, météo, etc.).

### SERVICES UTILISES VIA L'INTERNET MOBILE (En %)



Sources : *IPSOS Media Décembre 2005*

### 6.7.1.2 Internet et les entreprises françaises

Internet est aussi devenu un outil de réseau, de transactions et de compétitivité pour les entreprises, leur permettant de réduire les coûts et d'augmenter leur efficacité et leur productivité. Selon l'enquête européenne sur les technologies de l'information et de la communication, réalisée fin 2002<sup>16</sup>, les entreprises françaises se sont montrées de plus en plus intéressées par les atouts offerts par ces Nouvelles Technologies de l'Information et de Communication (NTIC). Ainsi, on constate que les micro-ordinateurs sont aujourd'hui présents dans plus de 97% des entreprises. Et parmi les sociétés équipées d'ordinateurs, près de 83% sont connectées à l'Internet (dont 57% en haut débit) et utilisent le courrier électronique.

38% des entreprises équipées de micro-ordinateurs ont mis en place un réseau d'intranet pour favoriser les communications et le partage d'informations au sein de leur structure. La relation et les échanges avec des partenaires externes sont assurées par un réseau d'extranet dont 14% des entreprises équipés en informatique disposent. Plus de 37% de ces entreprises ont également implanté des progiciels de gestion intégrée (*Enterprise Resource Planning* ou ERP) dont le but est de coordonner l'ensemble de leurs activités autour d'un même système d'information.

Ces entreprises cherchent également à améliorer la relation commerciale avec leurs clients en créant leur propre plateforme de communication sur Internet. Ainsi, 39% de ces entreprises disposaient fin 2002 de portails Internet en propre, dont 15% permettaient d'effectuer des opérations commerciales en ligne. En 2003, le nombre de ces plateformes a continué à progresser. On a constaté qu'en fin de cette même année, 52% des PME françaises se sont doté d'un site d'internet, 60% d'entre elle étant dans le secteur Services, 57% dans l'Industrie, 47% dans le Commerce, 40% dans le Transport et 37% dans les Bâtiments et Travaux Publics<sup>17</sup>.

Quant aux grandes entreprises, la part des sociétés ayant un site d'Internet est de 71% en 2003 et la proportion des grands groupes disposant d'un portail offrant la possibilité de prendre en compte de commandes en ligne est de 18%<sup>18</sup>.

Le taux des entreprises ayant une connexion d'internet varie selon la localisation géographique comme en témoignent les statistiques publiées par *Médiamétrie Crocis*<sup>19</sup> en 2001. En effet, ce taux de connexion est de 39% pour l'ensemble des PME en France alors qu'il est de 57% pour ceux se trouvant dans la petite couronne parisienne. Cette situation reste aussi vraie pour les grandes entreprises, avec un taux de connexion de 92% pour la France entière et de 98% pour la région parisienne.

---

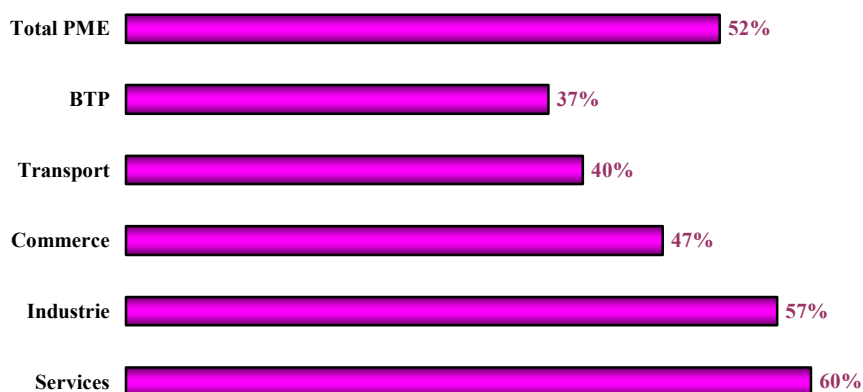
<sup>16</sup> Sources : [www.men.minefi.gouv.fr](http://www.men.minefi.gouv.fr)

<sup>17</sup> Sources : BNP Paribas Lease Group – Journal du Net Féb. 05

<sup>18</sup> Sources : DIGITIP/Sessi – Journal du Net Féb.05

<sup>19</sup> Sources : Médiamétrie Crocis – Journal du Net Féb.05

### *Part des PME ayant un site Web en 2003*



*Sources : BNP Paribas Lease Group – Journal du Net*

On observe également que les technologies de l'information et de la communication ont été adoptées davantage par les filiales des grands groupes ainsi que par les entreprises proposant des produits et services innovants.

Toujours selon l'enquête européenne sur les NTIC, la prise de commande en ligne n'est pas encore largement prise compte par les entreprises lors de la création de leur site d'Internet. En effet, les statistiques de l'étude montrent que parmi les sites Web recensés, moins de 16% disposent d'un portail transactionnel permettant d'enregistrer les commandes directement sur Internet, et seules 6% offrent en plus aux clients la possibilité de régler leurs achats en ligne. Deux autres fonctionnalités, à savoir le suivi des commandes et le service après-vente, ont été assurées respectivement par 7% et 9% des sites interrogés.

Pour 89% des entreprises françaises ayant un portail, leur plate-forme en ligne est destinée principalement à la présentation de leurs activités. 75% de ces entreprises offrent en plus aux internautes l'occasion de s'informer sur leurs catalogues de produits et de prix, et ce dans l'objectif de les conduire ensuite vers les canaux de distribution traditionnels. La plate-forme en ligne est aussi utilisée comme un outil de marketing pour 27% des entreprises en leur permettant de collecter des informations sur les internautes visiteurs. La fonctionnalité de diffusion et/ou de recueil d'offres d'emplois est enfin offerte par 22% des sites enquêtés.

#### **6.7.2 Le marché de ventes à distance par Internet (e-commerce)**

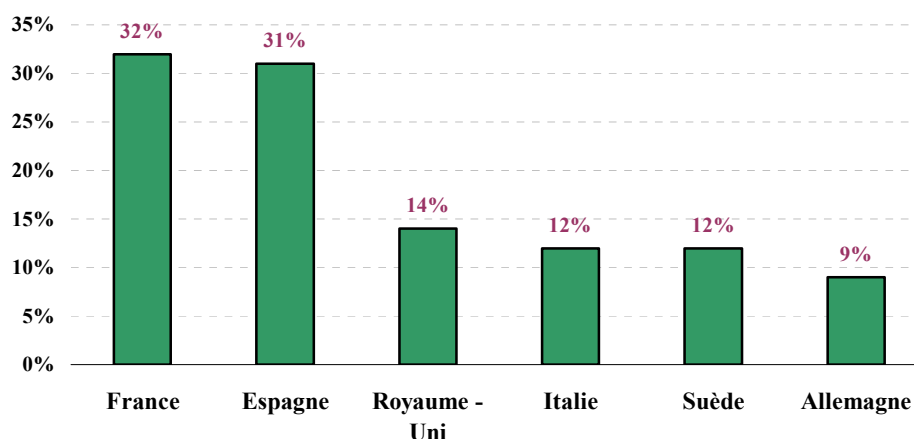
Selon les statistiques de **Fevad** (Fédération des Entreprises de Ventes à Distance), qui se fondent sur les sites du panel *Fevad/iCE* ainsi que sur d'autres plateformes de paiements (environ 10 000 sites de marchand au total), le chiffre d'affaires des ventes sur Internet peut être estimé à plus de 8,7 milliards d'euros en 2005, soit une croissance de 53% par rapport à l'année précédente.

Parmi les sites de marchand faisant l'objet de ce recensement, les 30 sites du panel *Fevad/iCE* regroupant les principales plateformes de commerce électronique ont enregistré à eux seuls plus de 4 milliards d'euros de chiffre d'affaires, représentant ainsi près de la moitié du total encaissé par l'ensemble des entreprises du secteur. Ce chiffre d'affaires, en progression donc de 40%, est le résultat de 43 millions de transactions effectuées, soit plus de 100 000 achats par jour<sup>20</sup>

<sup>20</sup> Sources : Fevad – Communiqué de presse – Janvier 2006

Cette croissance importante du marché de l'e-commerce en France est aussi confirmée par les données publiées par *Mediametrie/ NetRating* lors d'une comparaison du taux de progression de ce marché parmi les 6 grands pays européens. La France se trouve en effet à la première position avec un taux de croissance de 32% au premier trimestre de 2005. Sur cette même période, la croissance observée en Espagne s'établit à 31%. Quatre autres pays, l'Italie le Royaume-Uni, la Suède et l'Allemagne enregistrent des taux de croissance variant entre 9% et 14%. Toutefois, le ratio de conversion (pourcentage d'internautes qui effectuent des achats sur l'Internet) de la France (66,1%) est derrière celui du Royaume-Uni (89,1%), de la Suède (73%) et de l'Allemagne (75%).

***Croissance du nombre d'acheteurs en ligne  
(1<sup>e</sup> Trimestre 05/04)***



*Sources : Mediametrie/NetRating*

Le nombre d'acheteurs en ligne est régulièrement en hausse. En effet, l'étude *Profil*<sup>21</sup> de *Fevad* réalisée en 2004 observe qu'un français sur quatre achète désormais sur Internet et que le nombre de cyber-acheteurs, dont le profil s'est considérablement banalisé au cours du temps, a été 6 fois supérieur au niveau de l'année 2000. Les statistiques de *Mediametrie/ NetRating*<sup>22</sup> sur 2005 confirment cette tendance en constatant qu'au premier trimestre de 2005, le taux de croissance du nombre d'acheteurs en ligne est trois fois plus important que celui du nombre d'internautes. D'après les résultats de cette étude, si la hausse du nombre d'internautes n'est que de 10% entre 2003 et 2004, la croissance du nombre d'acheteurs *online* est de 38% sur la même période. Entre 2004 et 2005, la croissance du premier est de 11% alors que celle du deuxième s'établit à 32%. En général, au 1<sup>er</sup> semestre de 2005, 47% des internautes ont déjà effectué au moins un achat sur Internet, contre 39% sur la même période de l'année précédente. A souligner que l'on entend par acheteurs en ligne des internautes qui ont effectivement acheté un produit via l'Internet.

La progression du nombre de cyber-acheteurs est soutenue par une confiance de plus en plus importante vis à vis de ce canal de transaction. Toujours selon *Mediametrie/NetRating*, le nombre d'internautes faisant confiance aux systèmes d'achats en ligne est 6 fois supérieur en 2005 (12 279 personnes) qu'en 2001 (2 763 personnes), portant ainsi le taux de confiance en l'achat en ligne à 49,6% en 2005 (23,2% en 2001). Il est aussi important de noter que la quasi-totalité des acheteurs sur Internet (98%) se déclarent satisfaits de leurs achats et ont l'intention de renouveler cette expérience sur d'autres produits et services.

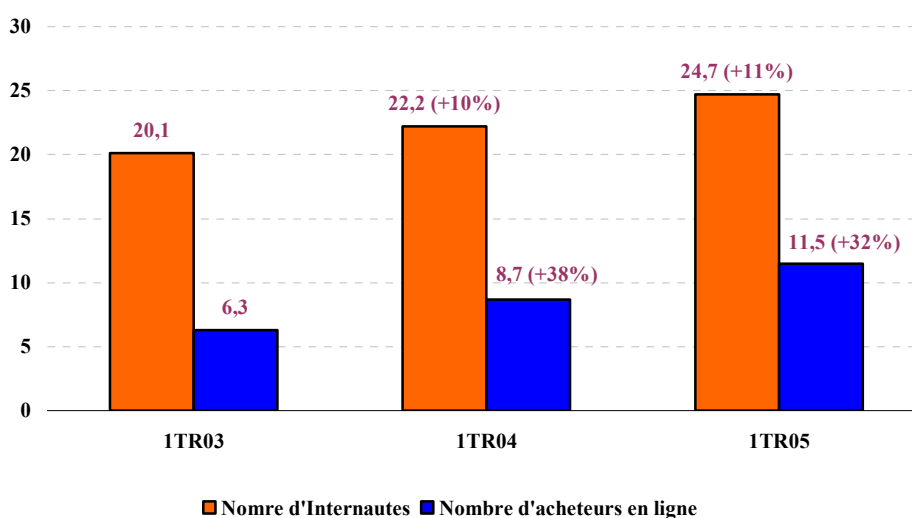
<sup>21</sup> Sources : Etude Profil – FEVAD Mai 2004

<sup>22</sup> Sources : FEVAD – Juin 2005



La répartition des cyber-acheteurs en fonction de leur sexe permet de constater que le nombre d'acheteurs masculins est passé de 5 millions en 2004 à 6,4 millions en 2005 alors que celui d'acheteurs féminins a progressé de 3,7 millions en 2004 à 5,1 millions en 2005. En termes de taux de croissance, l'e-commerce connaît donc une progression plus importante chez les femmes, avec une hausse de 38% pour 28% constatée chez les hommes. Au niveau de la catégorie socio-professionnelle, l'achat en ligne se démocratise. Ainsi, la part de cyber-acheteurs de la CSP<sup>+</sup> est en légère baisse en 2005 (42,7%) par rapport à 2004 (45,8%) alors qu'une progression a été observée pour d'autres catégories socio-professionnelles : les CSP<sup>-</sup> passant de 24,7% en 2004 à 26,1% en 2005, les retraités passant de 4,7% en 2004 à 5,4% en 2005 et les autres inactifs, passant de 24,8% en 2004 à 25,8% en 2005.

### Nombre d'Internaute vs. Nombre d'acheteurs en ligne



Sources : Mediatrice/NetRating – Mai 2005

Pour ce qui est de l'âge, Les statistiques de Mediatrice/NetRating publiées au premier trimestre de 2005 montrent que 25,4% des cyber-acheteurs sont des 15-24 ans et 28,7% d'eux se trouvent dans la tranche d'âge de 25-34 ans. Les internautes-acheteurs de 35 à 49 ans représentent 28,6% et les personnes de 50 ans et plus ne représentent que 17,3% de l'ensemble des cyber-acheteurs. Rapportés à leur part au sein de la population française (39,8%), les seniors (50 ans et plus) sont les moins représentés dans cette communauté en ligne et constituent donc un cible potentiel pour les annonceurs.

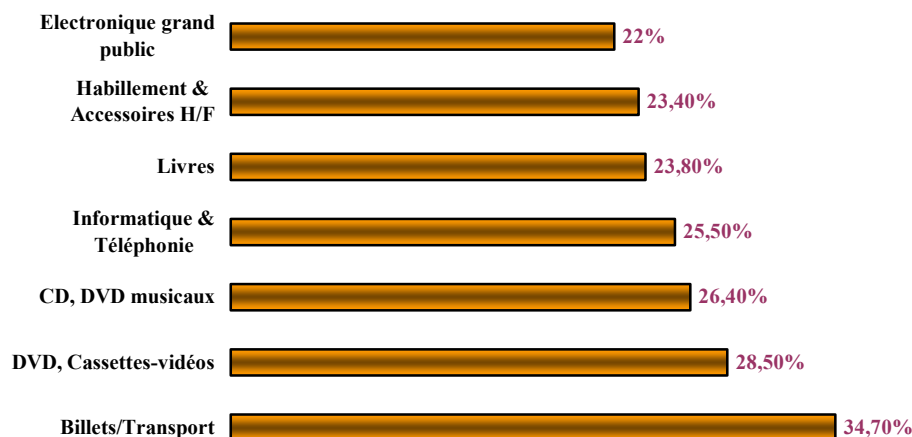
Le nombre d'internautes-acheteurs en ligne diffère aussi en fonction de leur localisation géographique. Ainsi, la région parisienne attire à elle seule 22,6% des internautes (soit 5,6 millions) et 27,6% (soit 3,2 millions) des acheteurs en ligne. Le pourcentage des internautes et des cyber-acheteurs en province est respectivement de 77,4% (soit 19,1 millions) et de 72,4% (soit 8,3 millions).

En termes de gammes de produits préférés, les chiffres de cette même étude témoignent de l'engouement des internautes pour les produits culturels (adoptés par 45,2% des personnes interrogées), les produits techniques (43,5% des personnes interrogées) et les services liés au voyage et au tourisme (44,3% des réponses). Notons que le taux d'achat de l'habillement sur Internet (28%) est presque similaire à celui sur catalogue (25,2%).

L'étude plus fine sur *les produits* commandés par les internautes-acheteurs montre que les billets/transport (gamme de produits liés au voyage) occupent la première place de la vente sur Internet avec 34,6% des demandes formulées, devant les produits culturels (DVD, cassettes vidéo – 28,5% et CD, DVD musicaux – 26,4%), l'informatique et Téléphonie (25,5%). Sur *les services* achetés en ligne, le téléchargement musical arrive en tête avec 20,1% (soit plus d'un internaute sur 5),

suivi ensuite par la billetterie événementielle (15,9%) et le service de développement de photo (11,2%).

### *Produits les plus commandés en ligne*



**Sources : Mediametrie/NetRating – 2005**

La répartition des cyber-acheteurs en fonction du nombre de canaux d'achat utilisés (Internet, Magasin, Catalogue) révèle que 17,2% des internautes n'utilisent qu'un seul canal lors de leur achat, 40,3% utilisent deux canaux et 42,3% ont recours au troisième canal. Le nombre de produits ou services achetés par les internautes (et ainsi leur pouvoir d'achat) utilisant trois canaux d'achat est le plus élevé, et il est 2,7 fois supérieur au nombre de produits commandés par les internautes mono-canal.

A noter que l'Internet peut être utilisé par les consommateurs comme un canal d'achat mais aussi comme un canal consulté. Dans le dernier cas, Internet leur permet de connaître le prix des produits (67% des réponses), de comparer les modèles proposés (58% des réponses), de comparer les caractéristiques des produits (50% des réponses) ou de consulter les promotions disponibles (49% des réponses)<sup>23</sup>. L'Internet peut être également utilisé pour acheter des produits après avoir consulté d'autres moyens comme le catalogue. Cette consultation pré-achat des cyber-acheteurs est justifiée par la réception du catalogue (53% des cas), l'aspect pratique de ce dernier (51% des cas), les informations sur les produits à acheter (48%) et la recherche du code de l'article intéressé (40%).

Les internautes-acheteurs ont de même recours à Internet après leurs achats dans l'objectif de retrouver, pour le plaisir, leurs articles achetés (58% des cas), mais aussi d'essayer d'avoir plus d'informations sur les produits acquis (39%), en vérifiant s'ils sont moins chers ailleurs (56%). 15% des cyber-acheteurs cherchent les coordonnées du service après vente sur Internet suite à leurs achats, et seulement 9% déclarent avoir utilisé Internet pour des problèmes liés aux produits achetés.

Selon les résultats de l'étude *Fevad-Credoc*<sup>24</sup>, les acheteurs à distance en général et les cyber-acheteurs en particulier, ont tendance à renouveler leurs expériences car le taux d'abandon de ces acheteurs est très faible. Il est effectivement de moins de 3% pour les premiers et de moins d'1% pour les seconds. Parmi les internautes-acheteurs, 42% ont effectué leurs achats sur le Net il y a moins d'un an et 58% ont acheté des produits sur Internet il y a plus d'un an. Le pouvoir d'achat le plus fort a été observé chez les cyber-acheteurs, qui affichent un revenu mensuel net entre 1 500 à 2 300 euros (24% de l'ensemble des acheteurs en ligne), talonné par les foyers dont le revenu est entre 2 300 euros et

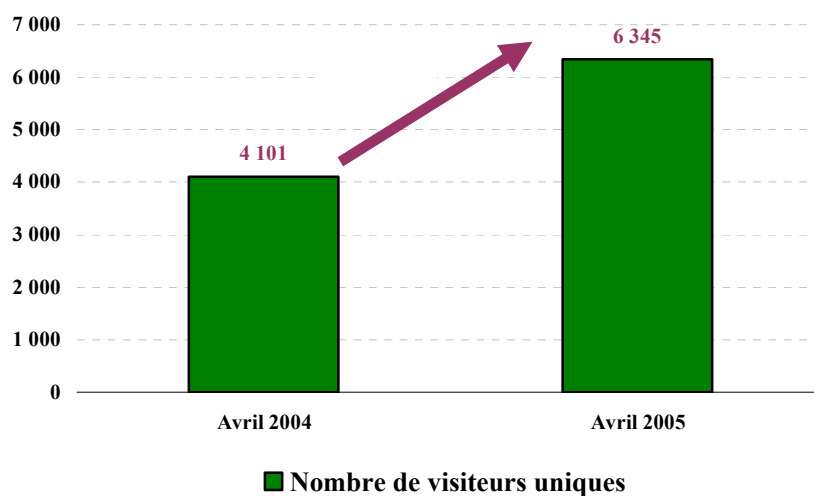
<sup>23</sup> Sources : Mediametrie/NetRating - 2005

<sup>24</sup> Sources : Etude Profil – Mai 2004

3 000 euros (21% des cyber-acheteurs). Concernant les sites web les plus visités par ces cyber-acheteurs, ils ont été classés en deux catégories: les sites marchands et les sites de voyage, compte tenu de la forte demande pour ces derniers. Les trois premières positions des sites marchands reviennent à *Ebay* (25,3% d'audience), *Fnac* (20,6%) et *Cdiscount.com* (17,8%). Les sites de voyage sont dominés par *voyage-sncf.com* (22,1%), *SNCF* (11,3%) et *Lastminute.com* (7,7%).

En plus du commerce en ligne entre les enseignes et les cyber-acheteurs, les internautes sont de plus en plus attirés par le commerce entre eux-mêmes (achat/vente de type *Customer to Customer*). En France, le nombre d'internautes qui fréquentent des sites Internet *C to C* a enregistré une croissance de +55% entre avril 2004 et avril 2005, comme en témoignent les statistiques de *Mediametrie/NetRating*<sup>25</sup>.

### Fréquentation des sites d'Internet C to C



Sources : *Mediametrie/NetRating*

Selon les chiffres de *Mediametrie/NetRating*, 39,4% des internautes interrogés participent à ce type de commerce sur Internet pour acheter et vendre des produits neufs et d'occasion, via des sites tels qu'*Ebay*, *PriceMinister*, *La Centrale*, etc. En ce qui concerne les produits échangés, les produits vedettes de la vente en ligne en général, le sont aussi dans le commerce via des sites *C to C*. Ainsi, les produits culturels se trouvent en première position avec 18,1% des échanges effectués entre les internautes, suivis ensuite par les produits technologiques avec 13,9%. Les produits liés à l'habillement et aux jeux et jouets se partagent le troisième et quatrième rang avec une même part d'audience de 8,3%.

### 6.7.3 Le marché de la publicité interactive

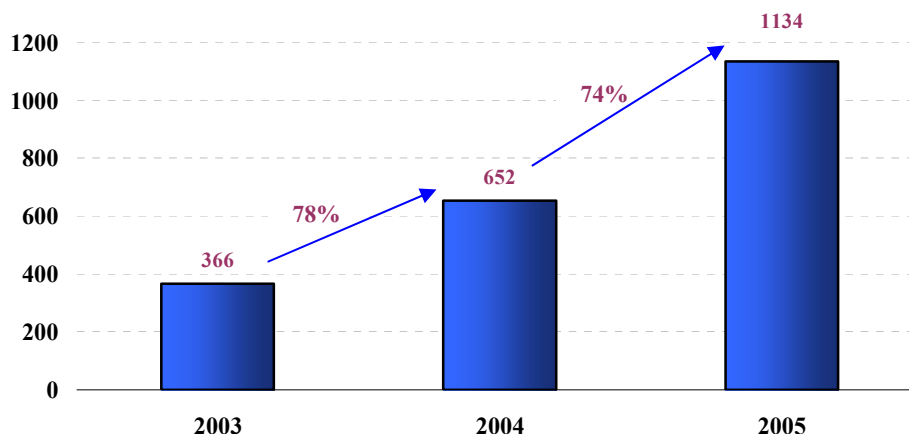
Oublié à la suite de l'éclatement de la bulle Internet en 2002, le marché de la publicité en ligne a progressivement regagné la confiance des annonceurs et des agences de publicité, grâce notamment à la mise en place des technologies Internet de haut débit et la croissance exponentielle du nombre d'internautes. Le potentiel de ce marché est également tiré par la reprise économique observée tant au niveau mondial qu'en Europe.

Ces éléments positifs, accompagnés d'une perspective économique plus claire ont encouragé les annonceurs à utiliser davantage Internet comme un outil d'acquisition et de fidélisation des clients, et à allouer par conséquent un budget plus important aux investissements publicitaires en ligne. En effet, le

<sup>25</sup> Sources : *Mediametrie/NetRating* - 2005

montant versé par les annonceurs à ce type de support était de 652 M€ en 2004, en hausse donc de 78% par rapport à celui de l'année précédente<sup>26</sup> et représentant 4,9% des investissements plurimédia au premier semestre de 2005<sup>27</sup>. Le nombre d'annonceurs actifs était également en hausse et s'établissait en 2004 à 1228 entreprises, soit 177 annonceurs de plus par rapport à l'année passée.

### Dépenses des Annonceurs sur Internet (en M€)



Sources : TNS Media Intelligence

En 2005, le marché de la publicité sur Internet a affiché une progression de 74% par rapport à l'année précédente, en attirant un montant d'investissements de 1,1 milliards d'euros. Il représente désormais 5,9% de l'ensemble du marché publicitaire plurimédia. Les investissements publicitaires sur Internet varient en fonction des secteurs d'activités : les investissements réalisés par des entreprises de télécommunication sont les plus importants avec 262,7 millions d'euros (soit en hausse de 92,2% par rapport à l'année passée), suivis ensuite par le voyage-tourisme (199 M€, en hausse de 70,2%) et les services (140 M€, en croissance de 65,2%). La quatrième position revient au secteur du transport avec 77,6 M€ (+76%) et la cinquième place aux entreprises de distribution (57,8 M€, +13,8%).

Malgré des investissements dans la publicité en ligne moins importants que ces cinq premiers, d'autres secteurs d'activité ont aussi manifesté leur intérêt pour ce support de communication. Tel est le cas par exemple du secteur Culture & Loisir qui voit son budget multiplié par 3,8 en 2005 (50,1 M€) et se positionne au septième rang avec 4,4% de part du marché publicitaire. C'est également le cas des annonceurs du secteur Audiovisuel Photo Cinéma, dont le montant des investissements sur la publicité interactive a été multiplié par trois en 2005, à 2,3% de part de marché. Le nombre total des annonceurs faisant appel à la publicité *online* en 2005 s'établit à 1399 entreprises selon IAB France.

<sup>26</sup> Sources : TNS – Media Intelligence

<sup>27</sup> Sources : IAB – Le marché publicitaire Internet – Avril 2005

**Investissements Publicitaires Internet (Données en octobre 2005)**

Rang	Secteur	Oct. 2005 (M€)	% Var (1 an)	PdM (10/05)	PdM 2004
1	Télécommunications	195,1	116,70%	23,00%	18,40%
2	Voyage - Tourisme	157,4	62,30%	18,50%	19,80%
3	Services	103,8	68,40%	12,20%	12,60%
4	Publicités diverses	73,3	15,10%	8,30%	12,50%
5	Transports	64,7	71,20%	7,60%	7,70%
6	Distribution	38,9	4,80%	4,60%	7,60%
7	Culture et Loisirs	36,4	378,30%	4,30%	1,60%
8	Informatique	35,5	39,80%	4,20%	5,20%
9	Toilette & Beauté	25,0	126,60%	2,90%	2,30%
10	Edition	18,7	104,50%	2,20%	1,90%
11	Energie	17,0	161,80%	2,20%	1,30%
12	Audiovisuel, Photo, Cinéma	16,4	212,50%	1,90%	1,10%
13	Alimentation - Diététique	12,3	97,30%	1,50%	1,30%
14	Equipements sportifs	12,1	87,10%	1,40%	1,30%
15	Information & Média	11,8	7,40%	1,40%	2,30%

Sources : TNS Media Intelligence & IAB/ Octobre 2005

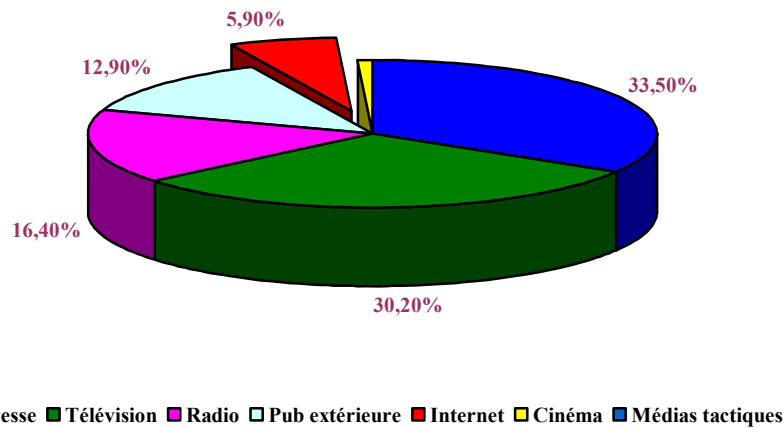
En outre, Internet est le support de communication dont le taux de croissance est le plus élevé. En effet, alors que les dépenses publicitaires sur tout type de médias n'ont progressé que de 10% au cours de l'année 2004, les investissements publicitaires Internet affichent à eux seuls un taux de croissance de 78% et s'établissent à 652 M€. Une situation tout à fait similaire est observée sur l'ensemble de l'année 2005 où la progression du montant total des dépenses publicitaires s'est limitée à 6,0% (pour un montant global de 19,95 milliards d'euros) alors que le taux de croissance des investissements publicitaires sur Internet était de 73,9% (soit 1 134 millions d'euros), loin devant d'autres supports de communication traditionnels.

Le franchissement du seuil symbolique du milliard d'euros de recettes annuelles constitue sans aucun doute un signal très positif pour le marché de la publicité interactive en ligne. Par rapport à l'année 2004 et parmi les médias traditionnels, seuls les supports radio et cinéma ont observé une amélioration en termes de part de marché. La radio passe en effet de 15,9% des dépenses publicitaires en 2004 à 16,4% en 2005 et le cinéma de 0,7% en 2004 à 0,9% en 2005. Les autres supports de cette même catégorie -la presse, la télévision et la publicité extérieure- ont accusé une perte légère de part de marché. Ainsi, la presse ne détient que 33,5% en 2005 (contre 34% en 2004), et la télévision voit sa part passer de 31,2% en 2004 à 30,2% en 2005 et enfin la publicité extérieure de 13,8% en 2004 à 12,9% en 2005.

L'accroissement de parts de marché du support Internet peut être expliqué d'une part par la progression du nombre d'internautes et un taux de pénétration de plus en plus important de ce média au sein de la population française, et d'autre part par les résultats satisfaisants apportés aux annonceurs. Ce dernier facteur est avancé dans l'étude NetImpact2<sup>28</sup> de l'IAB/IPSOS : dans 80% des cas étudiés, Internet contribue à l'amélioration de l'image de marque des annonceurs, et dans 70% des cas, ce support permet de renforcer l'intention des internautes de recommander la marque à leur entourage. L'internet permet aussi de faire progresser la notoriété des marques dans 50% des cas.

<sup>28</sup> Sources : NetImpact2 – IAB 13 Février 2002

### Marché publicitaire selon les supports (Fin 2005)



Sources : TNS Media Intelligence/ IAB France – Octobre 2005

En 2004, près de 26% des annonceurs ont utilisé Internet comme support de communication unique et un annonceur utilise en moyenne six sites web différents pour une campagne publicitaire. En outre on dénombre, en 2005, 3 713 créations de spots publicitaires *online* différentes, réalisées par les 200 premiers annonceurs plurimédia, ce qui représente une hausse de 26,5% par rapport à l'année précédente. Les secteurs les plus actifs dans la publicité interactive sont l'automobile, les fournisseurs d'accès à Internet, les banques, les agences de voyages et la téléphonie mobile<sup>29</sup>. Les acteurs de la grande consommation ont également intégré au fur et à mesure Internet dans leurs supports de communication de référence, et prennent une position de plus en plus importante sur ce marché. Le budget alloué par ces acteurs aux publicités interactives en 2005 est de 65,6 millions d'euros (2,7 fois le montant investi en 2004), ce qui leur permet de représenter 1,7% du marché (contre 0,6% en 2004). Ce secteur compte également 132 annonceurs actifs en 2005, soit 23 acteurs de plus par rapport à 2004.

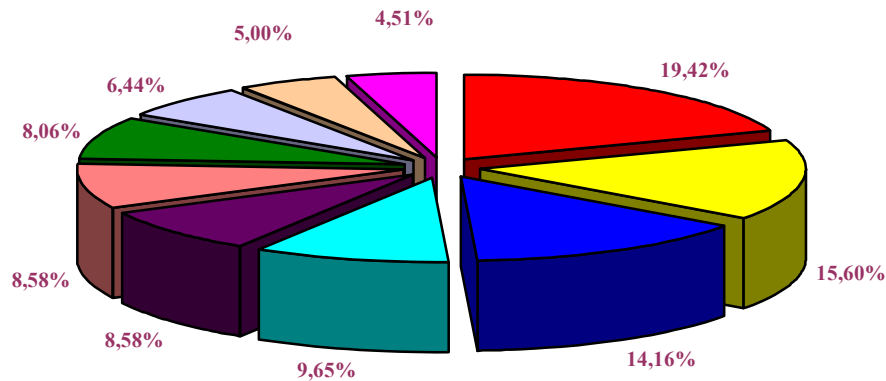
Ces nouveaux annonceurs, dont le nombre a enregistré une croissance de 30% en 2005 pour atteindre désormais 1 399 entreprises, ont réservé en moyenne 4% du montant total de leurs budgets publicitaires aux activités interactives *online*. Selon les statistiques d'IAB France, le premier des *top ten* nouveaux annonceurs a versé, en 2005, un montant de 2,7 millions d'euros et le dernier annonceur de ce *top ten* a dépensé un montant d'1 million d'euros. On constate également en 2005 une hausse du taux de pénétration du Web auprès des annonceurs passant de 3% en 2004 à 3,8% en 2005.

Le dynamisme du marché de la publicité sur Internet peut aussi être illustré par les budgets consacrés par les premiers annonceurs de 2005. Selon les statistiques de TNS Média Intelligence, Ebay est, pour la deuxième année consécutive, l'acteur de référence du marché de publicité en ligne avec 67 millions d'euros investis, suivi par d'autres annonceurs plus ou moins traditionnels tels que Cofidis ou EDF (Sources: Journal du Net – 6 Février 2006).

Selon TNS Média Intelligence, les dix premières entreprises intervenant sur le marché e-pub restent généralement les mêmes pendant plusieurs années, même si leur position peut changer d'une année à l'autre. C'est le cas par exemple de France Télécom et de la SNCF, qui se trouvent parmi les cinq premiers du classement. Par rapport à 2004, le rang des anciens dix premiers annonceurs a connu des changements. Ainsi, SNCF a laissé sa deuxième position à Switch Voyage pour occuper la troisième place, et France Télécom à la 4<sup>e</sup> position. SFR passe de 4<sup>e</sup> à 6<sup>e</sup> position et Cofidis de la 6<sup>e</sup> à la 7<sup>e</sup> position.

<sup>29</sup> Sources : IAB France

**Dix premiers annonceurs (En % de 346 M€)**



■ eBay ■ Switch Voyages ■ SNCF ■ France Télécom ■ Karavel ■ SFR ■ Cofidis ■ T-Online ■ Ilius (Meetic) ■ EDF

Sources : TNS Média Intelligence

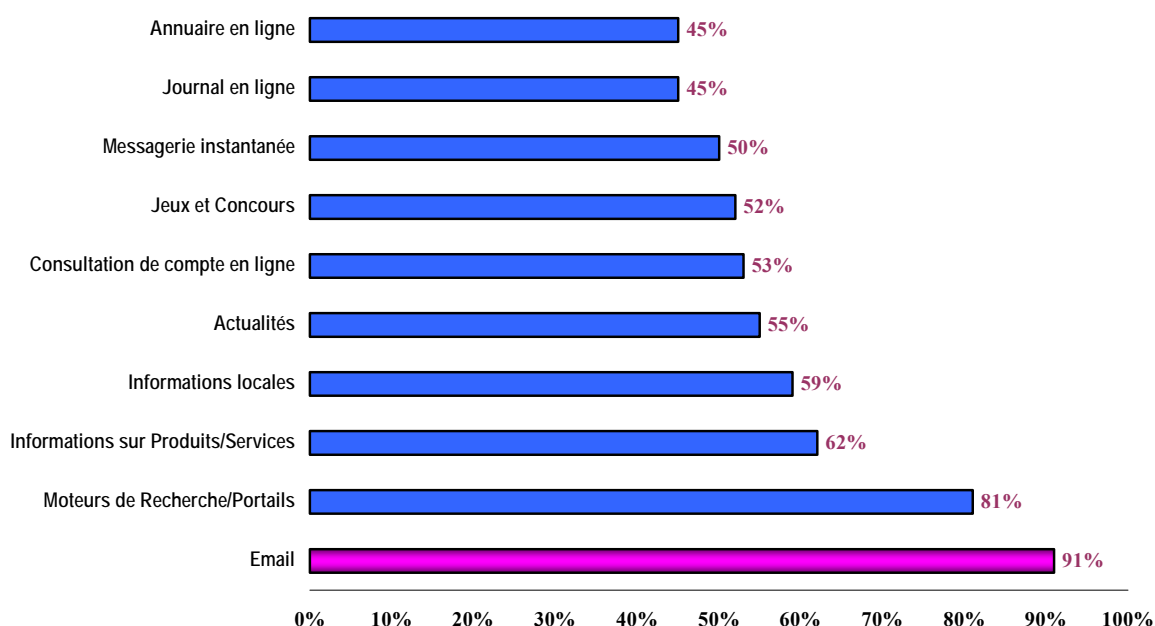
Le classement de 2005 a été également marqué par l'arrivée de deux annonceurs du monde du tourisme: *Switch Voyages* (Partirpascher.com) et *Karavel/Promovacances*. Les investissements publicitaires sur Internet du premier (du deuxième) ont connu une progression de 140% (88%) entre 2004 et 2005. La dépense massive de ces acteurs en faveur de ce support de marketing leur a permis de se retrouver au deuxième et au cinquième rang du classement. Figurent aussi dans le classement, le fournisseur d'internet Club d'Internet/T-Online dont le budget e-pub a bénéficié d'une hausse de 190%, et le site de rencontre Meetic (+310%). La variation la plus forte en matière de dépenses publicitaires Internet en 2005 est observée dans le cas d'EDF avec un taux de croissance de 440%, à 15,6 millions d'euros. Certains annonceurs présents dans le palmarès de l'année 2004 sont sortis de la liste. C'est le cas notamment de Renault, Neuf Télécom, Microsoft, Bouygues Télécom et Hewlett Packard.

Le marché de publicité en ligne est également très développé en Europe, en particulier au RU et en Allemagne. Au Royaume-Uni, le nombre d'annonceurs publicitaires sur Internet était de 3 359 entreprises avec un investissement global de 37,9 M€ en 2004 (en progression de 60% par rapport à l'année passée), ce qui représente 3,9% du total des dépenses pour la publicité. En Allemagne, le nombre d'annonceurs en 2004 se trouvait à un niveau comparable du celui du R.U avec 3 369 annonceurs, qui dépensaient environ 555 millions d'euros. Cet investissement représentait 3% de la somme totale allouée à la publicité par ces entreprises. Le taux de croissance des dépenses publicitaires sur Internet de l'Allemagne était néanmoins plus faible que celui de la France ou du R.U. Il s'établissait en effet à 3% en 2004. La perspective de ce marché est enfin très prometteuse aux Etats-Unis où l'on prévoit un taux de croissance se situant entre 400% et 1000% dans les années à venir. (Sources : *Journal du Net* 18/07/05)

#### 6.7.4 Le marché de l'e-mail marketing

La position de l'*e-mailing* parmi les outils utilisés par la publicité interactive est devenue de plus en plus forte, ce qui lui permet d'attirer davantage d'attention de la part des annonceurs. L'e-mail a été l'un des premiers usages d'Internet et facteur contribuant au développement et à la popularité de ce dernier. Il reste toujours le moyen de contact de référence des internautes et constitue donc un outil privilégié des annonceurs dans leur stratégie de fidélisation clients. Ainsi, selon les estimations de *Jupiter Research*, environ 91% des internautes utilisent quotidiennement l'e-mail dans leurs communications.

##### *Principaux usages de l'Internet (En % des internautes)*



Sources: *Jupiter Research Consumer Survey Report - Juin 2004*

Le baromètre de veille sur l'e-mailing, mis en œuvre par *TNS Média Intelligence* et le *SNCD* (Syndicat National de la Communication Directe) a également témoigné d'une forte hausse du montant investi dans cet outil de communication et du volume d'e-mails de prospection envoyés.

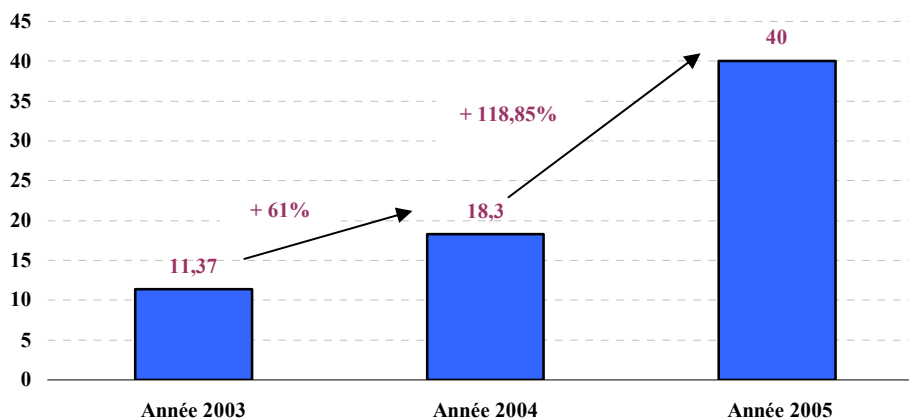
En termes de volume, les statistiques obtenues ont montré que plus de 181,5 millions d'emails de prospection ont été expédiés sur l'ensemble de l'année 2005, ce qui représente un taux de croissance de 85,5% par rapport à 2004 (99,7 millions d'e-mails envoyés). Toujours selon les chiffres de *TNS/SNCD*, le nombre des envois d'e-mailing de recrutement a connu une progression importante pendant tous les trimestres de 2005. Ainsi, 43,8 millions d'emails ont été envoyés au premier trimestre (+172% par rapport à 2004) et 45,9 millions d'emails ont été expédiés au cours du deuxième trimestre (+70%). Les troisième et quatrième trimestres ont enregistré respectivement 22,9 millions (+35%) et 68,9 millions (+74%) d'envois.

En termes de montants consacrés à ce support de marketing, les investissements ont été doublés en 2005 et représentent désormais un budget global d'environ 40 millions d'euros, soit une progression de 188,5% par rapport à 2004 (18,3 millions d'euros). Au niveau de la variation des investissements au cours de l'année, il est observé que le montant versé est le plus important au premier trimestre avec 9,1 millions d'euros (+213% par rapport à l'année 2004), suivi ensuite par le chiffre du deuxième trimestre (10,2 M€, + 111%). Le 4<sup>ème</sup> trimestre apporte 15,5 M€ (+99%) et la croissance du troisième trimestre s'établissait à 90% (5,2 millions d'euros décaissés).



Ces résultats témoignent par conséquent de l'engouement des annonceurs pour ce support et son importance croissante dans les stratégies de marketing mises en place par les entreprises, ce qui lui permet d'être un canal de communication très compétitif, qui s'imposerait comme un outil majeur des professionnels du marketing direct.

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



Sources : Benchmark, SNCD

En outre, le marché de l'e-mailing s'est professionnalisé pendant ces dernières années pour mieux répondre aux dispositions réglementaires. Grâce à cette professionnalisation, le taux de distribution des e-mails de recrutement reste à un niveau élevé, accompagné d'une baisse du taux de plaintes contre les courriers indésirables – le *spamming* (0,64% en 2005 contre 0,93% en 2004). La croissance du nombre d'emails de prospection envoyés s'explique également par le fait que les annonceurs tentent de respecter minutieusement les dispositifs de filtration mis en place par les fournisseurs d'accès à l'Internet. On observe néanmoins une légère baisse du taux d'ouverture des e-mails et du taux de clics<sup>30</sup>.

Selon les données de *TNS/SNCD*, le nombre des annonceurs actifs au troisième trimestre de 2005 était de 344 entreprises, qui ont mené 482 campagnes publicitaires par e-mail. Les acteurs des secteurs tertiaires sont ceux les plus actifs et contribuent à hauteur de 23,1 % du montant investi et du volume d'e-mailings envoyés, ce qui leur permet d'afficher un taux de croissance de 90% par rapport à l'année passée. Les annonceurs de ce secteur sont talonnés par ceux des télécommunications, qui détiennent désormais une part de marché de 18,4% (3 fois supérieur au niveau constaté au premier trimestre de 2004).

Restées longtemps en retrait, les entreprises du secteur de distribution semblent avoir rattrapé leur retard en la matière. En effet, au début du deuxième semestre de 2005, elles figurent parmi les principaux annonceurs positionnés sur le marché de la publicité par e-mail avec 15,6% de parts de marché et un investissement en hausse de 8,3%. Les deux autres secteurs importants sont celui de la culture et des loisirs et celui du tourisme. Le premier détient une part de marché de 10,3% et le deuxième de 5,2%. Ce dernier allouait également un budget en hausse de 55% aux publicités par e-mails.

<sup>30</sup> Sources : Journal du Net -14 Décembre 2005

*Performance de l'e-mailing (Zone EMEA)*

Période	Taux d'envois aboutis	Taux d'ouverture	Taux de clics
T2 2005	90,90%	32,00%	9,70%
T1 2005	91,00%	36,80%	10,00%
T4 2004	89,60%	38,00%	11,30%
T3 2004	89,20%	38,50%	10,90%
T2 2004	89,50%	40,00%	9,70%

Sources : DoubleClick, août 2005

**Emailing Solution**, éditeur d'un logiciel d'e-mailing et de *tracking* a mis en place son propre baromètre pour évaluer la performance de la publicité par e-mailings en fonction de secteurs d'activités et du modèle économique: 9 secteurs pour le modèle BtoC et 2 grandes catégories pour le modèle BtoB. Pour le modèle *Business to Customer*, le secteur de luxe est le plus performant avec un taux global de clic de 13,8% et un taux de réactivité (clics une fois que les mails sont ouverts) de 28,3%. Le taux d'ouverture des e-mails envoyés est néanmoins le plus élevé dans le secteur de Média/Presse (46,9%). En termes de validité des adresses e-mails, la position de champion appartient au secteur de voyages (90% des adresses sont valides) et de banque/assurance (88% des adresses valides).

Pour le modèle *Business to Business*, les annonceurs ont été classés dans deux catégories : Industries et Services. La moyenne globale de la qualité de ciblage (validité des adresses e-mails) est de 14,3% (Industrie 13,7% et Services 12,2%), du taux d'ouverture est de 44,2%, du taux de réactivité est de 21,5% et du taux global de clic est de 10%. En général, les taux observés pour les annonceurs industries sont plus élevés que ceux des annonceurs services<sup>31</sup>.

La location des bases d'e-mails pour mener une campagne de publicité est devenue de plus en plus un outil indispensable pour les annonceurs. Ces bases peuvent être également décomposées en deux modèles : *BtoB* et *BtoC*. Sur le segment de bases d'e-mails BtoC, il existe actuellement d'un bon nombre d'acteurs dont les bases d'adresses continuent à être alimentées, grâce avant tout à l'activité d'hébergement et de gestion des fichiers d'adresses de tiers. C'est par exemple le cas de *Data-Profile* avec 1 millions d'adresses de particuliers ou de Claritas avec 2 millions d'adresses e-mails<sup>32</sup>.

Ces bases d'adresses e-mails ont été constituées, soit par la collecte assurée par les entreprises elles-mêmes, soit par leurs partenariats exclusifs avec des agences spécialisées en la matière ou parfois la combinaison de ces deux méthodes. La constitution par ces entreprises de leurs propres bases de données prend en général plus de temps et offre un volume limité d'adresses e-mails. Tel est par exemple la situation de *BuyCentral*, *Ciao*, *DirectiNet*, *1000Mercis* ou bien *Trocker* dont le nombre d'adresses disponibles varie entre 177 000 et 1,4 millions. Les stratégies fondées sur un partenariat exclusif avec des agences d'e-mailing spécialisées semblent plus performantes en termes de volume des bases d'e-mails. : *I-Base* dispose de 12,7 millions d'adresses, *I-Média* de 10 millions d'adresses, *Data-Studio* de 7 millions d'adresses. (Sources : *Journal du Net – Juillet 2003*)

Cependant, si les collecteurs, hébergeurs et brokers de bases possèdent un nombre important d'adresses e-mails, ils ne peuvent pas envoyer des annonces aux internautes de manière massive, en raison notamment des désabonnements éventuels que cela provoquerait. La fréquence d'envoi que ces entreprises se sont fixées ne dépasse pas de 5 par mois. Quant au prix unitaire des envois, il se trouvait en 2003 dans une fourchette comprise entre 0,1 € et 0,4 euros et la moyenne s'établissait souvent autour de 0,2 euros. Cette fourchette reste valide pour les envois d'e-mails effectués en 2005 (coût unitaire de 0,21 euros). Les dépenses pour chaque envoi publicitaire dépendent du nombre d'adresses d'emails demandé, du type de fichier utilisé ainsi que du nombre de critères de choix dont les annonceurs veulent disposer.

<sup>31</sup> Sources : *Journal du Net – Janvier 2005*

<sup>32</sup> Sources : *Journal du Net – Juillet 2003*

### *Principales Bases d'Adresses Email B to C*

<i>Base</i>	<i>Création</i>	<i># Adresse Emails</i>	<i>Activités</i>
<b>I-Media</b>	<b>1992</b>	<b>25 millions</b>	<i>Collecteur et Brocker de bases</i>
<b>Adress-Company Interactive</b>	<b>2001</b>	<b>20 millions</b>	<i>Brocker et Hébergeur de bases</i>
<b>I-Base</b>	<b>1999</b>	<b>12,7 millions</b>	<i>Brocker, Collecteur, Hébergeur de bases</i>
<b>Buongiorno</b>	<b>1995</b>	<b>9,7 millions</b>	<i>Brocker, Collecteur, Hébergeur de bases</i>
<b>Data -Studio</b>	<b>2001</b>	<b>7 millions</b>	<i>Brocker et Hébergeur de bases</i>
<b>Hi-Media</b>	<b>1996</b>	<b>6,4 millions</b>	<i>Collecteur et Brocker de bases</i>
<b>Beweb</b>	<b>1997</b>	<b>3,92 millions</b>	<i>Brocker et Collecteur d'adresses</i>
<b>Consodata</b>	<b>1995</b>	<b>3,3 millions</b>	<i>Brocker, Collecteur, Hébergeur de bases</i>
<b>Wanadoo Data</b>	<b>1999</b>	<b>3 millions</b>	<i>Collecteur et Hébergeur de base</i>
<b>Netarget</b>	<b>2000</b>	<b>3 millions</b>	<i>Commercialisateur de base Géomail</i>

*Sources: Journal du Net - 2003*

Sur le modèle *B to B*, le nombre d'intervenants, de même que la quantité de bases d'adresses e-mail disponibles, est plus limité par rapport à ceux du segment *B to C*. En effet, à l'inverse d'un grand nombre de fichiers professionnels proposés, les acteurs présents sur cette partie du marché et offrant un service de qualité professionnelle ne sont que quatre ; *Eurobases*, *Reed Expositions*, *Charter Multimédia* et *Effidata*.

En outre, les bases des acteurs *B to B* ne proposent qu'un nombre limité d'adresses e-mail, variant entre 220 000 et 400 000. Ces chiffres ne tiennent néanmoins pas compte des restrictions que se sont imposées les collecteurs-hébergeurs eux même sur le nombre de contacts qu'un client consent à recevoir. Enfin, ils tendent aussi à limiter le nombre d'adresses e-mail au sein d'une même structure afin de respecter la consigne de leurs « abonnés » et d'éviter ainsi les désabonnements éventuels. Pour ce qui concerne le coût de location, les adresses e-mails utilisés sont facturées entre 0,18€ et 0,34€ par contact.

Les activités qu'exercent ces quatre acteurs ne sont pas homogènes. Alors que *Eurobases* se spécialise à la fois dans la collecte et l'hébergement de bases pour le compte de tiers, *Reed Expositions* ne se charge que du travail de collecte des adresses e-mail. Quant à *Effidata* et *Charter Multimédia*, ils partagent le métier de broker de bases de contacts, tout en se différenciant sur l'activité d'hébergement. En effet, parmi les 30 bases qu'il commercialise, *Effidata* en est hôte d'une quinzaine alors que *Charter Multimédia* n'héberge que sa propre base d'emails qui regroupe près de 300 000 contacts.

La décomposition des bases d'adresses email détenues en propre en fonction de critères socio démographiques, d'activité ou comportementaux, n'est réalisable que sur celles de *Reed Expositions* et d'*Eurobases*.

Malgré le faible nombre d'intervenants présents sur ce segment du marché de la publicité en ligne, les activités de ces acteurs ne sont pas pour autant réduites. Ils tentent en effet d'élargir leur champ d'intervention en offrant non seulement les services d'hébergement mais aussi les activités d'annexe. Ainsi, la composition des messages, le routage et le tracking des envois sont assurés par *Eurobases* et partiellement par *Effidata*. Les services proposés par *Charter Multimédia* et *Reed Expositions* comprennent, entre autres, l'envoi d'e-mails collectifs, la location d'adresses, le routage et le suivi des messages expédiés.

### *Principales Bases d'Adresses Email B to B*

<i>Bases</i>	<i>Création</i>	<i>Nombre d'adresses</i>	<i>Activité</i>
Charter Multimedia	2001	300.000	Broker d'adresses en exclusivité Base en propre de 40 000 adresses
Effidata	2001	1.400.000 non dédoublés	Brokers d'adresses
Eurobases	1999	220.000	Collecteur et Hébergeur de bases
Reed Expositions France	1999	400.000	Collecteur et Hébergeur de bases

Sources: *Journal du Net* -2002

Selon les experts en la matière, l'ensemble du marché de marketing interactif par l'e-mailing devrait encore croître de manière importante durant l'année 2006. Aux Etats-Unis, le Web représentait, selon le *Direct Magazine*, 41% des dépenses totales des entreprises pour le marketing direct en 2005 (ce taux n'était que de 25% en septembre 2004)<sup>33</sup>. Cette étude montre en outre que le budget alloué à la publicité en ligne devrait encore être en hausse en 2006, puisque plus de la moitié (57%) des responsables interrogés affichent leur volonté de renforcer les montants investis sur ce support de communication. En France, le président du *SNCD* constate également une tendance à la hausse du marché de l'e-mailing. Cette idée est aussi partagée par le directeur commercial d'*Emailing Solution*, qui souligne que, malgré le décollage du marché en 2005, l'e-mailing restera un support de marketing à découvrir et à développer en France.

## **6.8 Les perspectives de développements**

### **6.8.1 A partir de la clientèle existante**

La **mise en place récente des chèques emplois services universels (CESU)** est une opportunité de développement importante pour la Société. En effet, les CESU vont être entre autre commercialisés par les mêmes acteurs que ceux qui aujourd'hui vendent les chèques restaurants. Des études et des négociations sont actuellement en cours entre Initiatives & Développements et ses clients pour inclure l'offre club achat aux CESU.

**L'accompagnement à l'international de la clientèle existante** : c'est à l'initiative de la clientèle actuelle grand compte d'Initiatives & Développements que la Société entame son développement à l'international. En effet, les grandes entreprises qui ont intégré le club achat à leur offre, et qui ont donc pu en mesurer l'efficacité en terme commercial et de réduction des coûts, est aujourd'hui demandeuse de l'élargissement de cette offre packagée à l'international.

Ainsi, Initiatives & Développements projette de s'implanter dans d'autres pays européens, tels que la Pologne, l'Espagne et la Tunisie.

L'offre de produits et services par Initiatives & Développements dans ces pays est rendue possible par l'appartenance de GITEM (coopérative dans laquelle la Société détient des parts) au réseau EuroNCIS. Outre la réalisation d'un site dédié, la Société devra trouver pour ces pays, des sous-traitants logistiques (déjà trouvé pour la Pologne).

### **6.8.2 L'acquisition de nouveaux clients**

#### **6.8.2.1 Les nouveaux clients comité d'entreprises**

La loi vient récemment de définir de nouvelle modalité d'élection des comités d'entreprises. Leur renouvellement a dorénavant lieu tous les 4 ans, et non plus tous les 2 ans. Cette évolution est un gage de stabilité pour l'activité la Société. Même si l'historique de la Société est court, le taux de

<sup>33</sup> Sources : 2005 Online Marketing Survey – Direct Magazine

réabonnement varie entre 93 % et 97 %, mettant en évidence la fidélité de cette clientèle et la récurrence des revenus associés.

Cette clientèle est prospectée indirectement, par l'intermédiaire de grands comptes présents sur le marché des CE, qui incluent l'offre d'Initiatives & Développements dans leurs propres offres.

#### **6.8.2.2 Les nouveaux clients club achat**

Deux axes stratégiques de développement ont été privilégiés concernant la clientèle des clubs achats :

- Le démarchage des Caisses de Retraite (Médéric, Vauban, etc ...) qui donnera accès à un très grand nombre de clients « consommateurs » potentiels, et
- Le démarchage des agences de marketing et communication, qui sont de plus en plus sollicitées par les entreprises sur les sujets de fidélisation de leur clientèle. Ces agences peuvent alors proposer les offres développées par Initiatives & Développements à leurs propres clients, et seraient alors prescripteurs.

#### **6.8.2.3 La progression de la vente de produits et de services**

La progression des ventes de produits et de services est directement liée à la progression des ventes d'abonnements (cf. 6.8.1 et 6.8.2.1), de manière exponentielle. En effet, un abonnement va apporter un grand nombre de consommateur potentiel supplémentaire.

Par ailleurs, il existe également un effet d'offre : par des partenariats ou des acquisitions sélectives (cf. 6.8.2.5), la Société compte élargir son offre, et créer ainsi sur ses sites une demande nouvelle et renouvelée.

#### **6.8.2.4 La consolidation et le développement des revenus publicitaires**

Les revenus issus de la vente d'espaces publicitaire ou de l'exploitation de la base de données d'Initiatives & Développements en est à ses débuts, puisqu'elle ne peut être mise en place de manière viable que si l'audience adressée est suffisamment grande.

Concernant l'exploitation de la base de données des clients, sa valeur est également liée à la progression du nombre d'abonnements et donc de clients consommateurs : plus le nombre d'achats effectués en ligne est grand, plus la base de données d'utilisateurs dits qualifiés s'élargit, et plus l'exploitation de la base de données est rentable.

Enfin, la vente d'espaces publicitaires est en phase de consolidation et de développement, les revenus associés sont appelés à croître de manière significative dans les années à venir et sont aussi conditionnés par le développement du nombre d'adhérents et de membres.

#### **6.8.2.5 Une croissance externe sélective**

Les marchés sur lesquels la Société est présente étant peu organisés et faiblement concentrés, elle souhaite pouvoir saisir des opportunités de croissance externe qui se présenteraient en France ou à l'étranger.

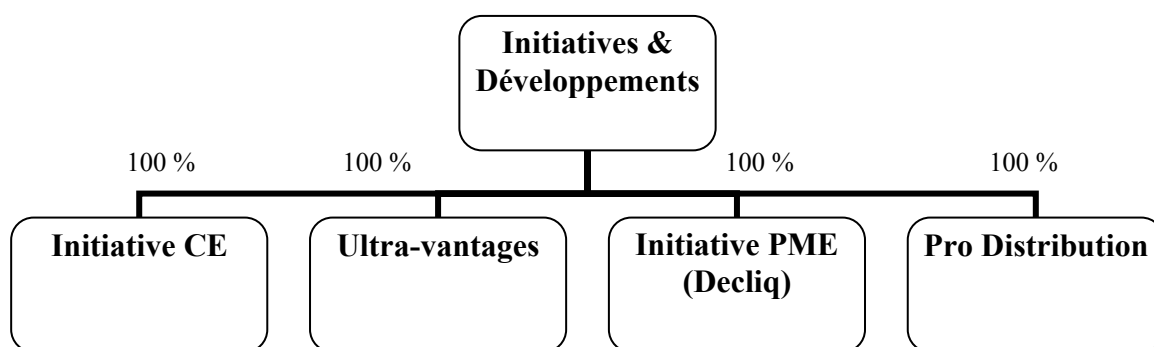
La complémentarité en terme d'offre et d'élargissement de la base de clientèle existante seront des facteurs clés dans le choix des acquisitions. La société compte ainsi élargir son offre et sa base de clientèle par une politique d'acquisition sélective.

## 7 ORGANIGRAMME

### 7.1 Description du Groupe

La Société a procédé à une simplification de son organigramme juridique en vue de sa cotation, et ne détient plus, à la date du présent document, de filiale ou participation significative.

Organigramme juridique avant réorganisation :



En date du 10 mars 2006, Initiatives & Développements (holding du groupe) a cédé à sa filiale Initiative CE les titres des sociétés Ultra-vantages, Initiative PME et Pro Distribution. A la suite de ces cessions, la procédure de Transmission Universelle de Patrimoine a été lancée, et les publicités relatives ont été faites en date du 26 mai 2006 pour les sociétés Initiative PME et Pro Distribution et du 31 mai 2006 pour la société Ultra-vantages, faisant donc courir le délai d'opposition des créanciers respectivement jusqu'au 26 juin 2006 et jusqu'au 1<sup>er</sup> juillet 2006. A la date de rédaction du présent document, aucun créancier ne s'était fait connaître.

Les cessions se font faites dans les conditions suivantes (valeur estimée non auditée des situations nettes) :

- Pro Distribution a été cédé au prix de 65 175 €,
- Initiative PME a été cédé au prix de 347 000€,
- Ultra-vantages a été cédé au prix de 449 000 €.

Au total, le mali de confusion des patrimoines (différence entre la situation nette de la société à la date de l'absorption et la valeur activée des titres au bilan de la société absorbante) ressort à 363,4 K€.

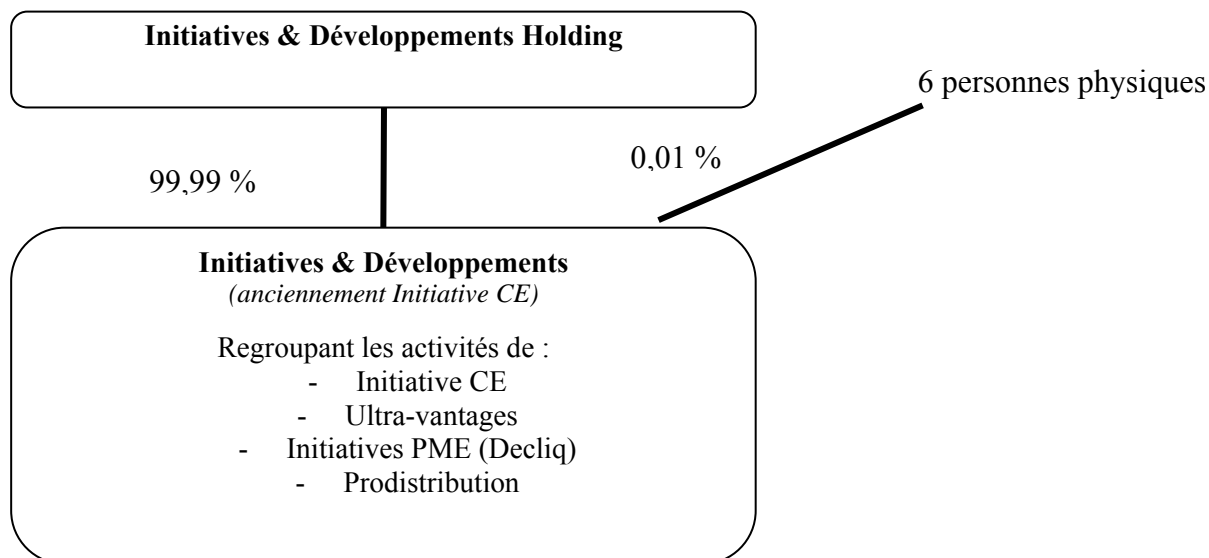
Le 22 mai 2006, une Assemblée Générale de Pro Distribution a décidé la dissolution de la société, sous réserve de l'expiration du délai d'opposition des créanciers. A cette même date, les Conseils d'Administration des sociétés Initiatives PME et Ultra-vantages ont constaté la dissolution de ces sociétés, sous réserves de l'expiration du délai d'opposition des créanciers.

A l'issue du délai d'opposition des créanciers, la dissolution de ces trois structures a été effective, et il a été procédé à des Transmissions Universelles de Patrimoine (TUP) pour chacune d'elle. Les titres détenus par Initiative CE ont donc été annulés, et les trois structures ont été absorbées par Initiative CE.

Les Transmissions Universelles de Patrimoines ont fait l'objet d'une déclaration de non-opposition, d'une déclaration « M4 » et d'une déclaration de dissolution. Cette dernière entérine la dissolution des structures, précise que les opérations s'inscrivent dans le cadre du régime de faveur qui permet de ne pas soumettre d'éventuelles plus-values à l'impôt, et par convention entre les parties rend ces opérations effectives rétroactivement au 1<sup>er</sup> avril 2006.

Enfin, en date du 31 mars 2006, la dénomination sociale d'Initiatives & Développements est devenue Initiatives & Développements Holding, et celle d'Initiative CE est devenue Initiatives & Développements.

Ainsi, l'organigramme juridique après réorganisation, au 1<sup>er</sup> avril 2006, est :



Ainsi, après réorganisation, la Société compte un actionnaire majoritaire détenant 99,99 % du capital, Initiatives & Développements Holding, et 6 actionnaires personnes physiques détenant ensemble moins de 0,01 % du capital.

La répartition du capital d'Initiatives & Développements Holding au 31 mars 2006 est la suivante :

Actionnaire	Nombre de titres	% de détention
M. Christian BILLET	1 218 488	34,6%
Mme Jeanne POSSIDONI	1 177 017	33,4%
Angyal	444 993	12,6%
Financière Initiative	305 411	8,7%
M. Christophe DE SAGAZAN	177 230	5,0%
M. Christophe STERLING	81 611	2,3%
M. Daniel HECHTER	70 378	2,0%
M. Laurent LEYMONIE	19 000	0,5%
M. Laurent CHAVANIS	13 500	0,4%
Autres personnes physiques	11 272	0,3%
<b>Total</b>	<b>3 518 900</b>	<b>100,0%</b>

## 7.2 Principales filiales de l'émetteur

La Société ne détient pas de filiales. Les participations de la Société sont décrites au paragraphe 25 du présent document.

## 8 PROPRIETES IMMOBILIERES, USINES ET EQUIPEMENTS

### 8.1 Propriétés immobilières

Initiatives & Développements ne détient aucun bien immobilier, et loue l'ensemble de ses sites d'exploitation.

Adresse	Surface	Loyer HT	Bailleurs	Durée	Contracté	Echéance
14, rue Louis Blanc Bâtiment 6 93400 SAINT OUEN	346 m <sup>2</sup> (lots B6/3 et B6/3-1)	44 355 €	Bail Investissement Foncière	9 ans	01/11/2004	01/11/2013
22, rue Louis Blanc Bâtiment 6 93400 SAIN OUEN	346 m <sup>2</sup> (lots B6/2 et B6/2-1)	44 355 €	Bail Investissement Foncière	9 ans	03/04/2006	03/04/2015

### 8.2 Questions environnementales

La Société est soumise au décret n° 2005-829 du 20 juillet 2005 relatif à la composition des équipements électriques et électroniques et à l'élimination des déchets issus de ces équipements, transposition de la directive 2002/96/CE du Parlement européen et du Conseil du 27 janvier 2003 relative aux déchets d'équipements électriques et électroniques. Il qui précise (Titre III, article 8, alinéa 2) : « Lors de la vente d'un équipement électrique et électronique ménager, le distributeur reprend gratuitement, ou fait reprendre gratuitement pour son compte, les équipements électriques et électroniques usagés que lui cède le consommateur, dans la limite de la quantité et du type d'équipement vendu. ». La Société se conforme à cette disposition.

Mise à part cette obligation dont la charge est indirectement assumée par les producteurs, aucun facteur de nature environnementale n'a influencé ou n'est susceptible d'influencer sensiblement, de manière directe ou indirecte, sur les opérations de la Société et son activité.



## 9 EXAMEN DE LA SITUATION FINANCIERE ET DU RESULTAT

Le présent chapitre 9 doit être mis en perspective avec de l'intégralité du présent document et notamment des chapitres 4 et 20 de la partie I.

### 9.1 Examen de la situation financière et du résultat des exercices clos au 31 mars 2005 et au 31 mars 2006 (données pro forma)

K€

INITIATIVES & DEVELOPPEMENTS	2006		2005		Variations 03/06 - 03/05	
	Montants	%	Montants	%	Montants	%
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES H.T.</b>	<b>6 232</b>	<b>100,0%</b>	<b>3 251</b>	<b>100,0%</b>	<b>2 981</b>	<b>91,7%</b>
- Coût d'achat des marchandises vendues	4 851	77,8%	2 610	80,3%	2 241	85,9%
- Coût d'achat des MP et approv.	9	0,1%	6	0,2%	3	47,9%
⇒ <b>MARGE BRUTE</b>	<b>1 372</b>	<b>22,0%</b>	<b>634</b>	<b>19,5%</b>	<b>737</b>	<b>NS</b>
- Charges externes (hors crédit-bail et personnel extérieur)	530	8,5%	372	11,4%	158	42,6%
⇒ <b>VALEUR AJOUTEE</b>	<b>841</b>	<b>13,5%</b>	<b>262</b>	<b>8,1%</b>	<b>579</b>	<b>NS</b>
+ Subventions d'exploitation	0	-	0	-	0	NS
- Impôts et taxes	25	0,4%	26	0,8%	0	- 1,3%
- Charges de personnel	497	8,0%	342	10,5%	155	45,2%
⇒ <b>EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION</b>	<b>319</b>	<b>5,1%</b>	<b>-105</b>	<b>- 3,2%</b>	<b>425</b>	<b>NS</b>
- Dotations aux amortissements (dont crédit-bail)	96	1,5%	63	1,9%	33	52,0%
- Dotations aux provisions	0	-	1	0,0%	-1	NS
- Autres charges	7	0,1%	3	0,1%	4	NS
+ Reprises sur provisions et transfert de charges	5	0,1%	4	0,1%	1	19,4%
+ Autres produits	1	0,0%	1	0,0%	0	22,3%
⇒ <b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>	<b>222</b>	<b>3,6%</b>	<b>-167</b>	<b>- 5,1%</b>	<b>389</b>	<b>NS</b>
⇒ <b>Quotes-parts des opérations faites en communs</b>	<b>0</b>	<b>-</b>	<b>0</b>	<b>-</b>	<b>0</b>	<b>NS</b>
+ Produits financiers	2	0,0%	1	0,0%	2	NS
- Charges financières (dont crédit-bail)	38	0,6%	5	0,2%	33	NS
⇒ <b>RESULTAT FINANCIER</b>	<b>-36</b>	<b>- 0,6%</b>	<b>-4</b>	<b>- 0,1%</b>	<b>-31</b>	<b>NS</b>
⇒ <b>RESULTAT COURANT</b>	<b>186</b>	<b>3,0%</b>	<b>-172</b>	<b>- 5,3%</b>	<b>358</b>	<b>NS</b>
+ Produits exceptionnels	94	1,5%	0	0,0%	94	NS
- Charges exceptionnelles	23	0,4%	30	0,9%	-7	- 23,1%
⇒ <b>RESULTAT EXCEPTIONNEL</b>	<b>71</b>	<b>1,1%</b>	<b>-30</b>	<b>- 0,9%</b>	<b>101</b>	<b>NS</b>
- Impôts sur les bénéfices	-3	- 0,1%	17	0,5%	-20	NS
⇒ <b>RESULTAT NET</b>	<b>261</b>	<b>4,2%</b>	<b>-218</b>	<b>- 6,7%</b>	<b>479</b>	<b>NS</b>

#### 9.1.1 Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires d'Initiatives & Développements au 31 mars 2006 s'établit à 6 232 K€, en hausse de 2 981 K€ et 91,7 % par rapport au 31 mars 2005. Cette évolution conforte la pertinence de l'offre proposée par la société.

Le chiffre d'affaires de la Société est généré pour partie par la vente d'abonnement auprès de Comités d'Entreprises, d'une clientèle grand compte ainsi que d'une clientèle TPE. La plus grande part du chiffre d'affaires est cependant générée par la vente de produits et services à prix réduits.

La répartition du chiffre d'affaires au 31/03/2006 est la suivante :

Détail du CA (€)	31/03/06	
	€	%
Abonnements	783	12,6%
<i>dont export</i>	58	0,9%
Consommation	5 373	86,2%
Publicité	76	1,2%
<b>Total Chiffre d'Affaires</b>	<b>6 232</b>	<b>100,0%</b>

### 9.1.2 Charges d'exploitation

Alors que le chiffre d'affaires a progressé de 92 %, le coût d'achat des marchandises vendues n'a progressé que de 86 % à 4 851 K€. Dès lors, la marge brute a été plus que multipliée par 2 en valeur absolue (à 1 372 K€), et le taux de marge brute a gagné 2,5 points à 22 % du chiffre d'affaires.

L'évolution des charges externes (+ 42,6 % en valeur absolue à 530 K€) conjuguée à la progression de la marge brute permet en outre d'améliorer sensiblement la valeur ajoutée : elle a été multipliée par plus de 3 en valeur absolue, à 841 K€, et le taux de valeur ajoutée a gagné 5,4 points à 13,5 % du chiffre d'affaires.

La progression des charges de personnel (+ 45,2 % à 497 K€) étant bien moindre que celle du chiffre d'affaires (+ 92 %), conjuguée à l'évolution favorable de la valeur ajoutée a permis de dégager un excédent brut d'exploitation positif à 319 K€ (contre une perte de 105 K€). Ainsi, la rentabilité brute de l'exploitation s'établit à 5,1 % du chiffre d'affaires, en hausse de 8,4 points.

Enfin, les charges calculées (dotations aux amortissements principalement) évoluent logiquement à la hausse dans le contexte de forte croissance de l'activité, mais là encore dans une bien moindre mesure que cette dernière.

### 9.1.3 Résultat d'exploitation

Le résultat d'exploitation de la Société devient ainsi positif à la clôture de l'exercice 2006 : il s'établit à 222 K€, et le taux de rentabilité de l'exploitation gagne 8,7 points à 3,6 % du chiffre d'affaires.

Initiatives & Développements a su ainsi maîtriser la croissance de ses charges d'exploitation dans un contexte de quasi-doublement de l'activité, mettant dès lors en évidence un business model pertinent et rentable.

### 9.1.4 Résultat net

La Société supportant de faibles charges financières et ayant enregistré un résultat exceptionnel positif (+ 71 K€), le résultat net bénéficie logiquement de l'évolution du chiffre d'affaires, d'un mix produit favorable avec une part grandissante des abonnements, très générateurs de marge, et de la maîtrise de l'ensemble des charges d'exploitation. Il s'établit à 261 K€ et 4,2 % du chiffre d'affaires (contre une perte de 218 K€ à la fin de l'exercice 2005). Il a principalement bénéficié de l'augmentation des revenus liés aux abonnements, qui sont fortement générateurs de marge, et donc de profitabilité.

Initiatives & Développements met en évidence sa capacité à élaborer une offre en ligne avec la demande, la pertinence de son business model et sa capacité à engendrer des profits significatifs.

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

La Société n'identifie pas à ce jour de stratégie ou facteurs de nature gouvernementale, économique, budgétaire, monétaire ou politique ayant influé ou pouvant influencer sensiblement, de manière directe ou indirecte, sur ses opérations.

## 10 TRESORERIE ET CAPITAUX

L'ensemble des informations concernant la trésorerie et les capitaux est décrit au chapitre 20 de la 1<sup>ère</sup> partie du présent document.

### 10.1 Capitaux propres de l'émetteur

<i>En K€</i>	<b>31/03/2006</b>	<b>31/03/2005</b> <b>(Pro forma)</b>
Capitaux propres	938,4	448,6

L'augmentation sensible des capitaux propres entre les exercices 2005 et 2006 s'explique par :

- L'augmentation du capital social, de 857,3 K€ à 1 008,3 K€ (liée aux transmissions universelles de patrimoine des sociétés Pro Distribution, Ultra-vantages et Initiative PME, cf. chapitre 7 du présent document),
- La progression sensible du résultat net, à 260,8 K€ (contre une perte de 218,3 K€ en 2004).

### 10.2 Endettement et liquidité de l'émetteur

<i>En K€</i>	<b>31/03/2006</b>	<b>31/03/2005</b> <b>(Pro forma)</b>
Endettement financier	236,9	256,2
Trésorerie nette	19,8	3,6

Au 31 mars 2006, l'endettement financier de la Société a diminué de 19,3 K€ et 7,5 %. Dans le même temps, sa trésorerie a été multipliée par 5,5.

L'endettement financier a augmenté si l'on tient compte des escomptes bancaires (263 K€) qui ne sont pas inclus dans le chiffre au 31/03/06.

### 10.3 Conditions d'emprunts

Se rapporter au chapitre 4.5.1 de la 1<sup>ère</sup> partie du présent document.

### 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 ses engagements

En raison de sa trésorerie actuelle et de sa structure financière (l'exploitation est génératrice de trésorerie), la Société estime être en mesure d'honorer l'intégralité de ses engagements et 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 frais de Recherche & Développement ont jusqu'à présent été portés à l'actif du bilan de la société. Au 31 mars 2006, ils représentent 126 K€, et sont amortis à hauteur de 85 %.

Le portefeuille de marques de la Société est le suivant :

Marque	Pays	N° et date d'enregistrement	Date de renouvellement
Assur-CE	France	043294263 27 mai 2004	27 mai 2014
Initiative Assurance	France	043289551 4 mai 2004	4 mai 2014
ICE	France	02197109 2 décembre 2002	2 décembre 2012
Initiative CE	France	023197111 2 décembre 2002	2 décembre 2012
Initiative CE (logo)	France	023197108 2 décembre 2002	2 décembre 2012
Initiative Club Entreprises	France	023197110 2 décembre 2002	2 décembre 2012
Décliq	France	053382975 23 septembre 2005	23 septembre 2015
Négociez pour moi.com	France	053382976 En cours	23 septembre 2015
Ultra avantages	France	003015496 (France) 001855501 (Europe) 08 novembre 2002	24 novembre 2010
ProDistribution	France	063422714 En cours	-

La société Harmonie Mutualité a réclamé le retrait de la marque française Décliq, sur la base de sa marque française Décliq Santé. Cette demande a été contestée, et le dossier est en cours.

Initiatives & Développements dispose par ailleurs aujourd'hui de 27 noms de domaines protégés en .fr, .com, .net et/ou .eu. Les principaux d'entre eux sont :

[www.initiativece.com](http://www.initiativece.com)

[www.decliq.com](http://www.decliq.com)

[www.ultra-vantages.net](http://www.ultra-vantages.net)

[www.tendance-habitat.com](http://www.tendance-habitat.com)

[www.negociezpourmoi.com](http://www.negociezpourmoi.com)

[www.assur-ce.com](http://www.assur-ce.com)

[www.decliq-foto.com](http://www.decliq-foto.com)

[www.prodistribution.net](http://www.prodistribution.net)

## **12 INFORMATIONS SUR LES TENDANCES**

### **12.1 Bilan de l'exercice 2005/2006**

Se reporter aux parties 9 et 6 du chapitre I du présent document.

### **12.2 Perspectives de l'exercice 2006/2007**

L'exercice 2006/2007 s'annonce sous de bons auspices : la Société est proche de signer d'importants clients nouveaux, grands comptes sur l'activité club @vantages, susceptibles de lui apporter une base de clientèle potentielle très importante.

Par ailleurs, Initiatives & Développements devrait continuer son maillage national avec la mise en place de concession en régions.

Enfin, Initiatives & Développements devrait entamer son développement international sous l'impulsion de ses clients grand compte qui souhaitent voir la Société les accompagner pour décliner leur offre en Europe.

### **12.3 Stratégie de développement à moyen terme**

Se reporter au paragraphe 6.8 de la partie I du présent document.

### **12.4 Eléments susceptibles d'influer les perspectives de l'émetteur**

La Société n'a pas connaissance de tendances certaines ou d'évènements avérés relatifs à son activité qui soient raisonnablement susceptibles d'influer sensiblement et de manière exceptionnelle sur son chiffre d'affaires au cours du premier semestre de l'exercice 2006.

### **13 PREVISIONS OU ESTIMATIONS DU BENEFICE**

La Société Initiatives & Développements n'entend pas faire de prévisions ou d'estimations de bénéfice.

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

### 14.1 Informations générales relatives aux dirigeants et administrateurs

Nom	Première nomination	Echéance du mandat	Fonction principale au sein de la Société	Fonction principale en dehors de la Société
Christian QUEROU	01/07/2003	AG statuant sur les comptes 2008	Président Directeur Général	Néant
Christian BILLET	18/11/2002	AG statuant sur les comptes 2008	Administrateur	Néant
Christophe de SAGAZAN	31/03/2006	AG statuant sur les comptes 2008	Administrateur	Néant

Il n'existe aucun lien familial entre les personnes listées dans le tableau ci-dessus.

Aucune de ces personnes, au cours des 5 dernières années,

- n'a fait l'objet de condamnation pour fraude,
- n'a été associé en sa qualité de dirigeant ou d'administrateur à une faillite, mise sous séquestre ou liquidation,
- n'a fait l'objet d'interdiction de gérer,
- n'a fait l'objet d'incriminations ou de sanctions publiques officielles prononcées par des autorités statutaires ou réglementaires.

Autres membres de la Direction : à ce jour, il n'existe aucun autre membre de Direction au sein de la Société.

### 14.2 Autres mandats sociaux et autres fonctions exercés

Nom	Autres mandats exercés actuellement	Mandats expirés exercés au cours des 5 derniers exercices	Autres fonctions principales exercées actuellement
Christian QUEROU	Initiatives & Développements Holding - Président	Assurexpan – Président SOFIME – Gérant Azur Expan SCI – Gérant SCI du 2 rue A. Briant - Gérant I-CE – Président Assur-CE – Gérant I-PME - Président	Néant
Christian BILLET	Néant	I-PME – Président I-CE Président	Néant
Christophe de SAGAZAN	Néant	Ultra-vantages – P-DG CDPI – Président Process Management - Gérant	Néant

### 14.3 Biographie des dirigeants et administrateurs

**Christian QUEROU :** Marié, 2 enfants, né le 19 Juin 1960  
 1989 : Créateur et directeur d'ASSUREXPAN  
 3 milliards d'euros d'encours gérés et Euler/SFAC  
 comme actionnaire de référence.  
 2002 : Co-créateur d'Initiative CE  
 2004 : Créateur et gérant de AssurCE

**Christian BILLET :** Marié, 3 enfants, né le 13 Octobre 1961  
1991 : Directeur Ile de France de GE Capital  
1996 : Directeur Commercial de SFF (Factoring)  
2000 : Directeur Mkg et Dévpt de GE Capital  
2002 : Co-créateur d'Initiative CE

**Christophe DESAGAZAN :** Marié, 2 enfants, né le 30 Janvier 1963 à Tours (37)  
1988 : Directeur Développement Chaptal International (presse professionnelle)  
1994 : Créateur de l'agence CDPI  
2000 : Créateur du site ultra-vantages.net

#### **14.4 Conflits d'intérêts au niveau des membres du conseil d'administration**

A la connaissance de la Société, il n'existe pas de manière générale de conflit d'intérêt au niveau des organes d'administration, de direction et de contrôle et de la direction générale.



## 15 REMUNERATION ET AVANTAGES

### 15.1 Rémunération des administrateurs et dirigeants

Au 31/12/2004	Rémunération totale	Partie fixe	Partie variable	Avantages en nature	Jetons de présence	Régime complémentaire retraite
Christian QUEROU	0	0	0	Voiture	0	0
Christian BILLET	0	0	0	Voiture	0	0
Ch. DE SAGAZAN	40 K€	40 K€	0	Néant	0	0

Au 31/03/2006	Rémunération totale	Partie fixe	Partie variable	Avantages en nature	Jetons de présence	Régime complémentaire retraite
Christian QUEROU	15 K€	15 K€	0	Voiture	0	0
Christian BILLET	0	0	0	Voiture	0	0
Ch. DE SAGAZAN	40 K€	40 K€	0	Néant	0	0

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

L'assemblée Générale Extraordinaire du 15 juin 2006, dans sa dixième résolution, a autorisé le Conseil d'Administration à consentir des stocks options au salariés et dirigeants (y compris les administrateurs :

#### « Dixième résolution »

L'assemblée, après avoir entendu lecture du rapport du conseil d'administration et du rapport spécial du commissaire aux comptes, autorise, sous condition suspensive de l'admission des actions de la Société aux négociations sur Alternext, le conseil d'administration conformément aux dispositions des articles L. 225-177 et suivants du Code de commerce à consentir en une ou plusieurs fois au profit des bénéficiaires qu'il désignera parmi les dirigeants et salariés de la Société et des sociétés françaises ou étrangères qui lui seront liées dans les conditions définies à l'article L. 225-180 du Code de commerce, des options donnant droit à la souscription d'actions nouvelles de la Société à émettre à titre d'augmentation de capital dans la double limite d'un montant nominal maximum égal à 3 % du capital à la date d'émission et à celle prévue aux termes de la treizième résolution de la présente assemblée.

La présente autorisation est valable pour une durée de 38 mois, courant à compter du jour de la présente assemblée. Elle comporte, au profit des bénéficiaires des options, renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux actions qui seront émises au fur et à mesure des levées d'options, et sera exécutée dans les conditions prévues par le Code de commerce.

Les options pourront être exercées par les bénéficiaires pendant un délai de 8 ans à compter de la date à laquelle elles auront été consenties, sauf exceptions prévues par la réglementation en vigueur notamment en matière de période d'indisponibilité.

Le conseil d'administration fixera le prix de souscription des actions auxquelles donneront droit ces options au jour où les options seront consenties. Ce prix de souscription sera fixé en application de la réglementation en vigueur et notamment conformément à l'article L. 225-177 du Code de commerce.

Si la Société réalise une des opérations visées à l'article L. 225-181 du Code de commerce, le conseil d'administration prendra les mesures nécessaires à la protection des intérêts des bénéficiaires des options dans les conditions prévues par le Code de commerce.

L'assemblée confère tous pouvoirs au conseil d'administration pour fixer dans les limites légales et réglementaires en vigueur, toutes les autres conditions et modalités relatives à l'attribution des options et à leur exercice et notamment pour :

- arrêter la liste ou les catégories de bénéficiaires des options tels que prévus ci-dessus ;
- fixer les conditions et les modalités selon lesquelles les options seront consenties et levées ;
- fixer les conditions selon lesquelles les droits des titulaires des options de souscription d'actions seront réservés afin de tenir compte des opérations financières réalisées par la Société ;
- suspendre, le cas échéant, et pendant un délai maximum de trois (3) mois, l'exercice des options en cas de réalisation d'opération impliquant l'exercice d'un droit attaché à aux actions de la Société ;
- plus généralement, arrêter le règlement du plan d'option de souscription d'actions ;
- accomplir ou faire accomplir tous actes et formalités à l'effet de constater la réalisation des augmentations de capital qui pourront être réalisées en vertu de l'autorisation faisant l'objet de la présente résolution et procéder aux modifications statutaires consécutives. »

#### **« Treizième résolution »**

L'assemblée après avoir entendu lecture du rapport du conseil d'administration décide que le montant nominal maximal global des augmentations du capital résultant de l'exercice des valeurs mobilières dont l'émission a été décidée aux termes des dixième, onzième et douzième résolutions ne pourra excéder à tout moment 5% du capital social. »

A la date de rédaction du présent document, le Conseil d'Administration n'a pas fait usage de cette autorisation, valable jusqu'en août 2009.

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

Néant.

#### **15.4 Montant total des sommes provisionnées ou constatées par la Société aux fins de versement de pensions, de retraites ou d'autres avantages**

A la date de visa du présent document, la Société n'a provisionné ou constaté aucune somme aux fins du versement de pensions, retraites ou autres avantages aux membres du conseil d'administration.

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

### **16.1 Date d'expiration des mandats des membres des organes d'administration et de contrôle**

Ceci a été précisé au paragraphe 15.1.

### **16.2 Informations sur les contrats de service liant les membres du Conseil d'Administration à la Société ou à l'une de ses filiales et prévoyant l'octroi d'avantages**

A la date d'enregistrement du présent document, il n'existe aucun contrat de services liant les membres du Conseil d'Administration à la Société ou à l'une de ses filiales et prévoyant l'octroi d'avantages à l'issue d'un tel contrat.

### **16.3 Gouvernement d'entreprises / Comités**

En l'absence de cadre réglementaire strict et obligatoire, la société se conforme en matière de gouvernement d'entreprise aux obligations légales édictées notamment dans le cadre de la loi dite NRE.

Les principes de gouvernement d'entreprise des sociétés cotées sont issus des rapports Vienot de juillet 1995 et de juillet 1999, ainsi que du rapport Bouton de septembre 2002.

Ces rapports recommandent un certain nombre de principes de bon fonctionnement propres à améliorer la gestion et l'image des sociétés cotées auprès des investisseurs et du public.

Les principales préconisations de ces rapports sont relatives à l'établissement d'un règlement intérieur du Conseil d'Administration, à l'évaluation des travaux du Conseil d'Administration, à la nomination d'administrateurs indépendants et à la mise en place de comités qui assistent le Conseil de Surveillance (comité d'audit, comité des rémunérations, comité des comptes).

Compte tenu de sa taille et de son absence de cotation sur un marché boursier, Initiatives & Développements ne suit pas ces recommandations. Cependant, à compter de son introduction sur Alternext, la Société devrait progressivement entamer une réflexion sur les dispositions envisageables en matière de gouvernement d'entreprise.

### **16.4 Rapport sur le contrôle interne**

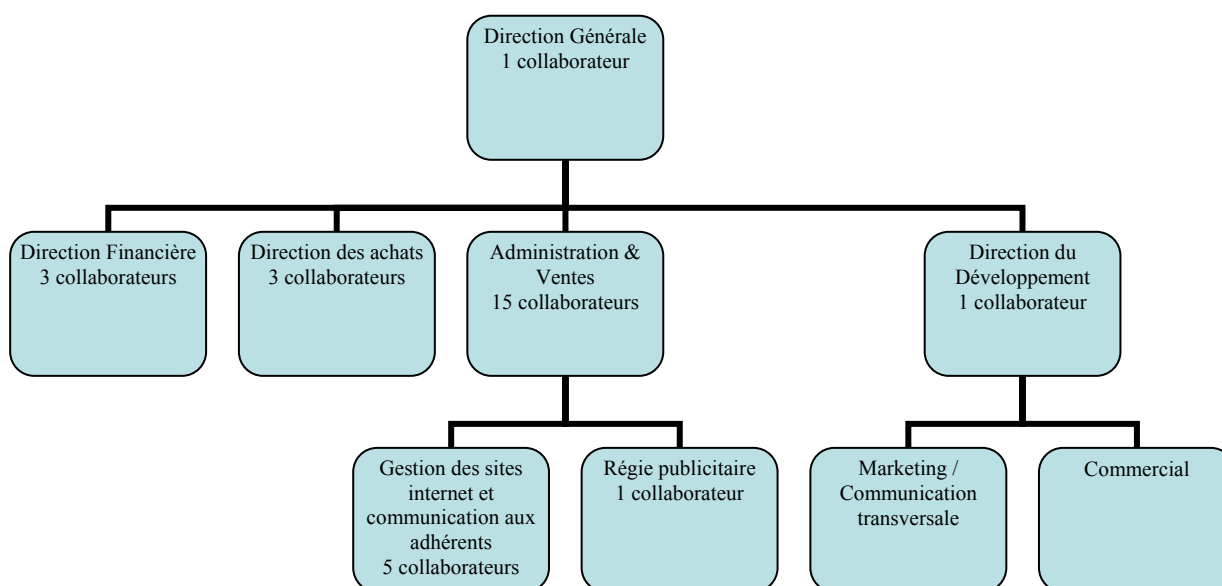
Non applicable.

## 17 SALARIES

### 17.1 Effectifs à fin mai 2006

Postes	Fonctions	Nombre de collaborateurs
Direction Générale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stratégie à moyen / long terme de l'entreprise</li> <li>• Relations avec les banques</li> <li>• Relations avec les investisseurs</li> </ul>	1
Direction Financière	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestion et optimisation des flux financiers</li> <li>• Comptabilité et communication financière</li> </ul>	3
Direction des Achats	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sourcing et achats pour l'ensemble des structures</li> </ul>	3
Direction du Développement	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marketing stratégique</li> <li>• Développement grands comptes et partenariat commerciaux</li> </ul>	1
Administration & Ventes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestion des 9 sites internet</li> <li>• Communication aux adhérents</li> <li>• Suivi commandes et livraisons</li> <li>• Logistique</li> <li>• Force de vente Initiative CE</li> <li>• Force de vente Prodistribution</li> </ul>	5 5 1 2 2
Régie Publicitaire	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relations avec les fournisseurs</li> </ul>	1
<b>Total</b>		<b>24</b>

### 17.2 Organigramme fonctionnel



### **17.3 Participations et stocks options des administrateurs et dirigeants**

Les dirigeants d'Initiatives & Développements sont actionnaires d'Initiatives & Développements Holding et détiennent, à l'heure actuelle, une participation symbolique dans Initiatives & Développements (cf. chapitre 18 – partie I du présent document).

### **17.4 Participation des salariés dans la capital de la Société**

#### **17.4.1 Actions détenues par les salariés**

Néant.

#### **17.4.2 Bons de souscription de parts de créateurs d'entreprise (BSPCE)**

La onzième résolution de l'Assemblée Générale Extraordinaire du 15 juin 2006 a autorisé le Conseil d'Administration de la Société à émettre des BSPCE :

#### **« Onzième résolution »**

L'assemblée, après avoir entendu la lecture du rapport du conseil d'administration et du rapport spécial du commissaire aux comptes, et en application des articles L. 228-91 et suivants du Code de commerce :

- délègue, au conseil d'administration, sous condition suspensive de l'admission des actions de la Société aux négociations sur Alternext, tous pouvoirs à l'effet de procéder, en une ou plusieurs fois, aux époques qu'il fixera et dans les proportions qu'il appréciera, en faveur des dirigeants éligibles et des salariés de la Société, à l'émission de bons de souscription de parts de créateur d'entreprise (les « BSPCE ») soumis aux dispositions de l'article 163 Bis G du Code général des impôts, attribués gratuitement à leurs bénéficiaires et donnant droit à ces derniers de souscrire, au moyen de chaque BSPCE, à une action nouvelle de la Société à émettre dans la double limite d'un montant maximum égal à 4% du capital à la date d'émission et à celle prévue aux termes de la treizième résolution de la présente assemblée. Cette autorisation est donnée au conseil d'administration pour une durée de 26 mois, à compter de la présente assemblée ;
- décide de supprimer le droit préférentiel de souscription des actionnaires de la Société attaché aux BSPCE à émettre par le conseil d'administration ;
- prend acte qu'en application des dispositions de l'article L.225-132 du Code de commerce, l'émission des BSPCE emporte de plein droit au profit des titulaires de BSPCE, renonciation des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux actions qui seront émises lors de l'exercice de ces BSPCE.

L'assemblée confère tous pouvoirs au conseil d'administration, pour faire ce qui sera nécessaire pour la bonne réalisation de l'émission desdits BSPCE et de ses suites, et notamment :

- arrêter la liste ou les catégories de bénéficiaires des BSPCE ;
- déterminer le nombre de BSPCE par bénéficiaire, ainsi que la ou les dates d'émission ;
- fixer le prix d'émission des actions nouvelles souscrites sur l'exercice des BSPCE, conformément à la réglementation en vigueur ;
- constater la réalisation définitive de l'émission des BSPCE ;
- déterminer les conditions et les modalités selon lesquelles les titulaires des BSPCE pourront souscrire aux actions auxquelles ces bons donnent droit et, notamment, la ou les périodes d'exercice, étant précisé que la durée d'exercice des BSPCE ne pourra excéder une période de 5 ans à compter de leur attribution, et la date d'entrée en jouissance des actions créées ;
- recueillir les souscriptions et les versements correspondants ;

- constater les souscriptions et le nombre d'actions émises par suite de l'exercice des BSPCE et procéder aux formalités consécutives, aux augmentations de capital correspondantes et apporter aux statuts les modifications corrélatives ;
- arrêter les dispositions nécessaires en vue de préserver les droits des titulaires de BSPCE, au cas où la Société procéderait à des opérations financières et, notamment, les conditions dans lesquelles seraient réalisées le cas échéant, les émissions complémentaires d'actions visées ci-dessus ;
- d'une manière générale, passer toutes conventions, prendre toutes mesures et remplir toutes formalités afférentes à l'émission et à l'exercice des BSPCE. »

En outre, la treizième résolution de cette même Assemblée Générale Extraordinaire stipule que :

**« Treizième résolution »**

L'assemblée après avoir entendu lecture du rapport du conseil d'administration décide que le montant nominal maximal global des augmentations du capital résultant de l'exercice des valeurs mobilières dont l'émission a été décidée aux termes des dixième, onzième et douzième résolutions ne pourra excéder à tout moment 5% du capital social. »

A la date de rédaction du présent document, le Conseil d'Administration n'a pas fait usage de cette autorisation.

**17.4.3 Stock Options**

Se reporter au chapitre 15.2 de la partie I du présent document.

**17.4.4 Bons de souscription d'actions**

La douzième résolution de l'Assemblée Générale Extraordinaire du 15 juin 2006 a autorisé le Conseil d'Administration de la Société à émettre des BSA :

**« Douzième résolution »**

L'assemblée, après avoir entendu lecture du rapport du conseil d'administration et du rapport spécial du commissaire aux comptes et en application des dispositions des articles L. 228-91 et suivants du Code de commerce, autorise le conseil d'administration, sous condition suspensive de l'admission des actions de la Société aux négociations sur Alternext, à attribuer en une ou plusieurs fois au profit des bénéficiaires qu'il désignera parmi les dirigeants et salariés non résidents français de la Société et des sociétés françaises ou étrangères qui lui seront liées, dans les conditions définies à l'article L. 228-93 du Code de commerce, des bons donnant droit à la souscription d'actions nouvelles de la Société à émettre à titre d'augmentation de capital, dans la double limite d'un montant maximum égal à 3% du capital à la date d'émission et à celle prévue aux termes de la treizième résolution de la présente assemblée.

L'assemblée décide de supprimer le droit préférentiel des actionnaires à la souscription des bons visés ci-dessus.

La présente autorisation est valable pour une durée de 26 mois, courant à compter du jour de la présente assemblée. Elle comporte, au profit des bénéficiaires des bons, renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux actions qui seront émises en conséquence de l'exercice des bons, et sera exécutée dans les conditions prévues par la Loi.

Les actions nouvelles souscrites sur l'exercice des bons devront être intégralement libérées (prime d'émission incluse) en numéraire ou par compensation avec des créances certaines, liquides et

exigibles détenues par leurs titulaires sur la Société. Elles porteront jouissance à compter du 1<sup>er</sup> jour de l'exercice social au cours duquel lesdites actions auront été souscrites.

Tant qu'il existera des bons de souscription en cours de validité, les droits des titulaires desdits bons seront réservés dans les conditions prévues par les dispositions de l'article L. 228-99 du Code de commerce.

L'assemblée confère tous pouvoirs au conseil d'administration, pour faire ce qui sera nécessaire pour la bonne réalisation de l'émission desdits bons et de ses suites, et notamment :

- arrêter la liste ou les catégories de bénéficiaires des bons de souscription d'actions ;
- déterminer le nombre de bons de souscription d'actions par bénéficiaire, ainsi que la ou les dates d'émission et le délai de souscription des bons ;
- fixer le prix d'émission des actions nouvelles souscrites sur l'exercice des bons de souscription d'actions, conformément à la réglementation en vigueur ;
- constater la réalisation définitive de l'émission des bons de souscription d'actions ;
- déterminer les conditions et les modalités d'exercice des droits des titulaires des bons de souscription des actions de la Société et, notamment, la ou les périodes d'exercice, étant précisé que la durée d'exercice des bons de souscription d'actions ne pourra excéder une période de 5 ans à compter de leur souscription, et la date d'entrée en jouissance des actions créées ;
- recueillir les souscriptions et les versements correspondants ;
- constater les souscriptions et le nombre d'actions émises par suite de l'exercice des bons de souscription d'actions et procéder aux formalités consécutives, aux augmentations de capital correspondantes et apporter aux statuts les modifications corrélatives,
- arrêter les dispositions nécessaires en vue de préserver les droits des titulaires de bons de souscription d'actions, au cas où la Société procéderait à des opérations financières et, notamment, les conditions dans lesquelles seraient réalisées le cas échéant, les émissions complémentaires d'actions visées ci-dessus ;
- d'une manière générale, passer toutes conventions, prendre toutes mesures et remplir toutes formalités afférentes à l'émission et à l'exercice des bons de souscription d'actions. »

En outre, la treizième résolution de cette même Assemblée Générale Extraordinaire stipule que :

#### **« Treizième résolution »**

L'assemblée après avoir entendu lecture du rapport du conseil d'administration décide que le montant nominal maximal global des augmentations du capital résultant de l'exercice des valeurs mobilières dont l'émission a été décidée aux termes des dixième, onzième et douzième résolutions ne pourra excéder à tout moment 5% du capital social. »

A la date de rédaction du présent document, le Conseil d'Administration n'a pas fait usage de cette autorisation, qui est valable jusqu'en août 2008.

#### **17.5 Actions gratuites et contrats d'intéressement et de participation**

Néant.

## 18 PRINCIPAUX ACTIONNAIRES

### 18.1 Répartition du capital

#### Répartition du capital avant l'opération

Actionnaires	Nombre de titres	% de détention	Nombre de droits de vote	% de droit de vote
Initiatives & Développements Holding	4 032 928	99,99%	4 032 928	99,99%
Personnes physiques, dont				
Christian BILLET	40	0,00%	40	0,00%
Jan DUCKERT	40	0,00%	40	0,00%
Fabien PEAN	40	0,00%	40	0,00%
Roselyne QUESTIER	40	0,00%	40	0,00%
Christophe DE SAGAZAN	40	0,00%	40	0,00%
Christian QUEROU	40	0,00%	40	0,00%
<b>Total</b>	<b>4 033 168</b>	<b>100,00%</b>	<b>4 033 168</b>	<b>100,00%</b>

#### Répartition du capital après l'opération

Actionnaires	Nombre de titres	% de détention	Nombre de droits de vote	% de droit de vote
Initiatives & Développements Holding	4 032 928	89,07%	4 032 928	89,07%
Personnes physiques, dont				
Christian BILLET	40	0,00%	40	0,00%
Jan DUCKERT	40	0,00%	40	0,00%
Fabien PEAN	40	0,00%	40	0,00%
Roselyne QUESTIER	40	0,00%	40	0,00%
Christophe DE SAGAZAN	40	0,00%	40	0,00%
Christian QUEROU	40	0,00%	40	0,00%
<i>Sous total</i>	<i>4 033 168</i>	<i>89,08%</i>	<i>4 033 128</i>	<i>89,08%</i>
Investisseurs Qualifiés (*)	494 651	10,92%	494 651	10,92%
<b>Total</b>	<b>4 527 819</b>	<b>100,00%</b>	<b>4 527 779</b>	<b>100,00%</b>

(\*) : compte tenu de l'émission de 494 651 actions nouvelles au prix de 10,4 € / action

### 18.2 Droits de vote double

La troisième résolution de l'Assemblée Générale Extraordinaire du 15 juin 2006 a instauré des droits de vote double :

#### « Troisième résolution »

L'assemblée, après avoir entendu la lecture du rapport du conseil d'administration décide, sous condition de l'admission des actions de la Société aux négociations sur Alternext, d'attribuer un droit de vote double à toutes les actions nominatives, entièrement libérées, inscrites au nom d'un même actionnaire depuis deux ans au moins.

L'assemblée décide en outre qu'en cas d'augmentation du capital par incorporation de réserves, bénéfices ou primes d'émission, le droit de vote double sera conféré, dès leur émission, aux actions nominatives attribuées gratuitement à un actionnaire à raison d'actions anciennes pour lesquelles il bénéficie de ce droit.

L'assemblée décide en conséquence de modifier comme suit le texte de l'article 25 des statuts :



## **Article 25 – Quorum – Vote – Nombre de voix**

*Insertion d'un point 25.2 :*

« Tout titulaire d'actions entièrement libérées, qui justifie d'une inscription nominative à son nom depuis 2 ans au moins, bénéficie d'un droit de vote double pour chacune de ses actions remplissant ces conditions. En outre, en cas d'augmentation de capital par incorporation de réserves, bénéfiques ou primes d'émission, le droit de vote double sera attribué, dès leur émission, aux actions nominatives attribuées gratuitement à un actionnaire en raison d'actions anciennes, pour lesquelles il bénéficie de ce droit.

Toute action convertie au porteur ou transférée en propriété perd le droit de vote double. Néanmoins, le transfert par suite de succession, de liquidation de communauté de biens entre époux ou de donation entre vifs au profit d'un conjoint ou d'un parent au degré successible ne fait pas perdre le droit acquis et n'interrompt pas le délai de 2 ans prévu au présent article. »

*Le reste de l'article demeure inchangé.*

### **18.3 Pacte d'actionnaires**

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

### **18.4 Contrôle de la Société**

A la date du présent document, et avant augmentation de capital, la Société est principalement détenue par Initiatives & Développements Holding, à hauteur de 99,99 % du capital et des droits de vote : 6 actionnaires personnes physiques détenant 40 actions chacun.

### **18.5 Accords susceptibles d'entraîner un changement de contrôle**

A la connaissance de la Société, il n'existe pas à ce jour d'accord susceptible d'entraîner un changement de contrôle du Groupe.

## **19 OPERATIONS AVEC DES APPARENTES**

Les rapports spéciaux des Commissaires aux Comptes sont présentés aux chapitres 20.2.2 (pour les comptes sociaux clos au 31 mars 2006) et 20.3.2 (pour les comptes sociaux clos au 31 décembre 2004) de la partie I du présent document.

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

### **20.1 Comptes pro forma au 31 mars 2006**

#### **20.1.1 Rapport des Commissaires aux Comptes**

**Jean-Paul MARTIN**  
**178, Boulevard Haussmann**  
**75008 PARIS**

**Frédéric BURBAND**  
**96, chemin du ru d'avril**  
**95130 FRANCONVILLE**

#### **A l'attention du Président du Conseil d'administration d'Initiatives et Développements (anciennement dénommée Initiative CE)**

En notre qualité de commissaire aux comptes et en application du règlement CE N° 809/2004, nous avons établi le présent rapport sur les informations *pro forma* de la société Initiatives et Développements (anciennement dénommée Initiative CE) relatives à l'exercice clos le 31 mars 2006.

Ces informations *pro forma* ont été préparées aux seules fins d'illustrer l'effet que les opérations de regroupement d'entreprises et de restructuration en une seule entité juridique des sociétés Initiatives et Développements, Initiative PME, ProDistribution et Ultra-Vantages auraient pu avoir sur le bilan et le compte de résultat de la société Initiatives et Développements au 31 mars 2005 et au 31 mars 2006, si ces opérations d'acquisition et de restructuration juridique avaient pris effet au 1<sup>er</sup> avril 2004. De par leur nature même, elles décrivent une situation hypothétique et ne sont pas nécessairement représentatives de la situation financière ou des performances qui auraient pu être constatées si l'opération ou l'évènement était survenu à une date antérieure à celle de sa survenance réelle.

Ces informations *pro forma* ont été établies sous votre responsabilité et celle de votre Conseil d'administration le 31 mai 2006, en application des dispositions du règlement (CE) N° 809/2004 relatives aux informations *pro forma*, dans les conditions et selon les modalités décrites au chapitres 1 à 4 des notes annexes aux comptes *pro-forma*. Les comptes sociaux de l'exercice clos au 31 mars 2006 des sociétés Initiatives et Développements, Initiative PME, ProDistribution et Ultra-Vantages ont fait l'objet d'une certification sans réserve de la part des commissaires aux comptes de ces sociétés. Les comptes sociaux des sociétés Initiatives et Développements, Initiative PME et Ultra-Vantages clos au 31 décembre 2004 ont fait l'objet d'une certification sans réserve de la part de leurs commissaires aux comptes respectifs. Les comptes sociaux de la société ProDistribution clos au 30 avril 2005 n'ont pas été audités, l'exercice clos au 31 mars 2006 étant le premier exercice soumis à la certification d'un commissaire aux comptes.

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, d'exprimer une conclusion, dans les termes requis par l'annexe II point 7 du règlement CE N° 809/2004, sur le caractère adéquat de l'établissement des informations *pro forma*.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France. Ces travaux qui ne comportent pas d'examen des informations financières sous jacentes à l'établissement des informations *pro forma* ont consisté principalement à vérifier que les bases à partir desquelles ces informations *pro forma* ont été établies concordent avec les documents sources, à examiner les éléments probants justifiant les retraitements *pro forma* et à nous entretenir avec la Direction de la Société Initiatives et Développements pour collecter les informations et les explications que nous avons estimées nécessaires.

A notre avis :

- Les informations pro forma ont été adéquatement établies sur la base indiquée ;
- Cette base est conforme aux méthodes comptables de la société Initiatives et Développements.

A Paris et à Franconville, le 1er juin 2006,

---

**Jean-Paul MARTIN**  
Commissaire aux comptes

---

**Frédéric BURBAND**  
Commissaire aux comptes

## 20.1.2 Comptes pro forma au 31 mars 2006

### BILAN

présenté en Euros

<b>ACTIF</b>	Exercice clos le <b>31/03/2006</b> (12 mois)			Exercice précédent <b>31/03/2005</b> (12 mois)	<b>Variation</b>
	Brut	Amort.prov.	Net	Net	
Capital souscrit non appelé (0)					
<b>Actif immobilisé</b>					
Frais d'établissement					
Recherche et développement	125 968	107 073	18 895	44 089	- 25 194
Concessions, brevets, droits similaires	253 269	139 592	113 677	115 504	- 1 827
Fonds commercial	515 852		515 852	515 852	
Autres immobilisations incorporelles					
Avances et acomptes sur immobilisations incorporelles					
Terrains					
Constructions					
Installations techniques, matériel et outillage industriels					
Autres immobilisations corporelles	129 937	75 006	54 930	56 595	- 1 665
Immobilisations en cours					
Avances et acomptes					
Participations évaluées selon mise en équivalence					
Autres participations					
Créances rattachées à des participations					
Autres titres immobilisés					
Prêts					
Autres immobilisations financières	19 316		19 316	21 516	- 2 200
<b>TOTAL (I)</b>	<b>1 044 342</b>	<b>321 672</b>	<b>722 671</b>	<b>753 556</b>	<b>- 30 885</b>
<b>Actif circulant</b>					
Matières premières, approvisionnements					
En-cours de production de biens					
En-cours de production de services					
Produits intermédiaires et finis					
Marchandises	136 292		136 292	106 410	29 882
Avances et acomptes versés sur commandes	600		600		600
Clients et comptes rattachés	963 605	30 500	933 105	323 414	609 691
Autres créances					
. Fournisseurs débiteurs				957	- 957
. Personnel	7 100		7 100	1 500	5 600
. Organismes sociaux	476		476		476
. Etat, impôts sur les bénéfices	5 350		5 350		5 350
. Etat, taxes sur le chiffre d'affaires	23 640		23 640	114 290	- 90 650
. Autres	263 282		263 282	528 963	- 265 681
Capital souscrit et appelé, non versé					
Valeurs mobilières de placement					
Disponibilités	19 778		19 778	3 566	16 212
Charges constatées d'avance	257 163		257 163	152 723	104 440
<b>TOTAL (II)</b>	<b>1 677 287</b>	<b>30 500</b>	<b>1 646 787</b>	<b>1 231 822</b>	<b>414 965</b>
Charges à répartir sur plusieurs exercices (III)					
Primes de remboursement des obligations (IV)					
Ecart de conversion actif (V)					
<b>TOTAL ACTIF (0 à V)</b>	<b>2 721 630</b>	<b>352 172</b>	<b>2 369 458</b>	<b>1 985 379</b>	<b>384 079</b>

<b>PASSIF</b>	Exercice clos le <b>31/03/2006</b> (12 mois)	Exercice précédent <b>31/03/2005</b> (12 mois)	Variation
<b>Capitaux Propres</b>			
Capital social ou individuel (dont versé : Euros)	1 008 292	857 292	151 000
Primes d'émission, de fusion, d'apport ...			
Ecart de réévaluation			
Réserve légale	59		59
Réserves statutaires ou contractuelles			
Réserves réglementées			
Autres réserves	-25 111	-103 109	77 998
Report à nouveau	-305 664	-87 344	- 218 320
Résultat de l'exercice	260 794	-218 261	479 055
Subventions d'investissement			
Provisions réglementées			
<b>TOTAL (I)</b>	<b>938 371</b>	<b>448 578</b>	<b>489 793</b>
Produits des émissions de titres participatifs			
Avances conditionnées			
<b>TOTAL (II)</b>			
<b>Provisions pour risques et charges</b>			
Provisions pour risques		5 528	- 5 528
Provisions pour charges			
<b>TOTAL (III)</b>		<b>5 528</b>	<b>- 5 528</b>
<b>Emprunts et dettes</b>			
Emprunts obligataires convertibles			
Autres Emprunts obligataires			
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit			
. Emprunts	153 337	27 628	125 709
. Découverts, concours bancaires	83 596	228 580	- 144 984
Emprunts et dettes financières diverses			
. Divers			
. Associés	105	267 611	- 267 506
Avances et acomptes reçus sur commandes en cours	44 020	51 337	- 7 317
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	562 387	570 008	- 7 621
Dettes fiscales et sociales			
. Personnel	32 796	23 916	8 880
. Organismes sociaux	103 573	82 760	20 813
. Etat, impôts sur les bénéfices		1 969	- 1 969
. Etat, taxes sur le chiffre d'affaires	122 068	192 868	- 70 800
. Etat, obligations cautionnées			
. Autres impôts, taxes et assimilés	17 046	57 082	- 40 036
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	472		472
Autres dettes	105 550	27 512	78 038
Produits constatés d'avance	206 137		206 137
<b>TOTAL (IV)</b>	<b>1 431 087</b>	<b>1 531 272</b>	<b>- 100 185</b>
Ecart de conversion passif (V)			
<b>TOTAL PASSIF (I à V)</b>	<b>2 369 458</b>	<b>1 985 379</b>	<b>384 079</b>

**COMPTE DE RESULTAT**

présenté en Euros

	Exercice clos le <b>31/03/2006</b> (12 mois)		Exercice précédent <b>31/03/2005</b> (12 mois)		Variation	%
	France	Exportations	Total	Total		France
Ventes de marchandises	5 448 508	57 921	5 506 430	3 106 976		
Production vendue biens						
Production vendue services	725 501		725 501	143 664		
<b>Chiffres d'affaires Nets</b>	<b>6 174 010</b>	<b>57 921</b>	<b>6 231 931</b>	<b>3 250 640</b>		
Production stockée						
Production immobilisée						
Subventions d'exploitation reçues						
Reprises sur amort. et prov., transfert de charges			5 014	4 199	815	19.41
Autres produits			1 141	933	208	22.29
<b>Total des produits d'exploitation</b>			<b>6 238 086</b>	<b>3 255 772</b>	<b>2 982 314</b>	<b>91.60</b>
Achats de marchandises (y compris droits de douane)			4 880 808	2 587 056	2 293 752	88.66
Variation de stock (marchandises)			-29 882	22 885	- 52 767	-230.57
Achats de matières premières et autres approvisionnements			9 250	6 254	2 996	47.91
Variation de stock matières premières et autres approvisionnements						
Autres achats et charges externes			530 434	371 951	158 483	42.61
Impôts, taxes et versements assimilés			25 244	25 578	- 334	-1.31
Salaires et traitements			364 517	239 154	125 363	52.42
Charges sociales			132 472	103 232	29 240	28.32
Dotations aux amortissements sur immobilisations			96 323	63 367	32 956	52.01
Dotations aux provisions sur immobilisations						
Dotations aux provisions sur actif circulant				500	- 500	-100.00
Dotations aux provisions pour risques et charges						
Autres charges			7 317	3 157	4 160	131.77
<b>Total des charges d'exploitation</b>			<b>6 016 485</b>	<b>3 423 134</b>	<b>2 593 351</b>	<b>75.76</b>
<b>RESULTAT EXPLOITATION</b>			<b>221 601</b>	<b>-167 362</b>	<b>388 963</b>	<b>-232.41</b>
Bénéfice attribué ou perte transférée						
Perte supportée ou bénéfice transféré						
Produits financiers de participations			-45		- 45	
Produits des autres valeurs mobilières						
Autres intérêts et produits assimilés			2 188	583	1 605	275.30
Reprises sur provisions et transferts de charges						
Différences positives de change				0		
Produits nets sur cessions valeurs mobilières placement						
<b>Total des produits financiers</b>			<b>2 143</b>	<b>584</b>	<b>1 559</b>	<b>266.95</b>
Dotations financières aux amortissements et provisions						
Intérêts et charges assimilées			37 667	5 034	32 633	648.25
Différences négatives de change						
Charges nettes sur cessions valeurs mobilières de placement						
<b>Total des charges financières</b>			<b>37 667</b>	<b>5 034</b>	<b>32 633</b>	<b>648.25</b>
<b>RESULTAT FINANCIER</b>			<b>-35 524</b>	<b>-4 450</b>	<b>- 31 074</b>	<b>698.29</b>
<b>RESULTAT COURANT AVANT IMPOT</b>			<b>186 077</b>	<b>-171 813</b>	<b>357 890</b>	<b>-208.30</b>

**COMPTE DE RESULTAT (suite)**

présenté en Euros

	Exercice clos le <b>31/03/2006</b> (12 mois)	Exercice précédent <b>31/03/2005</b> (12 mois)	Variation	%
Produits exceptionnels sur opérations de gestion	88 686	78	88 608	N/S
Produits exceptionnels sur opérations en capital				
Reprises sur provisions et transferts de charges	5 528		5 528	
<b>Total des produits exceptionnels</b>	<b>94 214</b>	<b>78</b>	<b>94 136</b>	<b>N/S</b>
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion	22 967	24 349	- 1 382	-5.68
Charges exceptionnelles sur opérations en capital	3		3	
Dotations exceptionnelles aux amortissements et provisions		5 528	- 5 528	-100.00
<b>Total des charges exceptionnelles</b>	<b>22 971</b>	<b>29 877</b>	<b>- 6 906</b>	<b>-23.11</b>
<b>RESULTAT EXCEPTIONNEL</b>	<b>71 244</b>	<b>-29 799</b>	<b>101 043</b>	<b>-339.08</b>
Participation des salariés				
Impôts sur les bénéfices	-3 473	16 650	- 20 123	-120.86
<b>Total des Produits</b>	<b>6 334 443</b>	<b>3 256 434</b>	<b>3 078 009</b>	<b>94.52</b>
<b>Total des charges</b>	<b>6 073 649</b>	<b>3 474 695</b>	<b>2 598 954</b>	<b>74.80</b>
<b>RESULTAT NET</b>	<b>260 794</b>	<b>-218 261</b>	<b>479 055</b>	<b>-219.49</b>
Dont Crédit-bail mobilier				
Dont Crédit-bail immobilier				



## NOTES ANNEXES SUR LES MODALITES DE PREPARATION DES COMPTES PRO FORMA

Les montants sont exprimés en euros, sauf indication contraire.

### **1. Objectifs des comptes *pro forma***

L'intégralité des actions composant le capital social des sociétés Initiative PME, ProDistribution et Ultra-vantages ont été acquises en mars 2006 auprès de la société Initiatives et Développements Holding, société-mère d'Initiatives et développements. La société Initiatives et Développements doit ensuite absorber ses filiales dans le cadre d'opérations de transmissions universelles de patrimoine prévues en juin 2006. A l'issue de ces restructurations juridiques, il ne subsistera qu'une seule entité, la société Initiatives et Développements.

En outre, les comptes sociaux de ces sociétés ont des dates de clôture historiques et des durées d'exercice différentes.

L'objet des comptes sociaux *pro forma* de la société Initiatives et Développements au 31 mars 2005 et au 31 mars 2006 est par conséquent de présenter, sur deux exercices comparables de douze mois, les effets des regroupements d'entreprises et des restructurations juridiques consécutives opérées par la Société Initiatives et Développements, comme si ces opérations étaient intervenues le 1<sup>er</sup> avril 2004.

### **2. Principes retenus**

Les comptes *pro forma* sont établis en utilisant les mêmes principes et méthodes comptables que ceux applicables aux comptes sociaux des différentes entités concernées, sous réserve des éventuels retraitements d'homogénéisation qui ont été nécessaires.

#### **2.1 - Comptes sociaux *pro forma* au 31 mars 2005**

Les sociétés Initiatives et Développements, Initiative PME et Ultra-Vantages ont arrêté leurs précédents comptes sociaux annuels au 31 décembre 2004, constitués d'un exercice de 12 mois pour chacune d'elles. La société ProDistribution, a arrêté ses précédents comptes sociaux annuels au 30 avril 2005, qui reflétaient également un exercice de 12 mois. Ces comptes sociaux ont été approuvés par les assemblées générales respectives de ces sociétés.

Afin d'établir les comptes *pro forma* au 31 mars 2005, les modifications suivantes sont apportées aux comptes sociaux décrits ci-dessus :

- Exclusion des mouvements comptables du 1<sup>er</sup> trimestre civil 2004, des comptes sociaux au 31 décembre 2004 des sociétés Initiatives et Développements, Initiative PME et Ultra-Vantages ;
- Addition des mouvements comptables du 1<sup>er</sup> trimestre civil 2005, aux comptes sociaux au 31 décembre 2004 des sociétés Initiatives et Développements, Initiative PME et Ultra-Vantages ;
- Exclusion des mouvements comptables du mois d'avril 2005, des comptes sociaux au 30 avril 2005 de la société ProDistribution ;
- Addition des mouvements comptables du mois d'avril 2004, aux comptes sociaux au 30 avril 2005 de la société ProDistribution ;
- Ajustements de séparation des exercices, à la date du 31 mars 2005 ;

#### **2.2 - Comptes sociaux *pro forma* au 31 mars 2006**

Les sociétés Initiatives et Développements, Initiative PME et Ultra-Vantages arrêtent leurs comptes sociaux annuels au 31 mars 2006, ce qui représente un exercice de 15 mois pour chacune d'elles. La société ProDistribution, arrête ses comptes sociaux annuels au 31 mars 2006, ce qui représente un exercice de 11 mois. Les comptes sociaux de l'exercice clos au 31 mars 2006 de ces sociétés sont

soumis prochainement à l'approbation de l'Assemblée Générale des actionnaires ou des associés des sociétés concernées.

Afin d'établir les comptes *pro forma* au 31 mars 2006, les modifications suivantes sont apportées aux comptes sociaux décrits ci-dessus :

- Exclusion des mouvements comptables du 1<sup>er</sup> trimestre civil 2005, des comptes sociaux au 31 mars 2006 des sociétés Initiatives et Développements, Initiative PME et Ultra-Vantages ;
- Addition des mouvements comptables du mois d'avril 2005, aux comptes sociaux au 30 avril 2005 de la société ProDistribution ;
- Reversement des ajustements de séparation des exercices constatés dans les comptes *pro forma* au 31 mars 2005,

### **3. Conventions**

Les conventions suivantes sont retenues pour l'établissement des comptes *pro-forma* :

**Stocks.** En l'absence d'inventaire physique disponible au 1<sup>er</sup> avril 2004 et au 31 mars 2005, les conventions suivantes seront retenues pour déterminer les stocks :

- ProDistribution : les stocks au 1<sup>er</sup> avril 2004 et au 31 mars 2005 sont reconstitués en déduisant du stock physiquement inventorié aux clôtures annuelles au 30 avril 2004 et au 30 avril 2005 les flux d'achat et de vente des mois, respectivement, d'avril 2004 et d'avril 2005. Par dérogation à la méthode de valorisation des stocks adoptée dans les comptes sociaux de la société, à savoir « premier entré, premier sorti », ces stocks sont valorisés selon la méthode du prix de détail, par abattement du prix de vente facturé du pourcentage de marge moyen pratiqué sur ces articles ;
- Initiatives et Développements : les stocks au 31 mars 2004 sont réputés nuls car à l'époque cette société ne constituait ponctuellement des stocks qu'en fin d'année civile. Les stocks au 31 mars 2005 sont reconstitués en ajoutant au stock physiquement inventorié à la clôture annuelle au 31 décembre 2004 les flux d'achat et de ventes de marchandises du premier trimestre 2005;
- Ultra-Vantages : le stock au 1<sup>er</sup> avril 2004 et au 31 mars 2005 est déterminé au moyen des marges commerciales réalisées par famille de produits au cours des périodes concernées.

**Impôt sur les résultats.** Les bénéfices et déficits fiscaux réalisés au cours de l'exercice *pro-forma* par les différentes sociétés sont réputés confondus, comme s'il n'avait jamais existé qu'une seule entité sur le plan fiscal. Les déficits fiscaux reportables au 1<sup>er</sup> avril 2004 et demeurés non utilisés au 31 mars 2006 ne donnent pas lieu à la comptabilisation d'une économie d'impôt *pro forma* dans les comptes. L'impôt forfaitaire annuel n'est pas retraité. Aucune autre hypothèse (e.g. report en arrière des déficits) n'est prise en compte.

**Opérations intragroupe.** Les charges et produits réciproques de même que les créances et dettes correspondantes sont éliminés du bilan et du compte de résultat de chacun des deux exercices concernés comme s'il n'existait qu'une seule entité juridique à ces dates.

**Opérations de regroupements d'entreprises.** Les acquisitions de titres des sociétés Initiative PME, ProDistribution et Ultra-Vantages sont réputées achevées au 1<sup>er</sup> avril 2004. En conséquence, les charges externes directement attribuables à l'acquisition des titres sont réputées encourues à cette date. De même, les abandons de créances consentis par les actionnaires ou associés cédants effectués dans le cadre des cessions de titres correspondantes sont rattachés au bilan d'ouverture au 1<sup>er</sup> avril 2004.

**Restructurations juridiques** (transmissions universelles de patrimoine et confusions de patrimoine). Ces opérations sont valorisées dans les comptes *pro forma* sur la base des valeurs comptables. Les frais nécessaires à la réalisation de ces opérations ne sont pas comptabilisés dans les comptes *pro forma*.

#### **4. Principaux principes comptables**

Les comptes sociaux sont établis dans le respect des principes comptables de prudence, coûts historiques, continuité d'exploitation, indépendance des exercices, permanence des méthodes, en appliquant les méthodes d'évaluation du Code de commerce.

#### **Chiffre d'affaires**

Les ventes de marchandises sont comptabilisées lors de la livraison des biens au client.

Le chiffre d'affaires des contrats composites de prestations clé en main de club achats est décomposé sur la base de la valeur catalogue des prestations fournies et est comptabilisé de la manière suivante :

- La prestation de mise à disposition initiale des designs, outils et technologies nécessaires au fonctionnement du club achats est reconnue en chiffre d'affaires au moment de sa réception par le client. Toutefois, si les conditions de règlement consenties au client excèdent les délais normaux, ce chiffre d'affaires est étalé linéairement sur la durée du contrat ;
- Les prestations connexes d'hébergement, d'animation du site et d'assistance aux membres du club, ainsi que les prestations de fournitures de contenus sont reconnus de manière linéaire sur la durée du contrat.

#### **Résultat exceptionnel**

Est retenue la notion de résultat exceptionnel du Plan Comptable Général. Elle comprend les éléments dont la réalisation n'est pas liée à l'exploitation courante de la société.

#### **Concessions, brevets et licences**

Les concessions, brevets et licences comprennent essentiellement des logiciels acquis ou produits en interne par la société. Ces logiciels sont amortis linéairement sur des durées propres à chaque acquisition, comprises entre 3 et 5 ans.

Les logiciels créés, destinés à un usage interne ou commercial, sont immobilisés conformément au Règlement CRC 2004-06 et à l'article 331-3 du PCG, dans la mesure où les critères requis pour une telle capitalisation, notamment leur faisabilité technique et leurs chances de réussite commerciale, sont remplis.

#### **Fonds de commerce**

Les fonds commerciaux sont inscrits à leur prix d'acquisition, à leur valeur d'apport ou au montant du mali technique tel que défini par le règlement CRC 2004-01. Lorsqu'il existe un indice de perte de leur valeur à la clôture de l'exercice, un test de dépréciation est réalisé conformément au règlement CRC 2002-10 pour déterminer le montant de la dépréciation éventuelle à comptabiliser.

#### **Immobilisations corporelles**

Les immobilisations corporelles sont comptabilisées initialement à leur coût d'acquisition complété le cas échéant des frais accessoires d'achat et des coûts de mise en service. Ces immobilisations sont amorties sur leurs durées d'utilité qui s'inscrivent dans les fourchettes suivantes :

Matériel informatique :	3 ans.
Mobilier de bureau :	10 ans.
Agencements :	8 à 10 ans.
Matériel de transport :	5 ans.

## Titres de participation

Les titres de participation figurent au bilan à leur coût d'acquisition. En cas de baisse durable de leur valeur d'utilité, des provisions pour dépréciation sont constatées.

La valeur d'utilité est déterminée en fonction des critères financiers les plus appropriés à la situation particulière de chaque société. Les critères généralement retenus sont la quote-part de situation nette corrigée et les perspectives de rentabilité et de développement.

## Stocks

Les stocks de marchandises sont évalués à leur prix d'achat net de remises, ristournes et escomptes financiers, en utilisant la méthode du « premier entré, premier sorti ». Lorsque à la clôture de l'exercice, la valeur nette de réalisation des stocks devient inférieure à leur valeur nette comptable, une dépréciation est comptabilisée à due concurrence.

## 5. Notes relatives au bilan pro forma.

### **5.1 - Actif immobilisé**

Actif immobilisé	A l'ouverture	Augmentation	Diminution	A la clôture
Immobilisations incorporelles	839 666	55 424		895 090
Immobilisations corporelles	117 722	12 215		129 937
Immobilisations financières	21 516		2 200	19 316
<b>TOTAL</b>	<b>978 904</b>	<b>67 639</b>	<b>2 200</b>	<b>1 044 342</b>

Amortissements et provisions	A l'ouverture	Augmentation	Diminution	A la clôture
Immobilisations incorporelles	164 221	82 444		246 665
Immobilisations corporelles	61 127	13 879		75 006
Titres mis en équivalence				
Autres Immobilisations financières				
<b>TOTAL</b>	<b>225 348</b>	<b>96 323</b>		<b>321 671</b>

### **5.2 - Détail des immobilisations incorporelles**

#### **Coûts de développement**

Coûts de développement	Valeur brute	Amortissement	Valeur nette
Coûts de développement	125 968	107 073	18 895

Les coûts de développement représentent des coûts internes de développement des outils et technologies internet engagés en 2001 par la société Ultra-Vantages.

#### **Logiciels**

Logiciels	Valeur brute	Amortissement	Valeur nette
Logiciels	253 269	139 592	113 677

Les logiciels concernent essentiellement les coûts externes de développement du site internet de la société Ultra-Vantages et les acquisitions de logiciels administratifs et commerciaux acquis par la société Initiatives et Développements.

## Fonds commercial (hors droit au bail)

Fonds commercial	Valeur brute	Amort./Provis.	Valeur nette
Fonds acheté	152 449		152 449
Fonds issus des TUP	363 403		363 403
<b>TOTAL</b>	<b>515 852</b>		<b>515 852</b>

Le fonds acquis est issu d'un rachat effectué par la société Initiative PME pour 152 449 euros.  
Les fonds issus des TUP correspondent au mali technique des confusions de patrimoine des sociétés, Prodistribution, Initiative PME et Ultra-Vantages constaté rétroactivement au 1<sup>er</sup> avril 2004 dans les comptes pro-forma

### 5.3 - Echancier des créances

Etat des créances	Montant brut	A un an	A plus d'un an
Actif immobilisé	19 316		19 316
Actif circulant & charges d'avance	1 520 617	1 520 617	
<b>TOTAL</b>	<b>1 539 933</b>	<b>1 520 617</b>	<b>19 316</b>

### 5.4 - Provisions pour dépréciation

Nature des provisions	A l'ouverture	Augmentation	utilisées	non utilisées	A la clôture
Stocks et en-cours					
Comptes de tiers	31 000		500		30 500
Comptes financiers					
<b>TOTAL</b>	<b>31 000</b>		<b>500</b>		<b>30 500</b>

### 5.5 - Produits à recevoir par postes du bilan

Produits à recevoir	Montant
Immobilisations financières	
Clients et comptes rattachés	15 070
Autres créances	476
Disponibilités	
<b>TOTAL</b>	<b>15 546</b>

### 5.6 - Charges constatées d'avance

Les charges constatées d'avance ne sont composées de charges ordinaires dont la répercussion sur le résultat est reportée à un exercice ultérieur et d'achats de marchandises.

Achats de marchandises facturées non livrées	223 398
Autres charges ordinaires	33 765
<b>TOTAL</b>	<b>257 163</b>

### 5.7 - Capital social

Mouvements des titres	Nombre	Val. nominale	Capital social
Titres en début d'exercice 2004/2005	788 292	1,00	788 292
Titres émis	69 000	1.00	69 000
<b>Titres en fin d'exercice 31/03/2005</b>	<b>857 292</b>		<b>857 292</b>
Titres émis	151 000	1.00	151 000
Titres remboursés ou annulés			
<b>Titres en fin d'exercice 31/03/2006</b>	<b>1 008 292</b>	<b>1,00</b>	<b>1 008 292</b>

## 5.8 - Provisions

Nature des provisions	A l'ouverture	Augmentation	Utilisées	Non utilisées	A la clôture
Provisions réglementées					
Provisions pour risques & charges	5 528		5 528		
<b>TOTAL</b>	<b>5 528</b>		<b>5 528</b>		

La provision reprise durant l'exercice couvrirait un risque prud'homal qui a été réglé durant l'exercice.

## 5.9 - Etat des dettes

Etat des dettes	Montant total	De 0 à 1 an	De 1 à 5 ans	Plus de 5 ans
Etablissements de crédit	236 933	129 631	107 302	
Dettes financières diverses	105	105		
Fournisseurs	562 387	562 387		
Dettes fiscales & sociales	275 483	275 483		
Dettes sur immobilisations	472	472		
Autres dettes	105 550	105 550		
Produits constatés d'avance	206 137	206 137		
<b>TOTAL</b>	<b>1 387 067</b>	<b>1 279 765</b>	<b>107 302</b>	

## 5.10 - Charges à payer par postes du bilan

Charges à payer	Montant
Emp. & dettes établ. de crédit	1 601
Emp. & dettes financières div.	
Fournisseurs	95 558
Dettes fiscales & sociales	49 730
Autres dettes	
<b>TOTAL</b>	<b>146 889</b>

## 5.11 - Parties liées

### Créances

Rubriques du Bilan Concernées	Montant
Créances immobilisées	
Créances clients	310 013
Autres créances	225 079
<b>TOTAL</b>	<b>535 092</b>

### Dettes

Rubriques du Bilan Concernées	Montant
Emprunts et dettes financières	
Dettes fournisseurs	
Autres dettes	44 921
<b>TOTAL</b>	<b>44 921</b>

## **6. Notes relatives au compte de résultat pro forma.**

### **Ventilation du chiffre d'affaires**

Le chiffre d'affaires de l'exercice se décompose de la manière suivante :

<b>Nature du chiffre d'affaires</b>	<b>Montant HT</b>	<b>Taux</b>
Ventes de marchandises	5 506 430	88,36 %
Prestations de services	618 207	9,92 %
Produits des activités annexes	107 294	1,72 %
<b>TOTAL</b>	<b>6 231 931</b>	<b>100.00 %</b>

Les ventes de marchandises représentent l'activité de centrale d'achat de la société. Elles se composent de ventes de détails aux membres des clubs gérés par la société et de ventes de négoce en gros pour certains grands comptes.

Les prestations de services se composent principalement de ventes de prestations packagées pour les clubs achats et les comités d'entreprise.

Les produits des activités annexes correspondent principalement à des participations publicitaires et à des remises de fin d'année facturées aux fournisseurs.

### **Frais de personnel**

L'effectif au 31 mars 2006 ci-dessous correspond aux personnes employées dans les sociétés ProDistribution, Initiatives et Développements et Ultra-Vantages.

<b>Catégorie</b>	<b>Effectif</b>
Cadres	5
Non cadre	13
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>

La rémunération des dirigeants et mandataires sociaux est de 63.000 euros au cours de la période du 01/04/2005 au 31/03/2006 contre 36.034 euros pour la période du 01/04/2004 au 31/03/2005.

### **Parties liées**

#### **Produits**

<b>Nature des opérations liées</b>	<b>Montant</b>
Ventes marchandises	250 226
Prestations de services	
Produits des activités annexes	10 395
Produits financiers	
<b>TOTAL</b>	<b>260 621</b>

## Charges

Nature des opérations liées	Montant
Achats marchandises	
Achats de prestations	36 000
Autres charges exploitation	
Charges financières	
<b>TOTAL</b>	<b>36 000</b>

### **Résultat exceptionnel**

Le résultat exceptionnel se compose essentiellement des éléments suivants :

- En produits exceptionnels : le produit des abandons de créances consentis par les banques et certains fournisseurs de la société Initiative PME (82 milliers d'euros), produits exceptionnels fournisseurs (2 milliers d'euros) et remises gracieuses (5 milliers d'euros) liées au contrôle fiscal chez ProDistribution.
- En charges exceptionnelles : le coût d'un contrôle fiscal chez ProDistribution (22 milliers d'euros).

### **7. Autres informations et engagements.**

#### **7.1 - Engagements donnés**

##### **a) Contrat de crédit-bail**

Les engagements pour les contrats de crédit bail sont de 8.406 euros au 31/03/2006.

##### **b) Contrats de location simple**

Les engagements de location simple immobilière s'échelonnent de la manière suivante au 31/03/2006 :

- Moins d'un an : 82.953 euros.
- De un à cinq ans : 68.207 euros.
- Plus de cinq ans : Néant.

##### **c) Autres engagements**

- Les effets escomptés non échus au 31/03/2006 s'élèvent à 262.861 euros ;
- Nantissement du fonds de commerce de la société au profit de BNP PARIBAS pour 150.000 euros
- Les engagements de retraite au 31/03/2006 sont évalués à 4.611 euros.

#### **7.2 - Engagements reçus**

- Caution solidaire de la SOFARIS-OSEO de 75.000 euros d'une durée de 4 ans pour couvrir à hauteur de 50 % le prêt à moyen terme consenti par BNP PARIBAS ;
- Caution de 75 000 euros de Monsieur QUEROU pour garantir les autres 50% du prêt à moyen terme consenti par BNP PARIBAS ;
- Garantie personnelle à première demande du Président de la société Mediatag au règlement des avances consenties à la société Mediatag, pour 482.000 euros.

#### **7.3 - Concentration du risque de crédit**

La société Initiatives & Développements effectue régulièrement des commandes d'équipements numériques ou informatiques auprès de son principal fournisseur, la société Mediatag. Ce fournisseur



requérant des avances de paiement à la commande pour financer les acomptes exigés par les fabricants, Initiatives & Développements est donc créancière de son fournisseur.

L'exposition financière de la société au 31 mars 2006 s'élève à 422 milliers d'euros et représente environ 40% du total de son actif. Le reliquat des avances au 31 mars 2006 non apuré par des livraisons à la date d'arrêté des comptes, s'élève à environ 174 milliers d'euros.

## **20.2 Comptes sociaux au 31 mars 2006**

### **20.2.1 Rapport général des Commissaires aux Comptes**

#### **COMMISSARIAT AUX COMPTES 2005/2006**

#### **RAPPORT GENERAL**

En exécution de la mission qui nous a été confiée par l'assemblée des actionnaires, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 31 mars 2006 comprenant 15 mois d'activité, (1<sup>er</sup> janvier 2005 au 31 mars 2006) sur :

- . le contrôle des comptes annuels de la société INITIATIVES ET DEVELOPPEMENTS anciennement dénommée INITIATIVE CE, tels qu'ils sont joints au présent rapport,
- . la justification de nos appréciations
- . les vérifications spécifiques et les informations prévues par la loi.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le conseil d'administration.

Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

#### **I. Opinion sur les comptes annuels**

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France.

Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives.

Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes.

Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation, d'ensemble.

Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

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

#### **II. Justification des appréciations**

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

**2.1** La société concentre un risque de crédit auprès de l'un de ses principaux fournisseurs, qui est décrit dans la note 4.3 de l'annexe aux comptes sociaux. Compte tenu des garanties obtenues et considérant la poursuite de relations commerciales normales avec son fournisseur, la société considère que sa créance ne présente pas de risque particulier.

Dans le cadre de notre appréciation des estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes, nous avons été conduits à obtenir la confirmation des soldes auprès du fournisseur concerné et à vérifier leur concordance avec les montants figurant dans les livres de la société. Nous avons également pris connaissance de la garantie financière obtenue. Enfin, dans le cadre de notre revue des

évènements postérieurs à la clôture, nous nous sommes tenus informés de l'avancement des livraisons des commandes financées par ces avances.

**2.2** Le paragraphe 1 de l'annexe expose les règles et méthodes comptables relatives à la comptabilisation des opérations suivantes, (reconnaissance du chiffre d'affaires, résultat exceptionnel, concessions, brevets et licences, immobilisations corporelles et incorporelles). Dans le cadre de notre appréciation des règles et principes comptables suivis par votre société, nous avons vérifié le caractère approprié des méthodes comptables précisées ci-dessus et des informations fournies dans les notes de l'annexe, et nous nous sommes assurés de leur correcte application.

**2.3** Nous avons également procédé à l'appréciation des approches retenues par la société et décrites dans l'annexe concernant la détermination de la valorisation des titres de participation et des stocks. Pour ces derniers nous avons mis en œuvre des tests pour vérifier par sondage l'application de ces méthodes.

Ces appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre notre démarche d'audit des comptes annuels, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion exprimée dans la première partie de ce rapport.

### **III. Vérifications et informations spécifiques**

Nous avons également procédé, conformément aux normes de la profession, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

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

Paris et Franconville, le 1<sup>er</sup> juin 2006.

**Jean-Paul MARTIN**

Commissaires aux Comptes

**Frédéric BURBAND**

## **20.2.2 Rapports spéciaux des Commissaires aux Comptes**

### **COMMISSARIAT AUX COMPTES 2005/2006**

#### **RAPPORT SPECIAL**

Messieurs,

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

Aux termes de l'article L 255-40 du code de commerce, nous avons été avisés des conventions qui ont fait l'objet de l'autorisation préalable de votre conseil.

Il ne nous appartient pas de rechercher l'existence éventuelle de conventions mais de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de celles dont nous avons été avisés, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé.

Il vous appartient, selon les termes de l'article 92 du décret du 23 mars 1967, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.

Nous avons effectué, nos travaux selon les normes de la profession; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

#### **CONVENTIONS APPROUVEES AU COURS D'EXERCICES ANTERIEURS ET POURSUIVIES**

##### **1) COMPTE COURANT AVEC LA SOCIETE INITIATIVES ET DEVELOPEMENTS SAS.**

ADMINISTRATEURS ET ASSOCIES INTERESSES :

- Madame Jeanne POSIDONI
- Monsieur Christian BILLET
- Monsieur Christian QUEROU

Le Compte courant de la société est soldé au 31 mars 2006. Il n'a pas été rémunéré.

##### **2) COMPTE COURANT AVEC LA SOCIETE INITIATIVE PME.**

ADMINISTRATEURS ET ASSOCIES INTERESSES :

- Monsieur Olivier VAISSIERE
- Monsieur Christian BILLET
- Monsieur Christian QUEROU

Le Compte courant de la société est soldé au 31 mars 2006. Il n'a pas été rémunéré.

##### **3) LICENCE D'EXPLOITATION :**

ADMINISTRATEURS ET ASSOCIES INTERESSES :

- Monsieur Olivier VAISSIERE
- Monsieur Christian BILLET
- Monsieur Christian QUEROU

La société INITIATIVE PME a concédé le 2 Mai 2003, à la société INITIATIVE CE, un droit d'usage de ses données, (fichier clients, prospects...), pour un usage commercial, dont l'objectif est la souscription de bulletins d'abonnement aux services INITIATIVE CE.

La licence est établie pour trois ans. Elle est renouvelable par tacite reconduction, moyennant une redevance de 20% du CA réalisé sur des abonnements des entreprises signataires. Au titre de l'exercice 2005/2006, la redevance versée est de 5 000 €.

## **CONVENTIONS NOUVELLES AUTORISEES**

### **AUTORISATION D'ACQUISITION DE TITRES**

**Conseil d'administration du 8 mars 2006**

ADMINISTRATEURS INTERESSES :

- Monsieur Christian BILLET
- Monsieur Christian QUEROU

Le Conseil du 8 mars 2006, a autorisé l'acquisition par la société INITIATIVE CE, dénommée depuis, INITIATIVES ET DEVELOPPEMENTS, auprès de divers titres détenus par cette dernière :

- ACTIONS DE LA SOCIETE ULTRA-VANTAGES, société anonyme au capital de 46.132.96 €, dont le siège est : 3, avenue du Général Leclerc 92210 ST CLOUD, immatriculée au RCS de NANTERRE N° 432 453 967.

Acquisition de 256.572 actions de 0.18 centimes d'euros, au prix de 449.000 €.

- PARTS DE LA SOCIETE INITIATIVE PME, société anonyme au capital de 130.000 €, dont le siège est : 25, rue de Ponthieu 75008 PARIS immatriculée au RCS de PARIS N° 437.630.411.

Acquisition de 130.000 actions de un euro chacune, au prix de 347.000 €.

- ACTIONS DE LA SOCIETE PRODISTRIBUTION, SARL au capital de 8.000 €, dont le siège est : 12, rue du Pic de Barette 75015 PARIS, immatriculée au RCS de PARIS N° 401 790 159.

Acquisition de 500 parts de 16 euros chacune, au prix de 65.175 €.

Nous vous rappelons que vous avez à statuer sur ces opérations.

Paris et Franconville, le 1er juin 2006

**Jean-Paul MARTIN**

**Frédéric BURBAND**

Commissaires aux Comptes

## **COMMISSARIAT AUX COMPTES 2005/2006**

### **RAPPORT SPECIAL DE L'ARTICLE L 225-42 du Code de Commerce**

Messieurs,

En notre qualité de Commissaire aux Comptes de votre société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions visées à l'article L 225-42 du Code de commerce.

En application de l'article L 225-240 de ce Code, nous vous signalons que ces conventions n'ont pas fait l'objet d'une autorisation préalable de votre conseil d'administration.

Il nous appartient, sur la base des informations qui nous ont été données, de vous communiquer les caractéristiques et les modalités essentielles de ces conventions, ainsi que les circonstances en raison desquelles la procédure d'autorisation n'a pas été suivie, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien fondé. Il vous appartient, selon les termes de l'article 92 du décret du 23 mars 1967, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.

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

#### **COMPTE COURANT AVEC LA SARL ASSUR CE**

ADMINISTRATEURS ET ASSOCIES INTERESSES :

- Monsieur Christian QUEROU

Le Compte courant de la société est soldé au 31 mars 2006. Il n'a pas été rémunéré.

Nous vous rappelons que vous avez à statuer sur ces opérations.

Paris et Franconville, le 1er juin 2006

***Jean-Paul MARTIN***

***Frédéric BURBAND***

Commissaires aux Comptes

## 20.2.3 Comptes sociaux au 31/03/2006

### BILAN

présenté en Euros

<b>ACTIF</b>	du 01/01/2005 au 31/03/2006 (15 mois)			Exercice précédent <b>31/12/2004</b> (12 mois)	Variation
	Brut	Amort.prov.	Net	Net	
Capital souscrit non appelé (0)					
<b>Actif immobilisé</b>					
Frais d'établissement					
Recherche et développement					
Concessions, brevets, droits similaires	169 041	55 364	113 677	113 618	113 677
Fonds commercial					- 113 618
Autres immobilisations incorporelles					
Avances et acomptes sur immobilisations incorporelles					
Terrains					
Constructions					
Installations techniques, matériel et outillage industriels					
Autres immobilisations corporelles	43 550	15 903	27 647	27 906	- 259
Immobilisations en cours					
Avances et acomptes					
Participations évaluées selon mise en équivalence					
Autres participations	861 175		861 175		861 175
Créances rattachées à des participations					
Autres titres immobilisés					
Prêts					
Autres immobilisations financières	11 247		11 247	11 447	- 200
<b>TOTAL (I)</b>	<b>1 085 013</b>	<b>71 267</b>	<b>1 013 746</b>	<b>152 971</b>	<b>860 775</b>
<b>Actif circulant</b>					
Matières premières, approvisionnements					
En-cours de production de biens					
En-cours de production de services					
Produits intermédiaires et finis					
Marchandises	32 865		32 865	21 664	11 201
Avances et acomptes versés sur commandes	600		600	3 226	- 2 626
Clients et comptes rattachés	254 390		254 390	226 986	27 404
Autres créances					
. Fournisseurs débiteurs				1 365	- 1 365
. Personnel	7 100		7 100	1 500	5 600
. Organismes sociaux					
. Etat, impôts sur les bénéficiaires					
. Etat, taxes sur le chiffre d'affaires	8 075		8 075	14 223	- 6 148
. Autres	391		391	10 965	- 10 574
Capital souscrit et appelé, non versé					
Valeurs mobilières de placement				48 916	- 48 916
Disponibilités	16 667		16 667	12 460	4 207
Charges constatées d'avance	242 994		242 994	1 843	241 151
<b>TOTAL (II)</b>	<b>563 082</b>		<b>563 082</b>	<b>343 149</b>	<b>219 933</b>
Charges à répartir sur plusieurs exercices (III)					
Primes de remboursement des obligations (IV)					
Ecart de conversion actif (V)					
<b>TOTAL ACTIF (0 à V)</b>	<b>1 648 095</b>	<b>71 267</b>	<b>1 576 828</b>	<b>496 119</b>	<b>1 080 709</b>

**BILAN (suite)**

Présenté en Euros

<b>PASSIF</b>	du 01/01/2005 au 31/03/2006 (15 mois)	Exercice précédent 31/12/2004 (12 mois)	Variation
<b>Capitaux Propres</b>			
Capital social ou individuel (dont versé : Euros)	1 008 292	189 000	819 292
Primes d'émission, de fusion, d'apport ...			
Ecart de réévaluation			
Réserve légale	59		59
Réserves statutaires ou contractuelles			
Réserves réglementées			
Autres réserves			
Report à nouveau	3 576	1 178	2 398
Résultat de l'exercice	-73 555	2 456	- 76 011
Subventions d'investissement			
Provisions réglementées			
<b>TOTAL (I)</b>	<b>938 371</b>	<b>192 634</b>	<b>745 737</b>
Produits des émissions de titres participatifs			
Avances conditionnées			
<b>TOTAL (II)</b>			
<b>Provisions pour risques et charges</b>			
Provisions pour risques			
Provisions pour charges			
<b>TOTAL (III)</b>			
<b>Emprunts et dettes</b>			
Emprunts obligataires convertibles			
Autres Emprunts obligataires			
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit			
. Emprunts	153 337	30 000	123 337
. Découverts, concours bancaires	41 319	778	40 541
Emprunts et dettes financières diverses			
. Divers			
. Associés	100	111	- 11
Avances et acomptes reçus sur commandes en cours	50 000	51 337	- 1 337
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	297 106	172 865	124 241
Dettes fiscales et sociales			
. Personnel	11 414		11 414
. Organismes sociaux	21 800	7 139	14 661
. Etat, impôts sur les bénéfices	1 595		1 595
. Etat, taxes sur le chiffre d'affaires	10 980	27 551	- 16 571
. Etat, obligations cautionnées			
. Autres impôts, taxes et assimilés	10 333	558	9 775
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	472	12 096	- 11 624
Autres dettes		1 049	- 1 049
Produits constatés d'avance	40 000		40 000
<b>TOTAL (IV)</b>	<b>638 456</b>	<b>303 485</b>	<b>334 971</b>
Ecart de conversion passif (V)			
<b>TOTAL PASSIF (I à V)</b>	<b>1 576 828</b>	<b>496 119</b>	<b>1 080 709</b>



# COMPTE DE RESULTAT

Présenté en Euros

	du 01/01/2005 au 31/03/2006 (15 mois)			Exercice précédent 31/12/2004 (12 mois)	Variation	%
	France	Exportations	Total	Total		France
Ventes de marchandises	4 238 534	51 220	4 289 754	1 040 898		
Production vendue biens						
Production vendue services	20 385		20 385	157 933		
<b>Chiffres d'affaires Nets</b>	<b>4 258 919</b>	<b>51 220</b>	<b>4 310 139</b>	<b>1 198 831</b>		
Production stockée						
Production immobilisée						
Subventions d'exploitation reçues						
Reprises sur amort. et prov., transfert de charges			500	610	- 110	-18.03
Autres produits			55	55	55	
<b>Total des produits d'exploitation</b>			<b>4 310 694</b>	<b>1 199 441</b>	<b>3 111 253</b>	<b>259.39</b>
Achats de marchandises (y compris droits de douane)			3 862 138	954 064	2 908 074	304.81
Variation de stock (marchandises)			-11 201	-21 664	10 463	-48.30
Achats de matières premières et autres approvisionnements			11 233	4 272	6 961	162.94
Variation de stock matières premières et autres approvisionnements						
Autres achats et charges externes			250 155	174 420	75 735	43.42
Impôts, taxes et versements assimilés			16 614	3 488	13 126	376.32
Salaires et traitements			120 566	56 596	63 970	113.03
Charges sociales			36 603	18 554	18 049	97.28
Dotations aux amortissements sur immobilisations			65 480	3 800	61 680	N/S
Dotations aux provisions sur immobilisations						
Dotations aux provisions sur actif circulant				500	- 500	-100.00
Dotations aux provisions pour risques et charges						
Autres charges			7 283	1 682	5 601	333.00
<b>Total des charges d'exploitation</b>			<b>4 358 869</b>	<b>1 195 712</b>	<b>3 163 157</b>	<b>264.54</b>
<b>RESULTAT EXPLOITATION</b>			<b>-48 175</b>	<b>3 729</b>	<b>- 51 904</b>	<b>-1391.90</b>
Bénéfice attribué ou perte transférée						
Perte supportée ou bénéfice transféré						
Produits financiers de participations						
Produits des autres valeurs mobilières						
Autres intérêts et produits assimilés			87		87	
Reprises sur provisions et transferts de charges						
Différences positives de change						
Produits nets sur cessions valeurs mobilières placement						
<b>Total des produits financiers</b>			<b>87</b>		<b>87</b>	
Dotations financières aux amortissements et provisions						
Intérêts et charges assimilées			15 758	943	14 815	N/S
Différences négatives de change						
Charges nettes sur cessions valeurs mobilières de placement						
<b>Total des charges financières</b>			<b>15 758</b>	<b>943</b>	<b>14 815</b>	<b>N/S</b>
<b>RESULTAT FINANCIER</b>			<b>-15 671</b>	<b>-943</b>	<b>- 14 728</b>	<b>N/S</b>
<b>RESULTAT COURANT AVANT IMPOT</b>			<b>-63 846</b>	<b>2 786</b>	<b>- 66 632</b>	<b>-2391.67</b>

**COMPTE DE RESULTAT (suite)**

Présenté en Euros

	du 01/01/2005 au 31/03/2006 (15 mois)	Exercice précédent 31/12/2004 (12 mois)	Variation	%
Produits exceptionnels sur opérations de gestion	9	50	- 41	-82.00
Produits exceptionnels sur opérations en capital				
Reprises sur provisions et transferts de charges				
<b>Total des produits exceptionnels</b>	<b>9</b>	<b>50</b>	<b>- 41</b>	<b>-82.00</b>
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion	2 692	380	2 312	608.42
Charges exceptionnelles sur opérations en capital				
Dotations exceptionnelles aux amortissements et provisions				
<b>Total des charges exceptionnelles</b>	<b>2 692</b>	<b>380</b>	<b>2 312</b>	<b>608.42</b>
<b>RESULTAT EXCEPTIONNEL</b>	<b>-2 683</b>	<b>-330</b>	<b>- 2 353</b>	<b>713.03</b>
Participation des salariés				
Impôts sur les bénéfices	7 026		7 026	
<b>Total des Produits</b>	<b>4 310 791</b>	<b>1 199 491</b>	<b>3 111 300</b>	<b>259.39</b>
<b>Total des charges</b>	<b>4 384 346</b>	<b>1 197 035</b>	<b>3 187 311</b>	<b>266.27</b>
<b>RESULTAT NET</b>	<b>-73 555</b>	<b>2 456</b>	<b>- 76 011</b>	<b>-3094.91</b>
Dont Crédit-bail mobilier				
Dont Crédit-bail immobilier				

## **ANNEXE AUX COMPTES SOCIAUX**

### **Préambule**

#### **Evènements importants de l'exercice**

L'exercice clos le 31 mars 2006 est exceptionnellement d'une durée de 15 mois compte tenu de la modification de la date de clôture décidée lors de l'Assemblée Générale des actionnaires.

L'exercice clos au 31 décembre 2004 présenté en comparatif est d'une durée de 12 mois.

#### **1/ Principaux principes comptables**

Les comptes sociaux sont établis dans le respect des principes comptables de prudence, coûts historiques, continuité d'exploitation, indépendance des exercices, permanence des méthodes, en appliquant les méthodes d'évaluation du code de commerce.

#### **Chiffre d'affaires**

La reconnaissance du chiffre d'affaires s'effectue comme suit :

les ventes de marchandises sont comptabilisées lors de la livraison des biens au client ;

le chiffre d'affaires des contrats composites de prestations clé en main de club achats est décomposé sur la base de la valeur catalogue des prestations fournies et est comptabilisé de la manière suivante :

- la prestation de mise à disposition initiale des designs, outils et technologies nécessaires au fonctionnement du club achats est reconnue en chiffre d'affaires au moment de leur réception par le client. Toutefois, si les conditions de règlement consenties au client excèdent les délais normaux, ce chiffre d'affaires est étalé linéairement sur la durée du contrat ;
- les prestations connexes d'hébergement, d'animation du site et d'assistance aux membres du club, ainsi que les prestations de fournitures de contenus sont reconnus de manière linéaire sur la durée du contrat.

#### **Résultat exceptionnel**

Est retenue la notion de résultat exceptionnel du Plan Comptable Général. Elle comprend les éléments dont la réalisation n'est pas liée à l'exploitation courante de la société.

#### **Concessions, brevets et licences**

Les concessions, brevets et licences comprennent essentiellement des logiciels acquis ou produits en interne par la société. Ces logiciels sont amortis linéairement sur des durées propres à chaque acquisition, comprises entre 3 et 5 ans.

Les logiciels créés, destinés à un usage interne ou commercial, sont immobilisés conformément au Règlement CRC 2004-06 et à l'article 331-3 du PCG, dans la mesure où les critères requis pour une telle capitalisation, notamment leur faisabilité technique et leurs chances de réussite commerciale, sont remplis.

#### **Immobilisations corporelles**

Les immobilisations corporelles sont comptabilisées initialement à leur coût d'acquisition complété le cas échéant des frais accessoires d'achat et des coûts de mise en service. Ces immobilisations sont amorties sur leur durée d'utilité qui s'inscrit dans les fourchettes suivantes :

Matériel informatique : 3 ans.

Mobilier de bureau : 10 ans.

### Titres de participation

Les titres de participation figurent au bilan à leur coût d'acquisition. En cas de baisse durable de leur valeur d'utilité, des provisions pour dépréciation sont constatées.

La valeur d'utilité est déterminée en fonction des critères financiers les plus appropriés à la situation particulière de chaque société. Les critères généralement retenus sont la quote-part de situation nette corrigée et les perspectives de rentabilité et de développement.

### Stocks

Les stocks de marchandises sont évalués à leur prix d'achat net de remises, ristournes et escomptes financiers, en utilisant la méthode du « premier entré, premier sorti ». Lorsque à la clôture de l'exercice, la valeur nette de réalisation des stocks devient inférieure à leur valeur nette comptable, une dépréciation est comptabilisée à due concurrence.

## 2/ Notes relatives au bilan.

### 2-1 Actif immobilisé

#### Autres Actifs immobilisés

Les mouvements de l'exercice sont détaillés dans les tableaux ci-dessous :

<b>Actif immobilisé</b>	<b>A l'ouverture</b>	<b>Augmentation</b>	<b>Diminution</b>	<b>A la clôture</b>
Immobilisations incorporelles	113 618	55 423		169 041
Immobilisations corporelles	33 693	9 857		43 550
Immobilisations financières	11 447	861 175	200	872 422
<b>TOTAL</b>	<b>158 758</b>	<b>926 455</b>	<b>200</b>	<b>1 085 013</b>

<b>Amortissements et provisions</b>	<b>A l'ouverture</b>	<b>Augmentation</b>	<b>Diminution</b>	<b>A la clôture</b>
Immobilisations incorporelles		55 364		55 364
Immobilisations corporelles	5 787	10 116		15 903
Titres mis en équivalence				
Autres Immobilisations financières				
<b>TOTAL</b>	<b>5 787</b>	<b>65 480</b>		<b>71 267</b>

### 2-2 Détail des immobilisations incorporelles

<b>Logiciels</b>	<b>Valeur brute</b>	<b>Amortissement</b>	<b>Valeur nette</b>
Logiciels	169 041	55 364	113 677

Ce poste résulte des acquisitions de logiciels administratifs et commerciaux pour la société Initiatives et développements.

### 2-3 Echéancier des créances

<b>Etat des créances</b>	<b>Montant brut</b>	<b>A un an</b>	<b>A plus d'un an</b>
Actif immobilisé	11 247		11 247
Actif circulant & charges d'avance	512 949	512 949	
<b>TOTAL</b>	<b>524 196</b>	<b>512 949</b>	<b>11 247</b>

## 2-4 Provisions pour dépréciation

Nature des provisions	A l'ouverture	Augmentation	utilisées	non utilisées	A la clôture
Stocks et en-cours					
Comptes de tiers	500		500		
Comptes financiers					
<b>TOTAL</b>	<b>500</b>		<b>500</b>		

## 2-5 Produits à recevoir par postes du bilan

Produits à recevoir	Montant
Immobilisations financières	
Clients et comptes rattachés	15 070
Autres créances	
Disponibilités	
<b>TOTAL</b>	<b>15 070</b>

## 2-6 Charges constatées d'avance

Achats de marchandises facturées non livrées	223 318
Autres charges ordinaires	19 675
<b>TOTAL</b>	<b>242 993</b>

## 2-7 Capital social

Mouvements des titres	Nombre	Val. nominale	Capital social
Titres en début d'exercice	18 900	10,00	189 000
Titres émis	15 100	10,00	151 000
Division du nominal par 10	306 000		
Titres émis	668 292	1,00	668 292
Titres remboursés ou annulés			
<b>Titres en fin d'exercice</b>	<b>1 008 292</b>	<b>1,00</b>	<b>1 008 292</b>

## 2-8 Etat des dettes

Etat des dettes	Montant total	De 0 à 1 an	De 1 à 5 ans	Plus de 5 ans
Etablissements de crédit	194 656	87 354	107 302	
Dettes financières diverses	100	100		
Fournisseurs	297 106	297 106		
Dettes fiscales & sociales	56 122	56 122		
Dettes sur immobilisations	472	472		
Autres dettes				
Produits constatés d'avance	40 000	40 000		
<b>TOTAL</b>	<b>588 456</b>	<b>481 154</b>	<b>107 302</b>	

## 2-9 Charges à payer par postes du bilan

Charges à payer	Montant
Emp. & dettes établ. de crédit	766
Emp. & dettes financières div.	
Fournisseurs	22 432
Dettes fiscales & sociales	15 988
Autres dettes	
<b>TOTAL</b>	<b>39 186</b>

## 2-10 Parties liées

### Créances

Rubriques du Bilan Concernées	Montant
Créances immobilisées	
Créances clients	317 984
Autres créances	
<b>TOTAL</b>	<b>317 984</b>

### Dettes

Rubriques du Bilan Concernées	Montant
Emprunts et dettes financières	
Dettes fournisseurs	71 158
Autres dettes	100
<b>TOTAL</b>	<b>71 258</b>

## 3/ Notes relatives au compte de résultat.

### 3.1 Ventilation du chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires de l'exercice se décompose de la manière suivante :

Nature du chiffre d'affaires	Montant HT	Taux
Ventes de marchandises	4 290 709	99,55 %
Produits des activités annexes	91 712	2,13 %
Rabais, remises & ristournes accord	-955	-0,02 %
<b>TOTAL</b>	<b>4 310 139</b>	<b>100.00 %</b>

Les ventes de marchandises représentent l'activité de centrale d'achat de la société. Elles se composent de ventes de détails aux membres des clubs gérés par la société et de ventes de négoce en gros pour certains grands comptes.

Les prestations de services se composent principalement de ventes de prestations packagées pour les clubs achats et les comités d'entreprise.

Les produits des activités annexes correspondent principalement à des participations publicitaires et à des remises de fin d'année facturées aux fournisseurs.

### 3.2 Frais de personnel

L'effectif moyen a évolué de la manière suivante en 2005/2006 :

Catégorie	Effectif
Cadres	2
Non cadre	4
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>

La rémunération des dirigeants et mandataires sociaux au cours de la période du 01/04/2005 au 31/03/2006 est de 15 000 euros, pour la période du 01/04/2004 au 31/03/2005, aucune rémunération n'a été versée .

### **3.3 Parties liées**

#### **Produits**

<b>Nature des opérations liées</b>	<b>Montant</b>
Ventes marchandises	253 367
Prestations de services	
Produits des activités annexes	10 395
Produits financiers	
<b>TOTAL</b>	<b>263 762</b>

#### **Charges**

<b>Nature des opérations liées</b>	<b>Montant</b>
Achats marchandises	35 039
Achats de prestations	30 629
Autres charges exploitation	
Charges financières	
<b>TOTAL</b>	<b>65 668</b>

### **3.4 Résultat exceptionnel**

Le résultat exceptionnel se compose essentiellement de pénalités fiscales.

#### **4/ Autres informations et engagements.**

##### **4-1 Engagements donnés**

###### **a) Contrat de crédit-bail**

Les engagements pour les contrats de crédit bail sont de 4 928 euros au 31/03/2006.

###### **b) Contrats de location simple**

Les engagements de location simple immobilière s'échelonnent de la manière suivante au 31/03/2006 :

- moins d'un an : 59 516 euros.
- de un à cinq ans : 65 077 euros.
- plus de cinq ans : Non applicable

###### **c) Autres engagements**

- Les effets escomptés non échus au 31/03/2006 s'élèvent à 204 217 euros ;
- nantissement du fonds de commerce de la société au profit de BNP PARIBAS pour 150.000 euros
- Les engagements de retraite au 31/03/2006 sont nuls car la convention collective applicable nécessite d'avoir au moins 5 années d'ancienneté.

#### 4-2 Engagements recus

- Caution solidaire de la SOFARIS-OSEO de 75 000 euros d'une durée de 4 ans pour couvrir à hauteur de 50 % le prêt à moyen terme consenti par BNP PARIBAS ;
- Caution de 75 000 euros de Monsieur QUEROU pour garantir les autres 50% du prêt à moyen terme consenti par BNP PARIBAS ;
- Garantie personnelle à première demande du Président de la société Mediatag au règlement des avances consenties à la société Mediatag, pour 482.000 euros.

#### 4-3 Concentration du risque de crédit

La société Initiatives & Développements effectue régulièrement des commandes d'équipements numériques ou informatiques auprès de son principal fournisseur, la société Mediatag. Ce fournisseur requérant des avances de paiement à la commande pour financer les acomptes exigés par les fabricants, Initiatives & Développements est donc créancière de son fournisseur.

L'exposition financière de la société au 31 mars 2006 s'élève à 422 milliers d'euros et représente environ 40% du total de son actif. Le reliquat des avances au 31 mars 2006 non apuré par des livraisons à la date d'arrêt des comptes, s'élève à environ 174 milliers d'euros.

### **TABLEAU DES FILIALES ET PARTICIPATIONS**

<b>Filiales et participations</b>	Capital social	Réserves et report à nouveau	Quote-part du capital détenu en %	Valeur brute des titres détenus	Valeur nette des titres détenus	Prêts et avances consenties par la Sté	Cautions et avals donnés par la Sté	C.A. H.T. du dernier exercice clos	Résultat du dernier exercice clos	Dividen des encaissés par la Sté dans l'ex
<b>A – Renseignements détaillés concernant les filiales &amp; participations</b>										
<i>- Filiales (plus de 50% du capital détenu)</i>										
ProDistribution	8 000	(-) 126 647	100%	65 175	65 175			1 512 775	-101 700	
Initiative PME	130 000	(-) 168 980	100%	347 000	347 000			5 000	382 432	
Ultra-Vantages	46 183	(-)13 458	100%	449 000	449 000			665 514	351 283	
<i>Participations (10 à 50 % du capital détenu)</i>										
<b>B – Renseignements globaux concernant les autres filiales &amp; participations</b>										
<i>- Filiales non reprises en A:</i>										
a) Françaises										
b) Etrangères										
<i>Participations non reprises en A:</i>										
a) Françaises										
b) Etrangères										



## **20.3 Comptes sociaux au 31 décembre 2004**

### **20.3.1 Rapport Général du Commissaire aux Comptes**

#### **COMMISSARIAT AUX COMPTES 2004 : RAPPORT GENERAL**

En exécution de la mission qui m'a été confiée par l'assemblée des actionnaires, je vous présente mon rapport relatif au premier exercice clos le 31 décembre 2004 comprenant 12 mois d'activité sur :

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

Les comptes annuels ont été arrêtés par le conseil d'administration.

Il m'appartient, sur la base de mon audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

#### **I. Opinion sur les comptes annuels**

J'ai effectué mon audit selon les normes de la profession.

Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives.

Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes.

Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation, d'ensemble.

J'estime que mes contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Je certifie que les comptes annuels sont réguliers et sincères et donnent une image fidèle des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

#### **II. Justification des appréciations**

En application des dispositions de l'article L. 225-235 du Code de Commerce relatives à la justification de nos appréciations, introduite par la loi de sécurité financière du 1er Août 2003, les appréciations auxquelles nous avons procédé pour émettre l'opinion ci-dessus, portant notamment sur les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes, ainsi que leur présentation n'appellent pas de commentaires particuliers.

#### **III. Vérifications et informations spécifiques**

J'ai également procédé, conformément aux normes de la profession, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

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

A Paris le 3 JUIN 2005.

**Jean-Paul MARTIN**  
Commissaire aux Comptes  
Membre de la Compagnie  
Régionale de Paris

## 20.3.2 Rapport spécial du Commissaire aux Comptes

### COMMISSARIAT AUX COMPTES 2004

#### RAPPORT SPECIAL

Messieurs,

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

Aux termes de l'article L 255-38 du code de commerce, nous avons été avisés des conventions qui ont fait l'objet de l'autorisation préalable de votre conseil.

Il ne nous appartient pas de rechercher l'existence éventuelle de conventions mais de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de celles dont nous avons été avisés, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé.

Il vous appartient, selon les termes de l'article 92 du décret du 23 mars 1967, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.

#### CONVENTIONS NOUVELLES

##### I) OUVERTURE D'UN COMPTE COURANT AVEC LA SOCIETE INITIATIVES ET DEVELOPEMENTS.

ADMINISTRATEURS ET ASSOCIES INTERESSES :

- Madame Jeanne POSIDONI
- Monsieur Christian BILLET
- Monsieur Christian QUEROU

Le Compte courant de la société est débiteur au 31 décembre 2004 d'un montant de 7.407.72 €. Il n'est pas rémunéré.

#### CONVENTIONS POURSUIVIES

##### I) COMPTE COURANT AVEC LA SOCIETE INITIATIVE PME.

ADMINISTRATEURS INTERESSES :

- Monsieur Olivier VAISSIERE
- Monsieur Christian QUEROU

Ce compte créditeur au 31 décembre 2003 de 69 111.04 a été utilisé à hauteur de 69 000 €, pour la souscription par compensation à l'augmentation de capital du 30 avril 2004. Le compte courant n'a pas été productif d'intérêts.

#### II LICENCE D'EXPLOITATION :

ADMINISTRATEURS INTERESSES :

- Monsieur Olivier VAISSIERE
- Monsieur Christian QUEROU

La société INITIATIVE PME a concédé le 2 Mai 2003, à la société INITIATIVE CE, un droit d'usage de ses données, (fichier clients, prospects...), pour un usage commercial, dont l'objectif est la souscription de bulletins d'abonnement aux services INITIATIVE CE.  
La licence est établie pour trois ans. Elle est renouvelable par tacite reconduction, moyennant une redevance de 20% du CA réalisé pour des abonnements des entreprises signataires.

Nous avons effectué, nos travaux selon les normes de la profession; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

Nous vous rappelons que vous avez à statuer sur ces opérations.

Paris, le 3 juin 2005,

**Jean-Paul MARTIN**  
Commissaire aux Comptes  
Membre de la Compagnie  
Régionale de Paris

### 20.3.3 Rapport du Commissaire aux Comptes sur les procédures de contrôle interne

<b>RAPPORT DU COMMISSAIRE AUX COMPTES</b>
---

Etabli sur le rapport du Président du conseil d'administration de la Société INITIATIVE CE, pour ce qui concerne les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière

Mesdames, Messieurs les actionnaires,

En ma qualité de commissaire aux comptes de la société INITIATIVE CE et en application des dispositions du dernier alinéa de l'article L.225-235 du Code de commerce, je vous présente mon rapport sur le rapport établi par le Président de votre société conformément aux dispositions de l'article L.225-37, du Code de commerce au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2003.

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

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

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

Ces diligences consistent notamment à :

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

Sur la base de ces travaux, je n'ai pas d'observation à formuler, les informations données concernant les procédures de contrôle interne de la société relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financières, contenues dans le rapport du Président du conseil d'administration, établi en application des dispositions du dernier alinéa de l'article L.225-37 (ou de l'article L.225-68) du Code de commerce.

Paris, 3 Juin 2005

**Jean-Paul MARTIN**  
*Commissaire aux comptes*  
*Membre de la Compagnie*  
*Régionale de Paris*

## 20.3.4 Comptes sociaux au 31/12/2004

### Bilan Simplifié

Présenté en Euros

						Exercice N clos le	Exercice N-1 clos le	
				Brut	Amortissements-Provisions	Net	Net	
				1	2	3	4	
ACTIF								
ACTIF IMMOBILISE	Immobilisations incorporelles	Fonds commercial	010	113 618	012	113 618	113 618	
		Autres	014		016	0		
	Immobilisations corporelles		028	33 692	030	5 786	27 906	
	Immobilisations financières (1)		040	11 446	042		11 446	
		Total I (5)	044	158 757	048	5 786	152 971	120 824
ACTIF CIRCULANT	STOCKS	Matières premières, approvisionnements, en cours de production	050		052	0		
		Marchandises	060	21 664	062		21 664	
		Avances et acomptes versés sur commandes	064	3 225	066		3 225	
	Créances (2)	Clients et comptes rattachés	068	227 662	070	500	227 162	97 504
		Autres (3)	072	31 401	074		31 401	5 382
		Valeurs mobilières de placement	080	48 916	082		48 916	
		Disponibilités	084	12 460	086		12 460	8 660
		Charges constatées d'avance	092	1 842	094		1 842	3 540
		Total II	096	347 173	098	500	346 673	115 086
	Total général (I + II)	110	505 930	112	6 286	499 644	235 911	

PASSIF				Exercice N		Exercice N-1	
				NET 1		NET 2	
CAPITAUX PROPRES	Capital social ou individuel			120		189 000	120 000
	Ecart de réévaluation			124			
	Réserve légale			126			
	Réserves réglementées (dont réserve spéciale des plus value à long terme)	129	)	130			
	Autres réserves (dont réserve relative à l'achat d'œuvres originales d'artistes vivants)	131	)	132			
	Report à nouveau			134		1 178	
	Résultat de l'exercice			136		2 456	1 178
	Provisions réglementées			140			
		Total I		142		192 634	121 178
		Provisions pour risques et charges		Total II	154		
DETTES (4)	Emprunts et dettes assimilées			156		30 778	
	Avances et acomptes reçus sur commandes en cours			164		51 337	
	Fournisseurs et comptes rattachés			166		176 214	37 355
	Autres dettes (dont comptes courants d'associés de l'exercice N : .....	169	111)	172		48 680	77 377
	Produits constatés d'avance			174			
		Total III		176		307 009	114 733
	Total général (I + II + III)		180		499 644	235 911	
RENOIS	(1) Dont immobilisations financières à moins d'un an	193		(4) Dont dette à plus d'un an	195		
	(2) Dont créances à plus d'un an	197		(5) Coût de revient des immobilisations acquises ou créées au cours de l'exercice	182		
	(3) Dont comptes courants d'associés débiteurs	199	10 965	Prix de vente hors T.V.A. des immobilisations cédées au cours de l'exercice	184		

## Compte de résultat simplifié de l'exercice (en liste)

Présenté en Euros

A - RESULTAT COMPTABLE		Exercice N clos le 31 12 2004	Exercice N-1 clos le 31 12 2003	
PRODUITS D'EXPLOITATION	Ventes de marchandises	209		
	Production vendue	215		
	} biens	217		
	} services			
	dont export et livraisons intracommunautaires			
	Production stockée			
	(variation du stock en produits intermédiaires, produits finis et en cours de production)			
	Production immobilisée			
Subventions d'exploitation reçues		3 036		
Autres produits		610		
Total des produits d'exploitations hors T.V.A. (I)		1 199 440	451 771	
CHARGES D'EXPLOITATION	Achats de marchandises (y compris droits de douane)		954 063	
	Variation de stock (marchandises)		(21 664)	
	Achats de matières premières et autres approvisionnements (y compris droits de douane)		4 271	
	Variation de stock (matières premières et approvisionnement)			
	Autres charges externes :		174 419	
	(dont crédit bail : - mobilier - immobilier .....)			126 255
	Impôts, taxes et versements assimilés (dont taxe professionnelle)	243	551	
	Rémunération du personnel		56 596	
	Charges sociales (cf. renvoi 380)		18 554	
	Dotations aux amortissements		3 800	
	Dotations aux provisions		500	
	Autres charges	259		
	(dont provisions fiscales pour implantations commerciales à l'étranger)		1 682	
	Total des charges d'exploitation (II)		1 195 712	449 351
1 - RESULTAT D'EXPLOITATION (I - II)		270	3 728	
PRODUITS ET CHARGES DIVERS	Produits financiers (III)			
	Produits exceptionnels (IV)		50	
	Charges financières (V)		942	
	Charges exceptionnelles (VI)		379	
	Impôts sur les bénéfices (VII)			
	2 - BENEFICE OU PERTE : Produits (I + III + IV) - Charges (II + V + VI + VII)		310	2 456
<b>B - RESULTAT FISCAL</b>		312	2 456	
Reportez le bénéfice comptable col. 1, le déficit comptable col. 2			314	
Rémintégrations	Rémunérations et avantages personnels non déductibles			
	Amortissements excédentaires (art. 39-4 C.G.I.) et autres amortissements non déductibles			
	Provisions non déductibles			
	Impôts et taxes non déductibles		375	
	Divers, dont intérêts excédentaires des cptes cts d'associés	247		
Déductions	écarts de valeurs liquidatives sur	248		
	Exonérations ou abattements sur le bénéfice et exonération des entreprises nouvelles, entreprises implantées en zones franches urbaines ou en zone franche corse		342	
Divers, (dont investissements outre mer	344		350	
	créance due au report en arrière du déficit	346		
RESULTAT FISCAL AVANT IMPUTATION DES DEFICITS ANTERIEURS		352	2 831	
Bénéfice col. 1			354	
Déficit col. 2				
Déficits	Déficit de l'exercice reporté en arrière (Entreprises I.S. seulement)			
	Déficit antérieurs reportables : (Entreprises I.S. seulement)		360	
	dont imputés sur le résultat :			
Amortissements réputés différés créés (col. 1) ou imputés (col. 2)		366	368	
RESULTAT FISCAL APRES IMPUTATION DES DEFICITS		370	2 831	
Bénéfice col. 1			372	
Déficit col. 2				
Primes et cotisations complémentaires facultatives	381	exonérations ou abattements entreprises nouvelles ou ZFU	382	
Montant de la T.V.A. collectée	374	Effectif moyen du personnel :	376	
Montant de la T.V.A. déductibles sur biens et services (sauf immobilisations) :	378	dont apprentis handicapés :		
		Cotisations personnelles obligatoires de l'exploitant :	380	
		n° du centre de gestion agréé :	388	
		Montant des prélèvements personnels de marchandises	399	

**REGLES ET METHODES COMPTABLES**  
**(Décret n°83-1020 du 29-11-1983 – article 7, 21, 24 début, 24-1, 24-2, 24-3)**

**ANNEXE AU BILAN ET AU COMPTE DE RESULTAT**

Au bilan avant répartition de l'exercice clos le 31/12/2004 dont le total est de 499 644,02 € et au compte de résultat de l'exercice, présenté sous forme de liste, et dégageant un résultat de 2 381,00 €.

L'exercice a une durée de 12 mois, recouvrant la période du 01/01/2004 au 31/12/2004.

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

Ces comptes annuels ont été établis le 31/12/2004.

Faits caractéristiques de l'exercice :

Evènements significatifs postérieur à la clôture

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

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

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

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

Immobilisations corporelles

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

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

Installations Spécifiques	5 ans	linéaire
Matériel de Bureau (Occasion)	4 ans	linéaire
Matériel informatique d'occasion	3 ans	linéaire
Matériel Informatique neuf	4 ans	linéaire

Immobilisations incorporelles

Les immobilisations incorporelles sont constituées de brevets, marques et licences.

Participations, autre titres immobilisés, valeurs mobilières de placement

La valeur brute est constituée par le coût d'achat hors frais accessoires.

Lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur brute, une provision pour dépréciation est constituée du montant de la différence.

## Stocks

Valeur : 21 664,05 Euros

## Créances

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

### **20.4 Politique de distribution des dividendes**

Il est rappelé qu'au cours des exercices précédents, il n'est intervenu aucune distribution de dividendes. 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.

### **20.5 Procédures judiciaires et d'arbitrage**

Il n'existe pas à la connaissance de la Société de fait exceptionnel, de litige ou d'arbitrage susceptible d'avoir ou ayant eu lieu dans un passé récent, une incidence significative sur la situation financière, l'activité, les résultats ou le patrimoine.



## 21 INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES

### 21.1 Capital social

#### 21.1.1 Montant du capital social (article 8 des statuts)

##### Article 8 - Capital

« Le capital social est fixé à la somme de un million huit mille deux cent quatre vingt douze euros (1.008.292 EUR).

Il est divisé en quatre million trente trois mille cent soixante huit (4.033.168) actions de vingt-cinq centimes (0,25 EUR) chacune, toutes souscrites et entièrement libérées en numéraire. »

#### 21.1.2 Capital social autorisé non émis

Résumé des autorisations données par l'Assemblée Générale du 15 juin 2006 :

Nature de l'autorisation	Durée de validité	Plafond	
1-Autorisation au conseil d'administration d'émettre des options de souscription d'actions.	38 mois	3 % du capital	} Max. 5 % du capital (1)
2-Autorisation au conseil d'administration d'émettre des bons de souscription de parts de créateur d'entreprise.	26 mois	4 % du capital	
3-Autorisation au conseil d'administration d'émettre des bons de souscription d'actions.	26 mois	3 % du capital	
4-Autorisation au conseil d'administration d'émettre des actions et des valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société avec suppression du droit préférentiel de souscription en vue de l'admission des actions de la Société aux négociations sur Alternext.	18 mois	30 M€	} Max. 50 M€ (2)
5-Autorisation au conseil d'administration d'émettre des actions et des valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société avec maintien du droit préférentiel de souscription.	26 mois	30 M€	
6-Autorisation au conseil d'administration d'émettre des actions et des valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société avec suppression du droit préférentiel de souscription.	18 mois	30 M€	
7-Autorisation au conseil d'administration d'émettre des actions et des valeurs mobilières donnant accès au capital par incorporation de réserves, bénéfices, primes d'émission, de fusion ou d'apport.	26 mois	30 M€	
8-Autorisation au conseil d'administration de procéder à une augmentation de capital réservée aux salariés.	12 mois	50 K€	

(1) Cumulées, les émissions consécutives des autorisations 1, 2 et 3 ne pourront excéder 5 % du capital au moment de l'émission.

(2) Cumulées, les émissions consécutives des autorisations 4, 5 et 6 ne pourront excéder 50 M€.

##### 21.1.2.1 Stocks options, BSPCE et BSA

Se reporter aux chapitres 15.2 (stocks options), 17.4.2 (BSPCE) 17.4.4 (BSA) de la partie I du présent document.

La treizième résolution de l'Assemblée Générale Extraordinaire du 15 juin 2006 précise en outre que « le montant nominal maximal global des augmentations du capital résultant de l'exercice des valeurs mobilières dont l'émission a été décidée aux termes des dixième, onzième et douzième résolutions ne pourra excéder à tout moment 5% du capital social. »

A la date de la rédaction du présent document, le Conseil d'Administration de la Société n'a pas fait usage de ces autorisations.

#### **21.1.2.2 Autorisations données lors de l'Assemblée Générale Extraordinaire du 15 juin 2006 :**

Cette Assemblée Générale Extraordinaire a autorisé dans sa cinquième résolution, pour 26 mois, le Conseil d'Administration, sous condition de l'admission des actions sur Alternext, à augmenter le capital avec maintien du droit préférentiel de souscription, dans la limite de 30 M€ :

##### **« Cinquième résolution »**

L'assemblée, après avoir constaté que le capital social de la Société est intégralement libéré et après avoir entendu la lecture du rapport du conseil d'administration et du rapport du commissaire aux comptes :

- 1) délègue au conseil d'administration, sous condition de l'admission des actions de la Société aux négociations sur Alternext, sa compétence à l'effet de procéder en une ou plusieurs fois à l'époque ou aux époques qu'il fixera, et dans les proportions qu'il déterminera, à l'émission d'actions de la Société et de toutes valeurs mobilières de quelque nature que ce soit, donnant accès immédiatement ou à terme au capital de la Société ;
- 2) décide que le montant des augmentations de capital pouvant être réalisées immédiatement et/ou à terme en vertu de la présente délégation, ne pourra excéder le montant de 30.000.000 EUR de nominal hors prime d'émission, montant auquel il conviendra d'ajouter si nécessaire le montant nominal des actions nouvelles à émettre pour préserver, conformément à la Loi, les droits des titulaires de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société ;
- 3) décide que dans le cas où le conseil d'administration constaterait une demande excédentaire que le montant de l'émission pourra être augmenté dans les conditions et limites fixés par les dispositions des articles L. 225-135-1 du Code de commerce et 155-4 du décret du 23 mars 1967, au même prix que celui retenu pour l'émission initiale ;
- 4) décide également que le montant nominal des valeurs mobilières pouvant être émis en vertu de la présente délégation ne pourra excéder 30.000.000 EUR ;
- 5) décide d'autoriser le conseil d'administration à prendre toutes mesures destinées à protéger les droits des titulaires de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société ;
- 6) décide que les actionnaires de la Société exerceront dans les conditions légales leur droit préférentiel de souscription à titre irréductible. En outre, le conseil d'administration aura la faculté de conférer aux actionnaires le droit de souscrire à titre réductible un nombre d'actions et d'autres valeurs mobilières supérieur à celui qu'ils pourraient souscrire à titre réductible, proportionnellement aux droits de souscription dont ils disposent et en tout état de cause dans la limite de leurs demandes ;
- 7) décide en outre que si les souscriptions à titre irréductible et le cas échéant à titre réductible n'ont pas absorbé la totalité des émissions d'actions ou de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société, le conseil d'administration pourra utiliser dans l'ordre qu'il déterminera l'une et/ou l'autre des facultés ci-après :

- limiter l'émission au montant des souscriptions recueillies à condition que celui-ci atteigne au moins les trois quarts de l'émission décidée ;
  - répartir librement tout ou partie des actions et/ou autres valeurs mobilières non souscrites ;
  - offrir au public tout ou partie des actions et/ou valeurs mobilières non souscrites ;
- 8) décide que l'émission de bons de souscription d'actions de la Société réalisée en application des articles L. 228-91 et suivants du Code de commerce pourra intervenir soit par offre de souscription, soit par attribution gratuite aux titulaires d'actions anciennes ;
- 9) prend acte, conformément à l'article L. 225-132 du Code de commerce, que la délégation susvisée comporte, de plein droit au profit des titulaires de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société pouvant être émises, renonciation des actionnaires au droit préférentiel de souscription aux actions nouvelles auxquelles ces valeurs mobilières donnent droit ;
- 10) décide que le conseil d'administration aura tous pouvoirs pour mettre en œuvre la présente délégation, à l'effet, notamment de fixer les dates et modalités des émissions, la forme et les caractéristiques des valeurs mobilières à émettre, de fixer les prix des souscriptions et les conditions des émissions dans le respect de la réglementation en vigueur, de fixer les montants de chaque émission, la date d'entrée en jouissance des titres à émettre, de déterminer le mode de libération des actions ou autres valeurs mobilières, et le cas échéant de prévoir la possibilité de suspendre l'exercice des droits d'attribution d'actions attachés aux valeurs mobilières pendant un délai ne pouvant excéder trois mois, fixer les modalités selon lesquelles sera effectuée la protection des droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société et ce conformément aux dispositions légales et réglementaires ;
- 11) décide que le conseil d'administration pourra procéder le cas échéant à toutes les imputations sur les primes d'émission des frais occasionnés par la réalisation des émissions concernées. Il pourra prendre généralement toutes dispositions permettant de parvenir à la bonne fin des émissions envisagées et constater la, ou les augmentations de capital réalisées en application de la présente délégation et procéder aux modifications corrélatives des statuts ;
- 12) décide qu'en cas d'émission de titres d'emprunt, le conseil d'administration disposera de tous pouvoirs, pour déterminer leur caractère subordonné ou non, fixer le taux d'intérêt, la durée des obligations ou des autres titres d'emprunt, leur prix de remboursement, leurs modalités d'amortissement et les conditions dans lesquelles ces titres d'emprunt donneront droit à des actions de la Société ;
- 13) décide que la présente délégation prive d'effet toute délégation antérieure ayant le même objet et que ladite délégation est valable pour une durée de vingt six (26) mois à compter de la présente assemblée. »

Cette Assemblée Générale Extraordinaire a également autorisé dans sa sixième résolution, pour 26 mois, le Conseil d'Administration, sous condition de l'admission des actions sur Alternext, à augmenter le capital par voie d'appel public à l'épargne ou non, avec suppression du droit préférentiel de souscription, dans la limite de 30 M€ :

#### **« Sixième résolution »**

L'assemblée, après avoir constaté que le capital social de la Société est intégralement libéré et après avoir entendu la lecture du rapport du conseil d'administration et statuant conformément aux dispositions des articles L. 225-129 et suivants du Code de commerce :

1. délègue au conseil d'administration sous la condition de l'admission des actions de la Société aux négociations sur Alternext, sa compétence à l'effet de procéder en une ou plusieurs fois à l'époque ou aux époques qu'il fixera, par voie d'appel public à l'épargne ou non et dans les proportions et aux époques qu'il déterminera, à l'émission d'actions de la Société et de toutes valeurs mobilières de quelque nature que ce soit, donnant accès immédiatement ou à terme au capital de la Société ;
2. décide que le montant des augmentations de capital pouvant être réalisées immédiatement et/ou à terme, en vertu de la présente délégation, ne pourra excéder le montant de 30.000.000 EUR de nominal, montant auquel il conviendra d'ajouter si nécessaire le montant nominal des actions nouvelles à émettre pour préserver, conformément à la Loi, les droits des titulaires de valeurs mobilières donnant droit au capital de la Société ;
3. décide que le prix d'émission sera déterminé conformément aux dispositions de l'article L. 225-136 du Code de commerce ;
4. décide que dans le cas où le conseil d'administration constaterait une demande excédentaire que le montant de l'émission pourra être augmenté dans les conditions et limites fixés par les dispositions des articles L. 225-135-1 du Code de commerce et 155-4 du décret du 23 mars 1967, au même prix que celui retenu pour l'émission initiale ;
5. décide également que le montant nominal des valeurs mobilières pouvant être émis en vertu de la présente délégation ne pourra excéder 30.000.000 EUR ;
6. décide d'autoriser le conseil d'administration à prendre toutes mesures destinées à protéger les droits des titulaires de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société ;
7. décide de supprimer le droit préférentiel de souscription des actionnaires aux actions et valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société à émettre par le conseil d'administration en vertu de la présente délégation ;
8. décide que si les souscriptions n'ont pas absorbé la totalité des émissions d'actions ou de valeurs mobilières définies ci-dessus, le conseil d'administration pourra limiter l'émission au montant des souscriptions recueillies, à condition que celui-ci atteigne au moins les trois quart de l'émission décidée et répartir librement tout ou partie des actions et/ou autres valeurs mobilières non souscrites ;
9. décide que l'émission de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société réalisée en application des dispositions des articles L. 228-91 et suivants du Code de commerce pourra intervenir soit par offre de souscription, soit par attribution gratuite aux titulaires d'actions anciennes ;
10. prend acte conformément à l'article L. 225-132 du Code de commerce que la délégation susvisée comporte, de plein droit au profit des titulaires de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société pouvant être émises, renonciation des actionnaires au droit préférentiel de souscription aux actions auxquelles ces valeurs mobilières donnent droit ;
11. décide que le conseil d'administration aura tous les pouvoirs pour mettre en œuvre la présente délégation, à l'effet, notamment de fixer les dates et modalités des émissions, la forme et les caractéristiques des valeurs mobilières à émettre, de fixer les prix des souscriptions et les

conditions des émissions, les montants de chaque émission, la date d'entrée en jouissance des titres à émettre, de déterminer le mode de libération des actions ou autres valeurs mobilières, et le cas échéant de prévoir la possibilité de suspendre l'exercice des droits d'attribution d'actions attachés aux valeurs mobilières pendant un délai ne pouvant excéder trois mois, fixer les modalités selon lesquelles sera effectuée la protection des droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société et ce conformément aux dispositions légales et réglementaires ;

12. décide que le conseil d'administration pourra procéder le cas échéant à toutes les imputations sur les primes d'émission des frais occasionnés par la réalisation des émissions concernées. Il pourra prendre généralement toutes dispositions permettant de parvenir à la bonne fin des émissions envisagées et constater la, ou les augmentations de capital réalisées en application de la présente délégation et procéder aux modifications corrélatives des statuts.

13. décide qu'en cas d'émission de titres d'emprunt, le conseil d'administration disposera de tous pouvoirs, pour déterminer leur caractère subordonné ou non, fixer le taux d'intérêt, la durée des titres d'emprunt, leur prix de remboursement, leurs modalités d'amortissement et les conditions dans lesquelles ces titres d'emprunt donneront droit à des actions de la Société ;

14. décide que la présente délégation prive d'effet toute délégation antérieure ayant le même objet. Ladite délégation est valable pour une durée de dix-huit (18) mois à compter de la présente assemblée. »

La septième résolution de cette Assemblée Générale Extraordinaire limite le montant des éventuels augmentations de capital (incluant le placement privé préalable à l'introduction sur Alternext) à 50 M€ :

#### **« Septième résolution »**

L'assemblée, après avoir entendu lecture du rapport du conseil d'administration décide que le montant nominal maximal des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées aux termes des quatrième, cinquième et sixième résolutions des présentes ne pourra excéder un montant global de 50.000.000 EUR. »

Enfin, cette Assemblée Générale Extraordinaire a autorisé dans sa huitième résolution, pour 26 mois, le Conseil d'Administration, sous condition de l'admission des actions sur Alternext, à augmenter le capital au moyen de l'incorporation des réserves par attribution gratuite d'actions et/ou par élévation du nominal, dans la limite de 30 M€ :

#### **« Huitième résolution »**

L'assemblée, après avoir constaté que le capital social de la Société est intégralement libéré et après avoir entendu la lecture du rapport du conseil d'administration et statuant conformément aux dispositions des articles L. 225-129 et suivants du Code de commerce :

1. délègue au conseil d'administration sous la condition de l'admission des actions de la Société aux négociations sur Alternext sa compétence à l'effet d'augmenter, en une ou plusieurs fois, dans les proportions et aux époques qu'il appréciera, le capital social au moyen de l'incorporation de tout ou partie des réserves, bénéfices ou primes d'émission, de fusion et d'apport, à réaliser par création et attribution gratuite d'actions ou par élévation du nominal des actions ou par l'emploi conjoint de ces deux procédés ;
2. décide que le montant de la ou des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées en vertu de la présente délégation ne pourra excéder 30.000.000 EUR ;

3. décide que le conseil d'administration aura tous pouvoirs pour mettre en œuvre la présente délégation à l'effet notamment :

- de fixer les dates et modalités des émissions, de fixer le montant et la nature des réserves et primes à incorporer au capital, fixer le nombre d'actions nouvelles à émettre, ou le montant dont le nominal des actions existantes composant le capital social sera augmenté, arrêter la date à compter de laquelle les actions nouvelles porteront jouissance ou celle à laquelle l'élévation du nominal portera effet et procéder, le cas échéant, à toutes imputations sur la ou les primes d'émission et notamment celles des frais entraînés par la réalisation des émissions ;
- de décider que les droits formant rompus ne seront pas négociables et que les actions correspondantes seront vendues, les sommes provenant de la vente seront allouées aux titulaires des droits au plus tard trente jours après la date d'inscription à leur compte du nombre entier d'actions ;
- de prendre toutes mesures destinées à protéger les droits des titulaires de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société ;
- de prendre toutes dispositions permettant de parvenir à la bonne fin des émissions envisagées et constater la, ou les augmentations de capital réalisées en application de la présente délégation et procéder aux modifications corrélatives des statuts.

4. décide que la présente délégation prive d'effet toute délégation antérieure ayant le même objet. Ladite délégation est valable pour une durée de vingt six (26) mois à compter de la présente assemblée. »

A ce jour, le Conseil d'Administration de la Société n'a pas fait usage de ces autorisations valables jusqu'en août 2008.

#### **21.1.3 Titres non représentatifs du capital**

Néant.

#### **21.1.4 Autocontrôle**

Néant.

#### **21.1.5 Valeurs mobilières complexes**

Néant.

## 21.1.6 Evolution du capital social depuis la création 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	Total des apports
05/12/2002	Souscription en numéraire à la constitution	10 €	38 200 €	3 820	3 820	38 200 €	-	38 200 €
10/07/2003	Souscription à une augmentation de capital en numéraire	10 €	81 800 €	8 180	12 000	120 000 €	-	81 800 €
05/04/2004	Souscription à une augmentation de capital en numéraire	10 €	69 000 €	6 900	18 900	189 000 €	-	69 000 €
30/04/2005	Souscription à une augmentation de capital en numéraire	10 €	151 000 €	15 100	34 000	340 000 €	-	151 000 €
31/03/2006	Division du nominal	1 €	-	-	340 000	340 000 €	-	-
31/03/2006	Souscription à une augmentation de capital en numéraire	1 €	668 292 €	668 292	1 008 292	1 008 292 €	-	668 292 €
15/06/2006	Division du nominal	0,25 €	-	-	4 033 168	1 008 292 €	-	-

## 21.1.7 Evolution du capital au cours des trois dernières années

Cf. 21.1.7

## 21.2 Actes constitutifs et statuts

### 21.2.1 Dénomination Sociale (article 3 des statuts)

La dénomination sociale de la Société est : INITIATIVES ET DEVELOPPEMENTS

### 21.2.2 Objet social (article 2 des statuts)

#### Article 2 - Objet

La Société a pour objet, tant en France qu'à l'étranger :

L'achat et la vente de tous produits, biens ou services par tous moyens directs, indirects ou à distance.

Et plus généralement, la création, la distribution, l'édition, l'exploitation de tous types de produits ou services à toutes catégories de clients et toute activité se rattachant à l'une des activités mentionnées ci-dessus.

La Société pourra agir directement ou indirectement, pour son compte ou celui de tiers, prendre des participations dans tous groupements, entreprises ou sociétés, créés ou à créer, notamment par achat, souscription, apport, fusion ou participation, et effectuer toutes opérations financières, commerciales, mobilières et immobilières, pouvant se rattacher directement ou indirectement à son objet et à tous objets, similaires ou connexes de nature à favoriser son extension ou développement.

### **21.2.3 Exercice social (article 6 des statuts)**

#### **Article 6 - Exercice social**

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

### **21.2.4 Dispositions relatives aux organes d'administration, de direction (articles 14 à 18 des statuts)**

#### **Article 14 - Conseil d'administration**

**14.1** La Société est administrée par un conseil d'administration de trois membres au moins et de dix huit membres au plus, sous réserve de dérogation prévue par le Code de commerce en cas de fusion.

Le nombre des administrateurs ayant dépassé l'âge de 70 ans ne peut être supérieur au tiers des administrateurs en fonction. Lorsque ce nombre est dépassé, l'administrateur le plus âgé est réputé démissionnaire à l'issue de l'assemblée générale statuant sur les comptes de l'exercice au cours duquel le dépassement s'est produit.

**14.2** Les administrateurs sont nommés pour une durée de 6 années. Leurs fonctions prennent fin 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 dudit administrateur.

Ils peuvent être révoqués à tout moment par l'assemblée générale ordinaire des actionnaires.

**14.3** Chaque administrateur doit être propriétaire d'une action au moins, libérée des versements exigibles.

Si, au jour de sa nomination, un administrateur n'est pas propriétaire d'au moins une action, ou si, en cours de mandat, il cesse d'en être propriétaire, il est réputé démissionnaire d'office s'il n'a pas régularisé sa situation dans le délai de trois mois.

#### **Article 15 - Délibérations du conseil**

Le conseil d'administration se réunit aussi souvent que l'intérêt de la Société l'exige, sur la convocation du Président ou celle du tiers de ses membres, soit au siège social, soit en tout autre endroit, en France ou à l'étranger. Il est convoqué par tous moyens, même verbalement. Le directeur général peut également demander au président de convoquer le conseil sur un ordre du jour déterminé.

Il est tenu un registre de présence qui est signé par les administrateurs participant à la séance.

Pour la validité des délibérations, la présence effective de la moitié au moins des administrateurs en fonction est nécessaire. Les décisions sont prises à la majorité des voix des membres présents ou représentés. En cas de partage, la voix du Président de séance est prépondérante.

Les procès-verbaux sont dressés et les copies ou extraits des délibérations sont délivrés et certifiés conformément aux dispositions du Code de commerce.

Dans le respect des dispositions légales et réglementaires, le règlement intérieur établi par le conseil d'administration peut prévoir, pour les décisions qu'il détermine, que sont réputés présents pour le calcul du quorum et de la majorité les administrateurs qui participent à la réunion du conseil par des moyens de visioconférence.



## **Article 16 – Pouvoirs et fonctionnement du conseil d'administration**

**16.1** Le conseil d'administration détermine les orientations de l'activité de la Société et veille à leur mise en œuvre.

Sous réserve des pouvoirs expressément attribués aux assemblées d'actionnaires et dans la limite de l'objet social, il se saisit de toute question intéressant la bonne marche de la Société et règle, par ses délibérations, les affaires qui la concernent.

Le conseil d'administration procède aux contrôles et vérifications qu'il juge opportun.

Chaque administrateur reçoit les informations nécessaires à l'accomplissement de sa mission et peut se faire communiquer tous les documents qu'il estime utiles.

**16.2** Le conseil d'administration élit parmi ses membres un président qui, à peine de nullité de la nomination, doit être une personne physique et ne doit pas être âgé de plus de 65 ans. Lorsque le président atteint cette limite d'âge, il est réputé démissionnaire d'office et il doit être procédé à son remplacement dans les conditions prévues par les présents statuts.

Le conseil d'administration peut également nommer parmi ses membres, s'il le juge utile, un vice-président, chargé de présider, en cas d'empêchement du président, les séances du conseil d'administration et les assemblées générales.

Le président et le vice-président sont nommés pour une durée qui ne peut excéder celle de leur mandat d'administrateur. Ils sont rééligibles sous réserve des dispositions relatives à la limite d'âge pour l'exercice de leurs fonctions. Le conseil d'administration peut à tout moment leur retirer leurs fonctions.

En cas d'absence ou d'empêchement du président et du vice-président, le conseil désigne à chaque séance celui de ses membres présents qui doit présider la séance.

Le Président organise et dirige les travaux du conseil d'administration dont il rend compte à l'assemblée générale et exécute ses décisions. Il veille au bon fonctionnement des organes de la Société et s'assure que les administrateurs sont en mesure de remplir leurs fonctions.

## **Article 17 - Direction Générale**

**17.1** Conformément aux dispositions de l'article L. 225-51-1 du Code de commerce, la direction générale de la Société est assurée, sous sa responsabilité, soit par le président du conseil d'administration, soit par une autre personne physique nommée par le conseil d'administration et portant le titre de directeur général.

Le choix entre ces deux modalités d'exercice de la direction générale est effectué par le conseil d'administration lors de la désignation de son président. Les actionnaires et les tiers en sont informés dans les conditions réglementaires en vigueur.

La délibération du conseil d'administration relative aux choix de la modalité d'exercice de la direction générale est prise à la majorité des administrateurs présents ou représentés.

L'option retenue par le conseil d'administration ne peut être remise en cause que lors du renouvellement ou du remplacement du président du conseil d'administration ou à l'expiration du mandat du directeur général.

Le changement de modalité d'exercice de la direction générale n'entraîne pas une modification des statuts.

**17.2** Lorsque le conseil d'administration choisit la dissociation des fonctions de président et de directeur général, il procède à la nomination du directeur général, fixe la durée de son mandat qui ne peut excéder celle du mandat du Président, détermine les modalités de sa rémunération et, le cas échéant, les limitations de ses pouvoirs.

Pour l'exercice de ses fonctions, le directeur général ne doit pas être âgé de plus de [65] ans. Lorsque le directeur général atteint cette limite d'âge, il est réputé démissionnaire d'office et il doit être procédé à son remplacement dans les conditions prévues par les présents statuts.

Le directeur général est révocable à tout moment par le conseil d'administration. Lorsque le directeur général n'assume pas les fonctions de président du conseil d'administration, sa révocation peut donner lieu à dommages-intérêts, si elle est décidée sans justes motifs.

**17.3** Le directeur général est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir en toute circonstance au nom de la Société. Il exerce ces pouvoirs dans la limite de l'objet social et sous réserve de ceux que le Code de commerce attribue expressément aux assemblées d'actionnaires et au conseil d'administration.

Le directeur général représente la Société dans ses rapports avec les tiers. La Société est engagée même par les actes du directeur général qui ne relèvent pas de l'objet social, à moins qu'elle ne prouve que le tiers savait que l'acte dépassait cet objet ou qu'il ne pouvait l'ignorer compte tenu des circonstances, étant exclu que la seule publication des statuts suffise à constituer cette preuve.

Lorsque la direction générale de la Société est assumée par le Président du conseil d'administration, les dispositions du présent paragraphe III relatives au directeur général lui sont applicables.

**17.4** Sur proposition du directeur général, le conseil d'administration peut nommer une ou plusieurs personnes physiques chargées d'assister le directeur général et portant le titre de directeur général délégué.

Le nombre maximum des directeurs généraux délégués est fixé à cinq.

Pour l'exercice de ses fonctions, un directeur général délégué ne doit pas être âgé de plus de 65 ans. Lorsqu'un directeur général délégué atteint cette limite d'âge, il est réputé démissionnaire d'office et il doit être procédé à son remplacement dans les conditions prévues par les présents statuts.

En accord avec le directeur général, le conseil d'administration détermine l'étendue et la durée des pouvoirs accordés aux directeurs généraux délégués et les modalités de leur rémunération.

A l'égard des tiers le ou les directeurs généraux délégués disposent des mêmes pouvoirs que le directeur général.

En cas de cessation des fonctions ou d'empêchement du directeur général, les directeurs généraux délégués conservent, sauf décision contraire du conseil d'administration, leurs fonctions et attributions jusqu'à la nomination d'un nouveau directeur général.

Lorsque la direction générale de la Société est assumée par le Président du conseil d'administration, les dispositions du présent paragraphe IV relatives au directeur général lui sont applicables.

## **Article 18 - Rémunérations**

**18.1** L'assemblée générale ordinaire des actionnaires peut allouer aux administrateurs, en rémunération de leur activité, une somme globale, fixe et annuelle, à titre de jetons de présence et dont le montant est porté en frais généraux de la Société.

Le conseil répartit librement cette somme entre ses membres.

**18.2** La rémunération du président du conseil d'administration, celle du directeur général et du ou des directeurs généraux délégués sont fixées par le conseil d'administration ainsi que, s'il y a lieu, celle de l'administrateur délégué dans les fonctions de président, en cas d'empêchement temporaire ou de décès du président.

**18.3** Il peut être alloué par le conseil d'administration des rémunérations exceptionnelles pour les missions ou mandats confiés à des administrateurs; dans ce cas, ces rémunérations sont portées en charges d'exploitation et soumises à l'approbation de l'assemblée générale ordinaire des actionnaires dans les conditions prévues aux articles L. 225-38 à L. 225-42 du Code de commerce.

**18.4** Aucune autre rémunération, permanente ou non, ne peut être allouée aux administrateurs, sauf s'ils sont liés à la Société par un contrat de travail.

### **21.2.5 Droits, privilèges et restrictions attachées aux actions (article 13 des statuts)**

#### **Article 13 - Droits et obligations attachés aux actions**

**13.1** Chaque action donne droit dans la propriété de l'actif social à une vocation proportionnelle à la fraction du capital qu'elle représente.

Elle donne droit, en outre, à une part proportionnellement égale dans les bénéfices sociaux.

**13.2** Les actionnaires ne sont responsables que jusqu'à concurrence du montant nominal des actions qu'ils possèdent ; au delà, tout appel de fonds est interdit.

**13.3** La propriété d'une action emporte, de plein droit, adhésion aux statuts de la Société et aux décisions des assemblées des actionnaires.

**13.4** Chaque fois qu'il sera nécessaire de posséder plusieurs actions pour exercer un droit quelconque, notamment en cas d'échange, de regroupement ou d'attribution, en conséquence d'augmentation ou de réduction du capital, de fusion ou autre opération sociale, les propriétaires d'actions isolées, ou en nombre inférieur à celui requis pour l'attribution d'un nombre entier d'actions nouvelles ou pour l'exercice des droits dont il s'agit, ne peuvent exercer ces droits qu'à la condition de faire leur affaire personnelle du regroupement, et éventuellement, de l'achat ou de la vente du nombre d'actions nécessaires.

### **21.2.6 Rachat par la Société de ses propres actions**

Néant.

### **21.2.7 Modification des droits des actionnaires (articles 9 à 11 des statuts)**

#### **Article 9 - Modifications du capital**

Le capital social peut être augmenté ou réduit dans les conditions prévues par le Code de commerce.

## **Article 10 - Libération des actions**

Les actions souscrites en numéraire à l'occasion d'une augmentation de capital doivent être obligatoirement libérées du quart au moins de leur valeur nominale lors de leur souscription et, le cas échéant, de la totalité de la prime d'émission.

La libération du surplus est effectuée en une ou plusieurs fois, sur décision du conseil d'administration, dans un délai maximum de cinq ans à compter du jour où l'augmentation de capital est devenue définitive.

Les appels de fonds sont portés à la connaissance des souscripteurs par lettre recommandée avec demande d'avis de réception, à eux envoyée par le conseil d'administration à l'adresse qu'ils auront indiquée lors de la souscription des actions, quinze jours au moins avant la date fixée pour chaque versement.

Tout retard dans le versement des sommes dues sur le montant non libéré des actions porte, de plein droit et sans qu'il soit besoin de procéder à une formalité quelconque, intérêt au taux légal, à partir de la date d'exigibilité, sans préjudice de l'action personnelle que la Société peut exercer contre l'actionnaire défaillant et des mesures d'exécution forcée prévues par le Code de commerce.

## **Article 11 - Forme des actions**

Les actions entièrement libérées sont nominatives ou au porteur, au choix de l'actionnaire. Elles donnent lieu à une inscription en compte dans les conditions et selon les modalités prévues par les dispositions législatives et réglementaires en vigueur.

La Société est autorisée à faire usage à tout moment des dispositions lui permettant de recourir à l'identification des détenteurs de titres conférant immédiatement ou à terme le droit de vote dans les assemblées d'actionnaires.

### **21.2.8 Assemblées générales (article 20 à 28 des statuts)**

#### **Article 20 - Assemblées des actionnaires**

Les décisions collectives des actionnaires sont prises en assemblées générales, lesquelles sont qualifiées d'ordinaires, d'extraordinaires ou de spéciales selon la nature des décisions qu'elles sont appelées à prendre.

Les assemblées générales se composent de tous les actionnaires dont les titres sont libérés des versements exigibles et ont été inscrits en compte avant la date de la réunion, dans les conditions ci-après :

- les propriétaires d'actions inscrites au nominatif sur un compte non tenu par la Société ou au porteur doivent, pour avoir le droit d'assister, de voter par correspondance ou de se faire représenter aux assemblées générales, déposer un certificat établi par l'intermédiaire teneur de leur compte constatant l'indisponibilité des titres jusqu'à la date de la réunion de l'assemblée générale, aux lieux indiqués dans ladite convocation, au plus tard à 15 heures, heure de Paris, la veille de l'assemblée générale.
- Les propriétaires d'actions nominatives inscrites sur un compte tenu par la société doivent, pour avoir le droit d'assister, de voter par correspondance ou de se faire représenter aux assemblées générales, avoir leurs actions inscrites à leur compte tenu par la Société, au plus tard à 15 heures, heure de Paris, la veille de l'assemblée générale.

L'accès à l'assemblée générale est ouvert à ses membres sur simple justification de leurs qualités et identité. Le conseil d'administration peut, s'il le juge utile, faire remettre aux actionnaires des cartes d'admission nominatives et personnelles et exiger la production de ces cartes.

### **Article 21 - Convocation et lieu des assemblées générales**

Les assemblées générales sont convoquées conformément aux dispositions légales et réglementaires.

Conformément aux dispositions de l'article 130 du décret du 23 mars 1967, si la Société fait publiquement appel à l'épargne, elle est tenue avant la réunion de l'assemblée des actionnaires, de publier un avis au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires.

L'assemblée ne pourra être tenue moins de 30 jours après la même publication.

Les assemblées sont réunies au siège social ou en tout autre lieu indiqué dans la convocation.

### **Article 22 - Ordre du jour**

L'ordre du jour est arrêté par l'auteur de la convocation.

Un ou plusieurs actionnaires représentant au moins la quotité du capital prévue par la Loi, et agissant dans les conditions et délais légaux, ont la faculté de requérir l'inscription à l'ordre du jour de projets de résolutions.

### **Article 23 - Accès aux assemblées - Pouvoirs**

Tout actionnaire, quel que soit le nombre d'actions qu'il possède, a le droit d'assister aux assemblées générales et de participer aux délibérations personnellement ou par mandataire ou de prendre part aux votes par correspondance ou à distance dans les conditions légales et réglementaires.

Tout actionnaire peut se faire représenter par son conjoint ou par un autre actionnaire.

Les actionnaires doivent, dans les conditions légales et réglementaires, adresser leur formule de vote par correspondance ou de procuration. La formule de vote par correspondance doit être reçue au plus tard à 15 heures, heure de Paris, la veille de l'assemblée générale.

Les modalités d'envoi sont précisées par le conseil d'administration dans l'avis de réunion et l'avis de convocation.

### **Article 24 - Tenue des assemblées**

**24.1** Les assemblées sont présidées par le Président du conseil d'administration ou, en son absence, par le vice-président de ce conseil, s'il en a été désigné un. En leur absence ou à défaut par le conseil d'avoir habilité un autre de ses membres parmi les présents à l'effet de présider l'assemblée, celle-ci élit elle-même son président.

Les fonctions de scrutateurs sont remplies par les deux membres de l'assemblée, présents et acceptant ces fonctions, qui disposent par eux-mêmes ou comme mandataires, du plus grand nombre de voix.

Le bureau désigne le secrétaire qui peut être choisi en dehors des actionnaires.

Les membres du bureau ont pour mission de vérifier, certifier et signer la feuille de présence, de veiller à la bonne tenue des débats, de régler les incidents de séance, de contrôler les votes émis, d'en assurer la régularité et de veiller à l'établissement du procès-verbal.

**24.2** A chaque assemblée est tenue une feuille de présence contenant les indications prescrites par les dispositions réglementaires applicables.

Cette feuille de présence, dûment émargée par les actionnaires ainsi que par les mandataires, et à laquelle sont annexés les pouvoirs donnés à chaque mandataire et, le cas échéant, les formulaires de vote par correspondance, est certifiée exacte par le bureau de l'assemblée.

**24.3** Les procès-verbaux sont dressés et les copies ou extraits des délibérations sont délivrés et certifiés conformément aux dispositions du Code de commerce.

### **Article 25 - Quorum - Vote - Nombre de voix**

**25.1** Dans les assemblées générales ordinaires et extraordinaires, le quorum est calculé sur l'ensemble des actions composant le capital social, déduction faite des actions privées du droit de vote en vertu des dispositions légales.

Le droit de vote attaché aux actions est proportionnel au capital qu'elles représentent.

Chaque action de capital ou de jouissance donne droit à une voix.

**25.2** Tout titulaire d'actions entièrement libérées, qui justifie d'une inscription nominative à son nom depuis 2 ans au moins, bénéficie d'un droit de vote double pour chacune de ses actions remplissant ces conditions. En outre, en cas d'augmentation de capital par incorporation de réserves, bénéfiques ou primes d'émission, le droit de vote double sera attribué, dès leur émission, aux actions nominatives attribuées gratuitement à un actionnaire en raison d'actions anciennes, pour lesquelles il bénéficie de ce droit.

Toute action convertie au porteur ou transférée en propriété perd le droit de vote double. Néanmoins, le transfert par suite de succession, de liquidation de communauté de biens entre époux ou de donation entre vifs au profit d'un conjoint ou d'un parent au degré successible ne fait pas perdre le droit acquis et n'interrompt pas le délai de 2 ans prévu au présent article.

### **Article 26 - Assemblée générale ordinaire**

L'assemblée générale ordinaire est celle qui est appelée à prendre toutes décisions qui ne modifient pas les statuts.

Elle est réunie au moins une fois par an, dans les six mois de la clôture de chaque exercice social, pour statuer sur les comptes arrêtés, et le cas échéant les comptes consolidés de cet exercice.

Elle ne délibère valablement, sur première convocation, que si les actionnaires présents ou représentés, ou ayant voté par correspondance possèdent au moins le cinquième des actions ayant droit de vote. Sur deuxième convocation, aucun quorum n'est requis.

Elle statue à la majorité des voix dont disposent les actionnaires présents, représentés ou ayant voté par correspondance.

## **Article 27 - Assemblée générale extraordinaire**

L'assemblée générale extraordinaire est seule habilitée à modifier les statuts dans toutes leurs dispositions. Elle ne peut, sans recueillir l'unanimité des actionnaires, augmenter les engagements de ces derniers.

Sauf dispositions légales particulières, elle ne délibère valablement que si les actionnaires présents, représentés ou ayant voté par correspondance possèdent au moins, sur première convocation le quart et, sur deuxième convocation, le cinquième des actions ayant droit de vote. A défaut de ce dernier quorum, la deuxième assemblée peut être prorogée à une date postérieure de deux mois au plus à celle à laquelle elle avait été convoquée.

Sauf dispositions légales particulières, elle statue à la majorité des deux tiers des voix des actionnaires présents, représentés ou ayant voté par correspondance.

Toutefois :

- les augmentations de capital par incorporation de réserves, bénéfiques ou primes d'émission sont valablement décidées aux conditions de quorum et de majorité prévues pour les assemblées ordinaires ;
- le changement de nationalité de la Société est décidé à l'unanimité des actionnaires si le pays d'accueil n'a pas conclu avec la France une convention spéciale permettant d'acquérir sa nationalité et de transférer le siège social sur son territoire, et conservant à la société sa personnalité juridique.

## **Article 28 - Droit de communication des actionnaires**

Tout actionnaire a le droit d'obtenir communication des documents nécessaires pour lui permettre de se prononcer en connaissance de cause et de prononcer un jugement informé sur la gestion et le contrôle de la Société. La nature de ces documents et les conditions de leur envoi ou mise à disposition sont déterminées par le Code de commerce.

### **21.2.9 Dispositifs permettant de retarder, différer ou empêcher un changement de contrôle**

Néant.

### **21.2.10 Transmission des actions, déclarations de franchissement de seuil (article 12 des statuts)**

## **Article 12 - Cession et transmission des actions**

**12.1** Les actions sont librement négociables sous réserve des dispositions légales et réglementaires. Elles font l'objet d'une inscription en compte et se transmettent par voie de virement de compte à compte.

**12.2** En complément des seuils fixés par la réglementation applicable, toute personne physique ou morale agissant seule ou de concert qui viendrait à détenir, directement ou indirectement, au sens des articles L. 233-7 et suivants du Code de commerce, un nombre d'actions, de droits de vote ou de titres émis en représentation d'action correspondant à 5% du capital ou des droits de vote de la Société est tenue, dans les cinq (5) jours de bourse à compter du franchissement de seuil, de déclarer à la Société par lettre recommandée avec avis de réception, le nombre total d'actions, de droits de vote et de titres donnant accès au capital qu'elle possède.

Cette obligation d'information s'applique dans les mêmes conditions, en cas de franchissement de seuil à la baisse.

Cette déclaration doit être renouvelée dans les conditions ci-dessus, chaque fois qu'un nouveau seuil de 5% est atteint ou franchi, à la hausse comme à la baisse, quelle qu'en soit la raison, et ce y compris au-delà du seuil de 5%.

En cas d'inobservation des dispositions ci-dessus, le ou les actionnaires concernés seront immédiatement privés du droit de vote afférent aux titres dépassant les seuils soumis à déclaration, si le défaut de déclaration est constaté par le bureau de l'Assemblée Générale ou dans la mesure où un ou plusieurs actionnaires détenant au moins 5% du capital ou des droits de vote en font la demande lors de l'Assemblée Générale. La demande des actionnaires sera consignée dans le procès verbal de l'Assemblée Générale et entraînera de plein droit l'application de la sanction susvisée.

#### **21.2.11 Stipulations particulières régissant les modifications du capital social**

Il n'existe pas de stipulation particulière régissant les modifications du capital social de la Société.



## **22 CONTRATS IMPORTANTS**

L'ensemble des contrats conclus par Initiatives & Développements relève de la gestion courante.

Au cours des 24 derniers mois, Initiatives & Développements n'a conclu aucun autre contrat significatif, autre que les contrats conclus dans le cadre de la gestion « courante ».

## **23 INFORMATIONS PROVENANT DE TIERS, DECLARATIONS D'EXPERTS ET DECLARATIONS D'INTERÊTS**

Néant.

## **24 DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC**

Des exemplaires du présent document sont disponibles sans frais auprès d'Initiatives & Développements, 22 rue Louis Blanc – 93400 SAIN OUEN et de H et Associés, 15 Avenue de l'Opéra – 75001 PARIS, ainsi que sur le site Internet d'Alternext ([www.alternext.fr](http://www.alternext.fr)).

Les documents suivants peuvent être, le cas échéant, consultés au siège social de la Société :

- l'acte constitutif et les statuts de la Société,
- tous rapports, courriers et autres documents, informations financières historiques, évaluations et déclarations établis par un expert à la demande de l'émetteur, dont une partie est incluse ou visée dans le présent document,
- les informations financières historiques de la Société et de ses filiales pour chacun des deux exercices précédant la publication du présent document.

## 25 INFORMATIONS SUR LES PARTICIPATIONS

**Tableau des participations au 31 mars 2006**

<b>Filiales et participations</b>	Capital social	Réserves et report à nouveau	Quote-part du capital détenu en %	Valeur brute des titres détenus	Valeur nette des titres détenus	Prêts et avances consenties par la Sté	Cautions et avals donnés par la Sté	C.A. H.T. du dernier exercice clos	Résultat du dernier exercice clos	Dividen- des encaissés par la Sté dans l'ex
<b>A – Renseignements détaillés concernant les filiales &amp; participations</b>										
<i>- Filiales (plus de 50% du capital détenu)</i>										
ProDistribution	8 000	(-) 126 647	100%	65 175	65 175			1 512 775	-101 700	
Initiative PME	130 000	(-) 168 980	100%	347 000	347 000			5 000	382 432	
Ultra-Vantages	46 183	(-)13 458	100%	449000	449 000			665 514	351 283	
<i>Participations (10 à 50 % du capital détenu)</i>										
<b>B – Renseignements globaux concernant les autres filiales &amp; participations</b>										
<i>- Filiales non reprises en A:</i>										
a) Françaises										
b) Etrangères										
<i>Participations non reprises en A:</i>										
a) Françaises										
b) Etrangères										

A la date du présent document, la Société ne détient plus de participations significatives. En effet, les trois participations indiquées dans le tableau ci-dessus ont fait l'objet d'une transmission universelle de patrimoine à Initiatives & Développements, à la suite de laquelle les titres détenus concernés ont été annulés (se reporter au chapitre 7 – partie I du présent document).

## **PARTIE 2 : 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, la Société s'engage à assurer :

- 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 2ème 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 sans préjudice des obligations du Règlement Général de l'Autorité des Marchés Financiers et de tout autre texte de niveau supérieur concernant l'appel public à l'épargne,
  - 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 et administrateurs concernant leurs cessions de titres.
- Sans frais pour les porteurs, le service des titres, le paiement des dividendes ou toute distribution à laquelle elle procédera.

##### **1.2.2. Calendrier indicatif de communication financière**

Janvier 2007    Résultats semestriels au 30 septembre 2006

Juillet 2007    Résultats annuels au 31 mars 2007

## **2. Facteurs de risques de marché influant sur les valeurs mobilières**

*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 de la Société 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., 21.2.7. 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.

En outre, 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 mobilières admises à la négociation**

#### **3.1. Natures des actions et code ISIN**

Actions ordinaires de même catégorie

Code ISIN	FR 0010354407
Code Mnémonique	AL IDA

#### **3.2. Droit applicable**

Les actions sont régies par le droit français

#### **3.3. Forme des actions (article 11 des statuts)**

##### **Article 11 des statuts :**

« Les actions entièrement libérées sont nominatives ou au porteur, au choix de l'actionnaire. Elles donnent lieu à une inscription en compte dans les conditions et selon les modalités prévues par les dispositions législatives et réglementaires en vigueur.

La Société est autorisée à faire usage à tout moment des dispositions lui permettant de recourir à l'identification des détenteurs de titres conférant immédiatement ou à terme le droit de vote dans les assemblées d'actionnaires. »

#### **3.4. Monnaie de l'émission**

L'émission des actions a été réalisée en euros.

#### **3.5. Droits et obligations attachés aux actions (article 13 des statuts)**

Se reporter au chapitre 21.2.5 de la partie I du présent document.

#### **3.6. Restrictions à la libre négociation des valeurs mobilières (article 12 des statuts)**

Les statuts de la Société (article 12) ne prévoient pas de restriction à la libre négociation des actions. Les actions seront librement cessibles et négociables.

Pour consulter l'article 12 des statuts, se reporter au chapitre 21.2.10 de la partie I du présent document.

#### **3.7. Règles de retrait ou de rachat obligatoire applicables aux valeurs mobilières**

##### **Garantie de cours**

Conformément à la notice Alternext n° 2005-74 du 24 novembre 2005, la procédure de garantie de cours applicable aux marchés réglementés, décrite dans le règlement général de l'Autorité des Marchés Financiers (Livre 2, titre 3, chapitre 5, articles 235-1 à 235-4) s'applique sur Alternext.

##### **Retrait obligatoire**

La procédure de retrait obligatoire n'est pas applicable sur le marché Alternext d'Euronext Paris SA.

La Société n'envisage ni retrait ni rachat obligatoire de ses actions.

### **3.8. Opérations publiques d'achat récentes**

Aucun titre de la Société n'étant admis aux négociations sur un marché réglementé à la date du présent document, il n'y a eu, à ce jour, aucune offre publique lancée par un quelconque tiers sur le capital de la Société.

### **3.9. Régime fiscal des valeurs mobilières**

Le régime fiscal des actions de la Société en l'état actuel de la législation française est décrit ci-après.

L'attention des investisseurs est cependant attirée sur le fait que ces informations ne constituent qu'un résumé et que leur situation particulière doit être étudiée avec leur conseiller fiscal habituel.

Les non-résidents fiscaux français doivent se conformer à la législation fiscale en vigueur dans leur État de résidence, sous réserve de l'application d'une convention fiscale signée entre la France et cet État.

1) Résidents fiscaux français

#### **a. Personnes physiques détenant leur titre dans le cadre de leur patrimoine privé et n'effectuant pas d'opérations de bourse à titre habituel**

Non Applicable

#### **b. Personnes morales soumises à l'impôt sur les sociétés (régime de droit commun)**

##### *(i) Dividendes*

Les dividendes perçus seront compris dans le résultat imposable à l'impôt sur les sociétés dans les conditions de droit commun, soit actuellement au taux de 33,1/3 %. S'y ajoutent la contribution additionnelle égale à 1,5 % de l'impôt sur les sociétés (cette contribution sera supprimée pour les exercices clos à compter du 1er janvier 2006), ainsi qu'une contribution sociale égale à 3,3 % du montant de l'impôt sur les sociétés excédant 763 000 euros par période de douze mois.

Cependant, pour les entreprises dont le chiffre d'affaires hors taxes est inférieur à 7 630 000 euros et dont le capital social, entièrement libéré, est détenu de manière continue pendant la durée de l'exercice considéré, pour au moins 75 %, par des personnes physiques ou par des sociétés satisfaisant elles-mêmes à l'ensemble de ces conditions, le taux de l'impôt sur les sociétés est fixé à 15 %, dans la limite de 38 120 euros du bénéfice imposable par période de douze mois. Ces entreprises sont, en outre, exonérées de la contribution sociale de 3,3 % mentionnée ci-dessus.

Sous certaines conditions, les dividendes encaissés par les personnes morales détenant au moins 5 % du capital de la société distributrice sont susceptibles, sur option, d'être exonérés (sous réserve de la prise en compte dans le résultat de la société bénéficiaire d'une quote-part de frais et charges égale à 5 % du montant des dividendes, majorés des crédits d'impôt y attachés, limitée au montant total des frais et charges de toute nature exposés par la société au cours de la période d'imposition) en application des dispositions du régime des sociétés mères et filiales prévu aux articles 145 et 216 du CGI.

##### *(ii) Plus-values*

Les plus-values de cession de titres en portefeuille sont soumises à l'impôt sur les sociétés au taux normal de 33,1/3 % (ou, le cas échéant, au taux de 15 % dans la limite de 38 120 euros par période de douze mois pour les entreprises qui remplissent les conditions décrites ci-dessus), augmenté de la contribution additionnelle de 1,5 % (article 235 ter ZA du Code Général des Impôts, cette contribution



additionnelle sera supprimée pour les exercices clos à compter du 1er janvier 2006) et, le cas échéant, de la contribution sociale de 3,3 % qui s'applique au montant de l'impôt sur les sociétés diminué d'un abattement qui ne peut excéder 763 000 euros par période de douze mois (article 235 ter ZC du Code Général des Impôts).

Toutefois, les plus-values issues de la cession de titres de participation détenus depuis plus de deux ans au moment de la cession sont imposables à l'impôt sur les sociétés au taux réduit de 15 %, majoré de la contribution additionnelle au taux de 1,5 % à compter du 1er janvier 2005 et, le cas échéant, de la contribution sociale sur les bénéfices de 3,3 % précitées.

Constituent des titres de participation au sens de l'article 219-I a ter du Code Général des Impôts, les parts ou actions de sociétés revêtant ce caractère au plan comptable, ainsi que, sous certaines conditions, les actions acquises en exécution d'une offre publique d'achat ou d'échange par l'entreprise qui en est l'initiatrice et les titres ouvrant droit au régime des sociétés mères prévu à l'article 145 et 216 du Code Général des Impôts. Les titres dont le prix de revient est au moins égal à 22 800 000 euros, et qui remplissent les conditions pour bénéficier du régime mères et filiales autres que la détention de 5% au moins du capital de la société émettrice, sont également présumés constituer des titres de participation si ces titres sont inscrits en comptabilité au compte « titres de participation » ou à une subdivision spéciale d'un autre compte du bilan correspondant à leur qualification comptable.

En application des dispositions de l'article 219-I-a quinquies du Code Général des Impôts, les plus-values résultant de la cession des titres de participation au sens de l'article 219-I a ter du Code Général des Impôts à l'exception des titres de sociétés à prépondérance immobilière et des titres dont le prix de revient est au moins égal à 22 800 000 € mais représentant moins de 5 % au moins du capital de la société émettrice, seront imposées au taux réduit de 8 % (augmenté le cas échéant de la contribution sociale, soit un taux effectif de 8,264 %), à compter du 1er janvier 2006, et exonérées de toute imposition pour les exercices ouverts à compter du 1er janvier 2007 (sous réserve de la réintégration, dans le résultat imposable au taux de droit connu de l'impôt sur les sociétés, d'une quote-part de frais et charges égales à 5 % du montant net des plus-values).

Les moins-values à long terme réalisées, le cas échéant, lors de la cession des actions sont imputables exclusivement sur les plus-values de même nature réalisées au cours de la même année ou, s'agissant des moins-values sur titres relevant du secteur d'imposition à 15 %, des dix années suivantes (sous réserve des conditions particulières d'imputation du solde des moins-values à long terme existant à l'ouverture du premier des exercices ouverts à compter du 1er janvier 2006, telles qu'elles résultent de l'article 219-I a quinquies du Code Général des Impôts).

Chaque personne morale devra vérifier si le régime des plus ou moins-values à long terme est susceptible de s'appliquer aux gains et pertes réalisées lors de la cession des actions ainsi que les conditions d'imputation, à l'avenir, du solde des moins-values à long terme existant à l'ouverture du premier des exercices ouverts à compter du 1er janvier 2006.

## **2) Non-résidents**

### *(i) Dividendes*

Les dividendes distribués par des sociétés dont le siège social est situé en France font en principe l'objet d'une retenue à la source de 25 % lorsque le domicile fiscal ou le siège du bénéficiaire effectif est situé hors de France.

Sous certaines conditions, cette retenue à la source peut être réduite, voire supprimée, en application des dispositions des conventions fiscales internationales qui le prévoient ou de l'article 119-ter du Code général des impôts.

Par exception, les dividendes de source française versés à des personnes qui n'ont pas leur domicile fiscal ou leur siège en France et ouvrant droit au transfert de l'avoir fiscal en vertu d'une convention en vue d'éviter les doubles impositions, ne supportent, lors de leur mise en paiement, que la retenue à la source au taux réduit prévu par la convention, à condition, notamment, que les personnes concernées

justifient, avant la date de mise en paiement des dividendes, qu'elles ne sont pas résidentes en France au sens de cette convention (Bulletin Officiel des Impôts 4-J-1-94 instruction du 13 mai 1994). L'avoir fiscal est, le cas échéant, remboursé sous déduction de la retenue à la source applicable au taux prévu par la convention.

*(ii) Plus-values*

Sous réserve des dispositions plus favorables des conventions fiscales applicables, les plus-values réalisées à l'occasion de la cession de leurs actions par les personnes qui ne sont pas fiscalement domiciliées en France au sens de l'article 4-B du Code général des impôts ou dont le siège social est situé hors de France et, dont la propriété des actions n'est pas rattachée à un établissement stable ou une base fixe en France, ne sont pas imposables en France dans la mesure où le cédant, directement ou indirectement, seul ou avec des membres de sa famille, n'a pas détenu plus de 25 % des droits dans les bénéfices sociaux de la société à un moment quelconque au cours des cinq années qui précèdent la cession.

*(iii) Impôt de solidarité sur la fortune*

En principe, l'impôt de solidarité sur la fortune ne s'applique pas, à raison de la participation qu'elles détiennent dans la Société, aux personnes physiques domiciliées hors de France, au sens de l'article 4-B du Code général des impôts, qui possèdent, directement ou indirectement, moins de 10 % du capital de la Société, pour autant toutefois que leur participation ne leur permette pas d'exercer une influence sur la société.

*(iv) Droits de succession et de donation*

La France soumet aux droits de succession ou de donation les titres des sociétés françaises acquis par voie de succession ou de donation par un non-résident de France. La France a conclu avec un certain nombre de pays des conventions destinées à éviter les doubles impositions en matière de succession et de donation, aux termes desquelles les résidents des pays ayant conclu de telles conventions peuvent, sous réserve de remplir certaines conditions, être exonérés de droits de succession et de donation en France ou obtenir un crédit d'impôt dans leur pays de résidence.

Il est recommandé aux investisseurs intéressés de consulter dès à présent leurs conseils en ce qui concerne leur assujettissement aux droits de succession et de donation à raison de leur participation dans la Société, et les conditions dans lesquelles ils pourraient obtenir une exonération des droits de succession ou de donation en France en vertu d'une des conventions fiscales ainsi conclues avec la France.

### **3) Règles spécifiques à Alternext**

*(i) Impôt de bourse*

Toutes les opérations portant sur les valeurs mobilières émises par les sociétés dont la capitalisation boursière n'excède pas 150 millions d'euros sont exonérées de cet impôt.

*(ii) Sociétés de capital-risque (« SCR »), fonds communs de placement à risques (« FCPR ») et fonds communs de placement dans l'innovation (« FCPI »)*

Sous certaines conditions, les SCR, les FCPR, et les FCPI sont actuellement exonérés d'impôt sur les sociétés sur l'ensemble des produits et plus-values provenant de leur portefeuille, à condition notamment que celui-ci comprenne au moins 50% de titres non admis aux négociations sur un marché réglementé ou organisé, français ou étranger émis par des sociétés ayant leur siège dans l'Espace Economique Européen hors Liechtenstein, ayant une activité industrielle ou commerciale et soumise à l'impôt sur les sociétés ou à un impôt équivalent.

Sous certaines conditions, les titres admis aux négociations sur un marché réglementé ou organisé européen, tel qu'Alternext, émis par des sociétés dont la capitalisation boursière est inférieure à 150 millions d'euros seront également susceptibles d'être pris en compte pour l'appréciation de ce quota de 50%, dans la limite de 20%.

Dans la mesure où la capitalisation boursière de la Société n'excède pas 150 millions d'euros, les titres de la Société sont susceptibles sous certaines conditions d'être pris en compte dans ce quota de 50%.

*(iii) Contrats d'assurance-vie investis en actions (article 125-0 A du CGI)*

Les produits de contrats d'assurance-vie dont l'unité de compte est une part ou une action d'un organisme de placement collectif en valeurs mobilières peuvent être exonérés d'impôt sur le revenu en cas de rachat au-delà d'une durée de 8 ans, si l'actif de l'OPCVM est constitué :

- Pour les contrats souscrits avant le 1er janvier 2005 (contrats « DSK ») :
  - Pour 50% au moins d'actions et de titres assimilés de sociétés ayant leur siège dans un Etat de l'Espace Economique Européen hors Liechtenstein ;
  - Dont 5% au moins de titres dits « à risques », c'est-à-dire notamment de parts de FCPR, de FCPI, d'actions de SCR, d'actions ou de parts de sociétés non cotées, ou d'actions de sociétés cotées sur un marché réglementé ou organisé dont la capitalisation boursière est inférieure à 150 millions d'euros.
- Pour les contrats souscrits après le 1er janvier 2005 (contrats « Sarkozy »)
  - Pour 30% au moins d'actions ou titres assimilés de sociétés ayant leur siège dans un Etat de l'Espace Economique Européen hors Liechtenstein,
  - Et au sein du quota de 30% :
    - Pour 10% au moins de titres dits « à risques », c'est-à-dire notamment d'actions de sociétés non cotées, ou de sociétés cotées dont la capitalisation boursière est inférieure à 150 millions d'euros, de parts de FCPR, de FCPI ou d'actions de SCR,
    - Et pour 5% au moins de titres non cotés.

Les titres de la Société, dans la mesure où la capitalisation boursière de celle-ci n'excède pas 150 millions d'euros, sont susceptibles, sous certaines conditions, d'être pris en compte pour l'appréciation des quotas d'investissement de 5% (pour les contrats DSK) et de 10% (pour les contrats Sarkozy) mentionnés ci-dessus.

*(iv) Réduction d'impôt sur le revenu au titre de la souscription à l'augmentation de capital*

Non applicable

### **3.10. 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 à l'opération de placement privé préalable à la cotation des titres sur le marché Alternext**

##### **4.1. Cadre juridique de l'émission de l'opération de placement privé**

###### **4.1.1. Assemblée générale ayant autorisé l'émission**

Quatrième résolution de l'Assemblée Générale Extraordinaire du 15 juin 2006 :

###### **« Quatrième résolution »**

L'assemblée, après avoir constaté que le capital social de la Société est intégralement libéré et après avoir entendu la lecture du rapport du conseil d'administration et statuant conformément aux dispositions des articles L. 225-129 et suivants du Code de commerce :

1. délègue au conseil d'administration, en vue de l'admission des actions de la Société aux négociations sur Alternext, sa compétence à l'effet de procéder en une ou plusieurs fois à l'époque ou aux époques qu'il fixera ou non et dans les proportions et aux époques qu'il déterminera, à l'émission d'actions de la Société et de toutes valeurs mobilières de quelque nature que ce soit, donnant accès immédiatement ou à terme au capital de la Société ;
2. décide que le montant des augmentations de capital pouvant être réalisées immédiatement et/ou à terme, en vertu de la présente délégation, ne pourra excéder le montant de 30.000.000 EUR de nominal, montant auquel il conviendra d'ajouter si nécessaire le montant nominal des actions nouvelles à émettre pour préserver, conformément à la Loi, les droits des titulaires de valeurs mobilières donnant droit au capital de la Société ;
3. décide que le prix d'émission sera déterminé par le listing sponsor choisi dans le cadre de l'admission des actions de la Société aux négociations sur Alternext par application des deux méthodes suivantes : la méthode de valorisation par approches comparables et la méthode de valorisation par l'actualisation des flux de trésorerie ;
4. décide que, dans le cas où le conseil d'administration constaterait une demande excédentaire, le montant de l'émission pourra être augmenté dans les conditions et limites fixés par les dispositions des articles L. 225-135-1 du Code de commerce et 155-4 du décret du 23 mars 1967, au même prix que celui retenu pour l'émission initiale ;
5. décide également que le montant nominal des valeurs mobilières pouvant être émis en vertu de la présente délégation ne pourra excéder 30.000.000 EUR ;
6. décide d'autoriser le conseil d'administration à prendre toutes mesures destinées à protéger les droits des titulaires de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société ;
7. décide de supprimer le droit préférentiel de souscription des actionnaires aux actions et valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société à émettre par le conseil d'administration en vertu de la présente délégation au profit d'investisseurs qualifiés ;
8. décide que si les souscriptions n'ont pas absorbé la totalité des émissions d'actions ou de valeurs mobilières définies ci-dessus, le conseil d'administration pourra limiter l'émission au montant des souscriptions recueillies, à condition que celui-ci atteigne au moins les trois quart de l'émission décidée et répartir librement tout ou partie des actions et/ou autres valeurs mobilières non souscrites ;

9. décide que l'émission de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société réalisée en application des dispositions des articles L. 228-91 et suivants du Code de commerce pourra intervenir soit par offre de souscription, soit par attribution gratuite aux titulaires d'actions anciennes ;
10. prend acte conformément à l'article L. 225-132 du Code de commerce que la délégation susvisée comporte, de plein droit au profit des titulaires de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société pouvant être émises, renonciation des actionnaires au droit préférentiel de souscription aux actions auxquelles ces valeurs mobilières donnent droit ;
11. décide que le conseil d'administration aura tous les pouvoirs pour mettre en œuvre la présente délégation, à l'effet, notamment de fixer les dates et modalités des émissions, la forme et les caractéristiques des valeurs mobilières à émettre, de fixer les prix des souscriptions et les conditions des émissions, les montants de chaque émission, la date d'entrée en jouissance des titres à émettre, de déterminer le mode de libération des actions ou autres valeurs mobilières, et le cas échéant de prévoir la possibilité de suspendre l'exercice des droits d'attribution d'actions attachés aux valeurs mobilières pendant un délai ne pouvant excéder trois mois, fixer les modalités selon lesquelles sera effectuée la protection des droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société et ce conformément aux dispositions légales et réglementaires ;
12. décide que le conseil d'administration pourra procéder le cas échéant à toutes les imputations sur les primes d'émission des frais occasionnés par la réalisation des émissions concernées. Il pourra prendre généralement toutes dispositions permettant de parvenir à la bonne fin des émissions envisagées et constater la, ou les augmentations de capital réalisées en application de la présente délégation et procéder aux modifications corrélatives des statuts.
13. décide qu'en cas d'émission de titres d'emprunt, le conseil d'administration disposera de tous pouvoirs, pour déterminer leur caractère subordonné ou non, fixer le taux d'intérêt, la durée des titres d'emprunt, leur prix de remboursement, leurs modalités d'amortissement et les conditions dans lesquelles ces titres d'emprunt donneront droit à des actions de la Société ;
14. décide que la présente délégation prive d'effet toute délégation antérieure ayant le même objet. Ladite délégation est valable pour une durée de dix-huit (18) mois à compter de la présente assemblée. »

Par ailleurs, la septième résolution de cette même Assemblée Générale Extraordinaire précise :

#### **« Septième résolution »**

L'assemblée, après avoir entendu lecture du rapport du conseil d'administration décide que le montant nominal maximal des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées aux termes des quatrième, cinquième et sixième résolutions des présentes ne pourra excéder un montant global de 50.000.000 EUR. »

Pour les neuvième et dixième résolutions, se reporter au chapitre 21.1.2.2 de la partie I du présent document.

#### **4.1.2. Conseil d'Administration ayant décidé l'émission**

Le Conseil d'administration qui a décidé de l'émission s'est tenu à l'issue de la période de pré-placement, le 5 juillet.

« 1. **Lecture et approbation du procès-verbal de la précédente réunion du conseil**

Le Président ouvre la séance en donnant lecture du procès-verbal de la précédente réunion du conseil.

Aucune observation n'étant formulée, le procès-verbal est adopté à l'unanimité.

2. **Décision d'augmentation de capital par émission d'actions nouvelles à souscrire et à libérer en numéraire**

Le Président rappelle aux membres du conseil qu'aux termes de la quatrième résolution du procès-verbal de l'assemblée générale extraordinaire en date du 15 juin 2006, l'assemblée générale extraordinaire a, en vue de l'admission des actions de la Société aux négociations sur Alternext, délégué au conseil d'administration sa compétence à l'effet :

- 14) de décider l'émission, en une ou plusieurs fois, par appel public à l'épargne et avec suppression du droit préférentiel de souscription des actionnaires, d'actions ou de valeurs mobilières donnant accès immédiatement ou à terme au capital de la Société, ces augmentations de capital ne pouvant excéder un montant nominal maximal et hors prime de 30.000.000 EUR, étant précisé que ce plafond pourra, toutefois, être augmenté du montant nominal des actions nouvelles à émettre, pour préserver, conformément à la Loi, les droits des titulaires de valeurs mobilières donnant droit au capital de la Société ;
- 15) de décider les modalités de ces augmentations de capital dont, le prix d'émission, le nombre d'actions à émettre et la période de souscription, et
- 16) d'augmenter le cas échéant le montant de l'émission, conformément aux dispositions de l'article 155-4 du décret n°67-236 du 23 mars 1967 sur les sociétés commerciales.

Le Président rappelle que cette délégation a été accordée pour une durée de 18 mois.

Il rappelle également que dans le cas où les souscriptions n'absorberaient pas la totalité de l'émission, l'assemblée générale extraordinaire du 15 juin 2006 a autorisé le conseil d'administration à limiter l'émission au montant des souscriptions recueillies, à condition que celui-ci atteigne au moins les trois-quarts de l'émission décidée.

Il est précisé enfin que cette assemblée a supprimé le droit préférentiel de souscription des actionnaires aux actions et valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société à émettre par le conseil d'administration en vertu de la délégation précitée.

En conséquence, et en vertu de cette délégation de compétence le conseil d'administration décide à l'unanimité, dans le cadre de l'admission des actions de la Société aux négociations sur Alternext, d'augmenter le capital social de 156.250 EUR, par émission d'un nombre maximum de 625.000 actions d'une valeur nominale de 0,25 EUR, soit environ 15,5% du capital social de la Société avant augmentation de capital. Cette opération d'augmentation de capital sera réalisée par placement privé.

Dans le cadre de ce placement privé, le conseil d'administration décide de supprimer le droit préférentiel de souscription réservé aux actionnaires et d'attribuer le droit de souscription aux 625.000 actions nouvelles au profit d'investisseurs dits qualifiés, conformément aux dispositions de l'article L. 411-2 4°) b) du Code monétaire et financier, dont la liste est définie par l'article D 411-1 du Code monétaire et financier.

Le conseil d'administration arrête ensuite à l'unanimité et comme suit les caractéristiques de l'émission :

## **1. Prix d'émission**

Sur la base de l'analyse financière de la société IDMiCaps, le prix d'émission des actions nouvelles qui devra être intégralement libéré lors de la souscription sera de 10,40 EUR par action, soit avec une prime d'émission unitaire de 10,15 EUR.

## **2. Produit de l'émission**

Sur la base d'un placement intégral (soit 625.000 actions), le produit brut de l'émission s'élèverait à 6.500.000 EUR, ce qui correspond à une prime d'émission d'un montant global de 6.343.750 EUR.

Sur la base de ce même prix d'émission, en cas de limitation de l'augmentation de capital à 75% du montant initialement prévu (soit 468.750 actions au lieu de 625.000), le produit brut de l'émission s'élèverait à 4.875.000 EUR soit une prime d'émission d'un montant global de 4.757.812,5 EUR.

## **3. Nature de la souscription**

L'augmentation de capital aura lieu sans appel public à l'épargne.

## **4. Délais et lieu de souscription**

La souscription sera ouverte du 6 au 10 juillet 2006 inclus.

Les souscriptions et versements seront reçus sans frais auprès d'UBS (Union des Banques Suisses) qui délivrera à l'appui des souscriptions et versements le certificat de souscription et de versement.

## **5. Forme des actions**

Les actions sont délivrées sous la forme nominative ou au porteur, au choix des actionnaires.

## **6. Renseignements concernant les actions dont l'admission est demandée**

### **6.1. Droits attachés aux actions**

Les 625.000 actions constituant le capital de la Société, ainsi que les actions nouvelles à émettre en vue de l'admission des titres de la Société aux négociations sur Alternext, seront toutes de même rang et conféreront les mêmes droits, tant dans la répartition des bénéfices que du boni éventuel de liquidation. Le droit de vote attaché aux actions est proportionnel au capital qu'elles représentent. Lors de la tenue des assemblées, chaque action donne droit à une voix. Toutefois, un droit de vote double sera attribué à toutes les actions détenues au nominatif depuis au moins deux ans.

### **6.2. Négociabilité des actions**

Au jour de l'admission des titres de la Société aux négociations sur Alternext, toutes les actions de la Société seront librement négociables dans les conditions et selon les dispositions légales et réglementaires. »

#### **4.1.3. Conseil d'administration ayant constaté l'émission**

En date du 11 juillet 2006, le Conseil d'Administration de la Société a constaté l'augmentation de capital consécutive au placement privé préalable à l'admission des actions sur Alternext.

##### **« 1. Lecture et approbation du procès-verbal de la précédente réunion du conseil**

Le Président ouvre la séance en donnant lecture du procès-verbal de la précédente réunion du conseil.

Aucune observation n'étant formulée, le procès-verbal est adopté à l'unanimité.

##### **2. Constatation de la réalisation définitive de l'augmentation de capital et modification subséquente des statuts**

Le Président du conseil, rappelle au conseil :

- que l'assemblée générale extraordinaire des actionnaires en date du 15 juin 2006 a délégué au conseil d'administration, en vue de l'admission des actions de la Société aux négociations sur Alternext, sa compétence, pour une durée de 18 mois, à l'effet de procéder en une ou plusieurs fois à l'époque ou aux époques qu'il fixera et dans les proportions et aux époques qu'il déterminera, à l'émission d'actions de la Société et de toutes valeurs mobilières de quelque nature que ce soit, donnant accès immédiatement ou à terme au capital de la Société ; étant précisé que le montant des augmentations de capital pouvant être réalisées immédiatement et/ou à terme, en vertu de la présente délégation, ne peut excéder le montant de 30.000.000 EUR de nominal ;
- que le 5 juillet 2006, le conseil d'administration a fait usage de cette délégation de compétence à l'effet d'augmenter le capital social de la Société avec suppression du droit préférentiel de souscription des actionnaires actuels au profit d'investisseurs qualifiés, et a décidé d'augmenter le capital social de 156.250 EUR par émission de 625.000 actions nouvelles d'une valeur nominale de 0,25 EUR chacune, émises avec une prime d'émission de 10,15 EUR par action, soit un prix de souscription total de 6.500.000 EUR ;
- que le délai de souscription a été fixé du 6 au 10 juillet 2006 ;

Le Président rappelle également que l'assemblée générale extraordinaire des actionnaires a autorisé le conseil d'administration, dans le cas où les souscriptions n'absorberaient pas la totalité de l'émission, à limiter l'émission au montant des souscriptions recueillies, à condition que ce montant représente au moins les trois-quarts de l'émission décidée.

Le Président expose alors au Conseil d'administration que le délai pour la souscription des actions nouvelles est clos depuis le 10 juillet 2006 et indique qu'à la clôture de ce délai, 494.651 actions nouvelles sur les 625.000 actions à émettre ont été souscrites, représentant plus des trois-quarts de l'émission décidée.

Le Président propose en conséquence aux membres du conseil d'administration de limiter l'augmentation de capital au montant des souscriptions recueillies.

Après en avoir délibéré, le conseil d'administration approuve la proposition de son président et décide à l'unanimité de limiter le montant de l'augmentation de capital au montant des souscriptions recueillies. Le conseil constate que l'augmentation de capital décidée le 5 juillet 2006 est, sous réserve de l'émission de son certificat par UBS (Union des Banques Suisses), dépositaire des fonds, définitivement réalisée à hauteur de 123.662,75 EUR par émission de 494.651 actions nouvelles de



0,25 EUR de nominale chacune, émises avec une prime d'émission de 10,15 EUR par action, représentant un total de souscriptions de 5.144.370,40 EUR et décide à l'unanimité, sous la même réserve, de modifier ainsi qu'il suit les articles 7 et 8 des statuts :

**« Article 7 – Apports »**

*Ajout du paragraphe suivant :*

« Par décision du conseil d'administration du 11 juillet 2006, agissant dans le cadre d'une délégation de compétence accordée par l'assemblée générale extraordinaire des actionnaires du 15 juin 2006, le capital social a été augmenté, par apport en numéraire de 123.662,75 EUR, par émission de 494.651 actions nouvelles de 0,25 euro de nominal chacune, émises avec une prime d'émission de 10,15 euros par action. »

**« Article 8 – Capital »**

« Le capital social est fixé à la somme de un million cent trente un mille neuf cent cinquante quatre euros et soixante quinze centimes (1.131.954,75 EUR). »

« Il est divisé en quatre millions cinq cent vingt sept mille huit cent dix neuf (4.527.819) actions d'une valeur nominale de 0,25 EUR chacune. »

**3. Pouvoirs pour les formalités**

Le conseil décide de donner tous pouvoirs au porteur d'une copie certifiée conforme du présent procès-verbal pour remplir toutes formalités légales de publicité.

Plus rien n'étant à l'ordre du jour, et personne ne demandant la parole, la séance est levée. »

**4.2. Caractéristiques du placement privé préalable 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 de la Société sur le marché Alternext, une opération de placement privé a été réalisée auprès d'investisseurs qualifiés durant le mois de juin 2006, opération portant sur 494 651 actions nouvelles émises par la Société.

L'ensemble de ces actions représentent 12,3 % du capital et 12,3 % des droits de vote de la Société avant augmentation de capital, et 10,92 % du capital et 10,92 % des droits de vote après augmentation de capital.

A titre indicatif, un actionnaire détenant avant l'augmentation de capital 1 % du capital, c'est-à-dire 40 332 actions et ne souscrivant pas à l'augmentation de capital, verrait sa part dans le capital évoluer de la façon suivante :

	% du capital	Nbre total d'actions
Avant augmentation de capital	1,00%	4 033 168
Après augmentation de capital	0,89%	4 527 819

(\*) : compte tenu de l'émission de 494 651 actions nouvelles au prix de 10,4 € / action

Incidence sur la quote-part des capitaux propres d'un actionnaire (sur la base des capitaux propres au 31 mars 2006) :

	Quote part en €	Nbre total d'actions
Avant augmentation de capital	0,23	4 033 168
Après augmentation de capital	1,34	4 527 819

(\*) : compte tenu de l'émission de 494 651 actions nouvelles au prix de 10,4 € / action

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 H et Associés auprès de ces investisseurs. Le prix retenu pour la réalisation effective de l'opération a été fixé à 10,4 € 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 cotation sur Alternext

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

- d'augmenter le capital de la Société afin d'assurer le développement de son activité,
- 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,
- de faire bénéficier ses actionnaires actuels et futurs des protections et garanties offertes par le marché Alternext,
- de se laisser l'opportunité de profiter d'éventuelles opérations de croissance externe pouvant s'offrir à elle.

#### 4.2.3. Charges relatives à la réalisation du placement privé et de la cotation sur Alternext

La rémunération globale des intermédiaires financiers est estimée à 275 K€ et le montant des frais juridiques, administratifs et de communication est estimé à 173 K€.

Les frais financiers, juridiques, administratifs et de communication seront pris en charge par la Société.

Ces frais seront imputés sur la prime d'émission.

#### 4.2.4. Eléments de valorisation

ID MidCaps, dans le cadre de l'opération de placement privé, a réalisé une analyse financière de la Société dont les principales conclusions sur les éléments de valorisation sont présentées ci-après.

## Approche par comparables

Il n'existe pas de comparables cotés d'Initiatives & Développements, ni parmi les sociétés évoluant sur le marché des CE ni parmi celles développant des clubs achat. La société américaine **Cendant** a entamé son développement à partir de clubs achat destinés aux voyages, mais désormais du fait de sa taille (18,2Mds\$ de CA en 2005) et de sa stratégie d'intégration verticale (immobilier, tour operator), elle ne nous paraît pas être un comparable judicieux. Nous n'avons d'ailleurs pas retenu de sociétés américaines dans nos échantillons compte tenu de la différence de taille des marchés intérieurs.

Compte tenu du modèle atypique d'Initiatives & Développements, à la fois société de services, de e-commerce et de publicité interactive, il nous paraît nécessaire d'établir deux échantillons de comparables. La société générant 60% de sa marge brute 2006/07<sup>e</sup> par les abonnements et les revenus publicitaires, le 1<sup>er</sup> échantillon regroupe des sociétés françaises intervenants dans le secteur internet (publicité, services marketing, éditeurs de contenu, sites par abonnement). Néanmoins, 83% du CA 2006/07<sup>e</sup> provenant de la vente de produits et services, nous avons constitué un second échantillon composé de sociétés de e-commerce et de vente à distance.

### Echantillon "publicité interactive/sites internet"

Sociétés	Capi. boursière (en Meuros)	CA 2006 (en Meuros)	Croissance	MOC 06	VE/CA 06	VE/EBIT 06	PE 06	VE/CA 07	VE/EBIT 07	PE 07
Meetic	418,2	75,0	74,4%	19,8%	4,62	23,4	39,6	3,30	16,0	29,9
Hi Media	190,9	75,5	204,9%	12,7%	2,64	20,8	20,7	1,74	10,5	11,1
Aufeminin.com	182,6	11,7	34,7%	53,4%	14,71	27,5	28,8	11,24	19,9	21,8
Business Interactif	71,4	28,5	79,2%	13,2%	2,36	17,9	26,6	1,68	11,7	15,5
1000mercis	61,8	7,1	73,2%	47,2%	7,36	15,6	28,5	5,15	11,4	21,9
Maximiles	43,4	9,3	32,3%	20,1%	3,64	18,1	22,2	2,79	12,3	16,8
Come&Stay	37,0	8,3	62,0%	20,4%	4,26	20,9	24,9	2,76	13,5	22,7
Emailvision	32,0	11,6	68,8%	9,5%	2,68	28,2	26,3	nd	nd	nd
Adverline	27,9	8,5	96,5%	15,6%	2,66	17,1	32,1	1,70	10,1	19,8
<b>MOYENNE</b>				<b>23,5%</b>	<b>5,29</b>	<b>21,0</b>	<b>27,7</b>	<b>4,09</b>	<b>13,2</b>	<b>19,9</b>
<b>MEDIANE</b>				<b>19,8%</b>	<b>3,95</b>	<b>20,8</b>	<b>26,6</b>	<b>2,79</b>	<b>12,0</b>	<b>20,8</b>

Source : IDMidCaps - Cours au 30/05/2006

### Echantillon "e-commerce/vente à distance"

Sociétés	Capi. boursière (en Meuros)	CA 2006 (en Meuros)	Croissance	MOC 06	VE/CA 06	VE/EBIT 06	PE 06	VE/CA 07	VE/EBIT 07	PE 07
Rue du commerce	95,9	270,0	20,0%	0,8%	0,29	ns	ns	0,27	ns	ns
LDLC.com	41,9	125,6	-13,2%	-3,4%	0,39	ns	ns	nd	nd	nd
ADL Partner	70,4	115,0	4,9%	5,0%	0,52	10,4	22,1	0,46	8,7	20,0
Via Presse	16,0	3,6	112,9%	23,7%	3,80	16,0	27,4	2,13	6,8	13,6
<b>MOYENNE</b>				<b>6,5%</b>	<b>1,25</b>	<b>13,2</b>	<b>24,8</b>	<b>0,95</b>	<b>7,8</b>	<b>16,8</b>
<b>MEDIANE</b>				<b>2,9%</b>	<b>0,46</b>	<b>13,2</b>	<b>24,8</b>	<b>0,46</b>	<b>7,8</b>	<b>16,8</b>

Source : IDMidCaps – Cours au 30/05/2006

Sur la base de la médiane des multiples des 2 échantillons, nous obtenons les multiples suivants et la valorisation induite pour Initiatives & Développements. La société clôturant ses comptes au 31 mars, nous avons appliqué les multiples 2006 à l'exercice 2006/07 d'Initiatives & Développements.

	VE/CA 06	VE/EBIT 06	PE 06	VE/CA 07	VE/EBIT 07	PE 07
Multiples échantillons	2,20	17,0	25,7	1,63	9,9	18,8
Valorisation induite (en Meuros)	48,2	57,1	53,9	64,7	53,4	58,8
<b>Médiane</b>	<b>55,5</b>					

## Approche par l'actualisation des flux de trésorerie (DCF)

Dans cette approche, la société est considérée comme une entité dont la valeur ne dépend pas de son bénéfice mais de sa capacité bénéficiaire qui est mesurée par ses « free cash-flows » ou flux de trésorerie disponibles après financement de la croissance.

Compte tenu du profil atypique d'Initiatives & Développements et d'éléments de risque identifiés, nous avons choisi d'appliquer de manière prudente un taux d'actualisation de 14,5% (OAT 10 ans à 3,94% et prime de risque Small & Mid Caps de 3,7% issue de la méthode IDMidCaps).

La construction de notre business plan s'est fondée sur des éléments fournis par la société. Nous avons ensuite bâti nos prévisions sur la base des perspectives de développement de chacune des activités : schématiquement, l'évolution des abonnements génère le développement des ventes de produits et services qui lui-même permet un élargissement de la base client et donc des ventes d'opt ins et d'espaces publicitaires.

Pour le calcul des free cash flow, nous avons retenu les hypothèses suivantes :

- Un taux de croissance moyen du chiffre d'affaires de 32,6% sur la période 2007-2012. La croissance en 2006/07 est, comme nous l'avons vu précédemment, exceptionnelle (+212%) et tient au rapprochement avec Pro Distribution et ultra-vantages.
- Une marge opérationnelle qui se stabilise à 12,8% à partir de 2009/10<sup>e</sup>. En 2007/08 et 2008/09, la rentabilité devrait s'éroder en raison de la croissance plus rapide des ventes de produits et services. Nous attendons ensuite une stabilisation sous l'effet de la croissance des revenus publicitaires et de l'effet volume sur les charges fixes.
- Un BFR normatif représentant -3% du CA en 2009/10. Les stocks devraient rester faibles grâce à l'accord avec GITEM. Les investissements d'exploitation se maintiennent autour 0.5Meuros dans la mesure où les frais de R&D sont passés en charges.

	mars-06	mars-07	mars-08	mars-09	mars-10	mars-11	mars-12	mars-13	mars-14	mars-15	mars-16	mars-17	
Chiffre d'affaires	6,2	20,5	35,7	57,9	72,4	84,1	92,5	99,9	104,9	110,2	115,7	118,6	
Croissance		228,7%	74,3%	62,2%	25,0%	16,2%	10,0%	8,0%	5,0%	5,0%	3,0%	2,5%	
ROC	0,2	3,2	4,7	7,5	9,2	10,7	11,8	12,7	13,4	14,0	14,5	14,8	
% du CA	3,6%	15,5%	13,3%	12,9%	12,8%	12,8%	12,8%	12,8%	12,8%	12,8%	12,5%	12,5%	
IS/ROC	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	33,0%	
DAP	0,1	0,1	0,1	0,2	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,6	
% du CA	1,5%	0,5%	0,3%	0,3%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	
Cash Flow des opérations	0,2	2,2	3,3	5,2	6,5	7,6	8,4	9,0	9,5	10,0	10,3	10,5	
Investissements	0,0	-0,1	-0,1	-0,2	-0,4	-0,4	-0,5	-0,5	-0,5	-0,6	-0,6	-0,6	
% du CA	0,6%	-0,5%	-0,3%	-0,3%	-0,5%	-0,5%	-0,5%	-0,5%	-0,5%	-0,5%	-0,5%	-0,5%	
Variation du BFR	-0,3	1,2	0,5	0,6	0,4	0,4	0,3	0,2	0,1	0,2	0,2	0,1	
% du CA		8,5%	3,1%	2,8%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	
Free Cash flow	-0,1	3,3	3,6	5,6	6,6	7,5	8,2	8,8	9,1	9,6	9,9	10,0	
Taux d'actualisation		1,0	0,9	0,8	0,7	0,6	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	
FCF actualisé		3,3	3,2	4,3	4,4	4,4	4,1	3,9	3,5	3,2	2,9	2,6	
WACC		14,5%							Valeur d'entreprise			50,9	
Taux de croissance à l'infini		1,5%							- Dette nette			3,1	
											+ Actifs financiers		0,0
Somme des cash flows actualisés		31,2							Valorisation (en Meuros)			54,0	
Valeur terminale		19,7											

La moyenne de ces deux approches nous conduit à une valorisation pré-money théorique de la société de 54,75 Meuros.

### 4.3. Répartition actuelle du capital et des droits de vote

#### Répartition du capital avant l'opération

Actionnaires	Nombre de titres	% de détention	Nombre de droits de vote	% de droit de vote
Initiatives & Développements Holding	4 032 928	99,99%	4 032 928	99,99%
Personnes physiques, dont				
Christian BILLET	40	0,00%	40	0,00%
Jan DUCKERT	40	0,00%	40	0,00%
Fabien PEAN	40	0,00%	40	0,00%
Roselyne QUESTIER	40	0,00%	40	0,00%
Christophe DE SAGAZAN	40	0,00%	40	0,00%
Christian QUEROU	40	0,00%	40	0,00%
<b>Total</b>	<b>4 033 168</b>	<b>100,00%</b>	<b>4 033 168</b>	<b>100,00%</b>

#### Répartition du capital après l'opération

Actionnaires	Nombre de titres	% de détention	Nombre de droits de vote	% de droit de vote
Initiatives & Développements Holding	4 032 928	89,07%	4 032 928	89,07%
Personnes physiques, dont				
Christian BILLET	40	0,00%	40	0,00%
Jan DUCKERT	40	0,00%	40	0,00%
Fabien PEAN	40	0,00%	40	0,00%
Roselyne QUESTIER	40	0,00%	40	0,00%
Christophe DE SAGAZAN	40	0,00%	40	0,00%
Christian QUEROU	40	0,00%	40	0,00%
<i>Sous total</i>	<i>4 033 168</i>	<i>89,08%</i>	<i>4 033 128</i>	<i>89,08%</i>
Investisseurs Qualifiés (*)	494 651	10,92%	494 651	10,92%
<b>Total</b>	<b>4 527 819</b>	<b>100,00%</b>	<b>4 527 779</b>	<b>100,00%</b>

(\*) : compte tenu de l'émission de 494 651 actions nouvelles au prix de 10,4 € / action

### 4.4. Nature, nombre, date de jouissance des actions admises aux négociations

#### Nature

Actions ordinaires toutes de même catégorie

#### Nombre

4 527 819 actions de 0,25 euro de valeur nominale

#### Jouissance

1<sup>er</sup> avril 2006 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 494 651 titres), soit un total de 4 527 819 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 aura lieu le 19 juillet 2006.

#### 4.6. Etablissements financiers en charge de l'admission

<b>Listing Sponsor</b>	<b>Services titres</b>
<b>H. et Associés</b> 15, avenue de l'Opéra – 75001 Paris  Fax : 01.47.03.05.57	<b>BNP Paribas Securities Services</b> ACI : CDAO4A1 - Les Collines de l'Arche - 75540 Paris 09 Fax : 01.55.77.95.62