

PROSPECTUS SIMPLIFIE

INSCRIPTION SUR LE MARCHE LIBRE D'EURONEXT PARIS



MAPORAMA INTERNATIONAL
174, quai de Jemmapes
75 010 Paris
RCS PARIS B 451 365 639



VISA DE L'AUTORITE DES MARCHES FINANCIERS

En application des articles L412.1 et L621.8 du Code Monétaire Financier, l'Autorité des Marchés Financiers a apposé sur le présent prospectus simplifié le visa n°05-620 en date du 30 juin 2005 conformément aux articles 214-1 à 214-21 de son Règlement Général. Ce prospectus a été établi par l'émetteur et engage la responsabilité de ses signataires. Le visa n'implique ni approbation de l'opportunité de l'opération ni authentification des éléments comptables et financiers présentés. Il a été attribué après examen de la pertinence et de la cohérence de l'information donnée dans la perspective de l'opération proposée aux investisseurs.

AVERTISSEMENT

L'Autorité des marchés financiers attire l'attention du public sur les faits suivants :

- > Les observations du commissaire aux comptes sur les comptes annuels clos au 31 octobre 2004 ainsi que celles portant sur les comptes intermédiaires arrêtés au 28 février 2005 reprises ci-dessous :
 - Le litige avec la société GEOCONCEPT qui n'a fait l'objet d'aucune provision ;
 - les modalités de prise en compte du chiffre d'affaires réalisé durant l'exercice dont notamment le produit de la vente des licences non réparti sur l'année d'utilisation des droits ;
 - l'activation en immobilisations incorporelles des logiciels développés par la société pour un montant de 300 584 €, (au 31 octobre 2004) et en immobilisations incorporelles en cours pour un montant de 137 719 € (au 31 octobre 2004 et au 28 février 2005).
- > L'augmentation de capital avec abandon des droits préférentiels de souscription pourra être limitée au montant des souscriptions recueillies à condition que celui-ci atteigne les trois quarts au moins de l'augmentation de capital ;
- > La société ne prévoit pas de distribuer de dividendes au cours des prochains exercices ;
- > 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. ;



Conseil



Société de Bourse

CHAMPEIL & ASSOCIES



Co-introducteur

Table des matières

1	<i>Attestation des responsables du prospectus simplifié et du contrôle des comptes</i>	4
1.1	Nom et fonction de la personne physique assumant la responsabilité du prospectus simplifié	4
1.2	Attestation du responsable du prospectus simplifié	4
1.3	Nom, adresse et qualification des contrôleurs légaux.....	4
1.4	Honoraires des commissaires aux comptes	5
1.5	Avis du commissaire aux comptes sur le prospectus simplifié	5
1.6	Attestation des Intermédiaires Financiers	7
1.7	Responsable de l'information financière.....	7
2	<i>Chapitre 2 : Emission / admission d'instruments financiers</i>	8
2.1	Renseignements généraux relatifs aux actions dont l'inscription à la cote du Marché Libre d'Euronext Paris SA est demandée	8
2.2	Renseignements relatifs à l'émission.....	10
2.3	Renseignements relatifs à l'opération.....	17
2.4	Renseignements relatifs de caractère général sur les actions dont l'admission est demandée.....	22
3	<i>Renseignements de caractère général concernant l'émetteur et son capital</i>	28
3.1	Renseignements de caractère général concernant la société.....	28
3.2	Renseignements de caractère général concernant le capital de la société	32
4	<i>Renseignements concernant l'activité de l'émetteur, l'évolution récente, les perspectives d'avenir</i>	35
4.1	Présentation générale de la société.....	35
4.2	Description des principales activités de l'émetteur	40
4.3	Description des ressources humaines et de l'environnement social.....	80
4.4	Relations entre Maporama International et ses filiales.....	81
4.5	Facteurs de risques	81
4.6	Engagement hors bilan.....	84
4.7	Calendrier de communication financière	85
4.8	Litiges en cours	85
4.9	Glossaire	87
5	<i>Patrimoine – Situation financière – résultats</i>	90
5.1	Comptes annuels au 31 octobre 2004.....	90
5.2	Comptes au 28 /02 2005.....	107

6	<i>Gouvernement d'entreprise</i>	122
6.1	Le conseil d'administration	122
6.2	Rémunération des organes de direction, d'administration et de contrôle	124
6.3	Information relative au contrôle interne	124
7	<i>Evolution récente et perspectives</i>	127
7.1	Evolutions récentes	127
7.2	Commentaires associés aux comptes prévisionnels	129
7.3	Hypothèses de construction des comptes prévisionnels	130
7.4	Analyse de sensibilité sur les principales hypothèses du Business Plan	132

1 Attestation des responsables du prospectus simplifié et du contrôle des comptes

1.1 Nom et fonction de la personne physique assumant la responsabilité du prospectus simplifié

Monsieur Sydney DRAHY,

Président Directeur Général de Maporama International (ci après « la Société » ou « Maporama International »)

1.2 Attestation du responsable du prospectus simplifié

A ma connaissance, les données du présent prospectus simplifié 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 Maporama International ainsi que sur les droits attachés aux titres offerts. Elles ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée.

Paris, le 30 juin 2005



Monsieur Sydney DRAHY

Président Directeur Général

1.3 Nom, adresse et qualification des contrôleurs légaux

Les comptes sociaux de l'exercice clos au 31 octobre 2004, ont été certifiés par Monsieur Charles BRAHMI en sa qualité de commissaire aux comptes.

Ses coordonnées sont les suivantes :

Monsieur Charles BRAHMI

1, rue Méhul

75 002 Paris

Monsieur Charles BRAHMI a été nommé Commissaire aux Comptes de la société dans les statuts datés du 12 décembre 2003. Le renouvellement de cette mission ou la nomination d'un nouveau Commissaire aux Comptes sera proposé lors de l'Assemblée Générale des Actionnaires amenée à se prononcer sur les comptes de l'exercice clos au 31 décembre 2009.

Le commissaire aux comptes suppléant désigné est la société Surveillance Contrôle Bilan (SCB), domiciliée, 1, avenue Alphand, 94 160 Saint Mandé.

Le cabinet Surveillance Contrôle Bilan a été nommé Commissaire aux Comptes suppléant dans les statuts datés du 12 décembre 2003. Le renouvellement de cette mission ou la nomination d'un nouveau Commissaire aux Comptes sera proposé lors de l'Assemblée Générale des Actionnaires amenée à se prononcer sur les comptes de l'exercice clos au 31 décembre 2009.

1.4 Honoraires des commissaires aux comptes

Exercice clos au 31 octobre 2004

	Monsieur Charles BRAHMI 1, rue Méhul 75 002 Paris	Surveillance Contrôle Bilan 1, avenue Alphand 94 160 Saint Mandé
AUDIT	Montant HT	Montant HT
Commissariat aux Comptes, certification, examen des comptes individuels et consolidés	15 000 euros	0
SOUS TOTAL	15 000 euros	0
AUTRES PRESTATIONS	0 euros	0
TOTAL	15 000 euros	0

1.5 Avis du commissaire aux comptes sur le prospectus simplifié

En notre qualité de commissaire aux comptes de la société MAPORAMA, et en application des dispositions des articles 211-4 et 211-5-2 du livre II du règlement général de l'Autorité des Marchés Financiers, nous avons procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, à la vérification des informations portant sur la situation financière et les comptes historiques données dans le présent prospectus simplifié établi à l'occasion de l'introduction en Bourse de la société MAPORAMA.

Ce prospectus simplifié a été établi sous la responsabilité de Monsieur Sydney DRAHY, Président Directeur Général du Conseil d'Administration de la société MAPORAMA. Il nous appartient d'émettre un avis sur la sincérité des informations qu'il contient portant sur la situation financière et les comptes.

Nos diligences ont consisté, conformément aux normes professionnelles applicables en France, à apprécier la sincérité des informations portant sur la situation financière et les comptes et à vérifier leur concordance avec les comptes ayant fait l'objet d'un rapport. Elles ont également consisté à lire les autres informations contenues dans le prospectus simplifié, afin d'identifier, le cas échéant, les incohérences significatives avec les informations portant sur la situation financière et les comptes, et de signaler les informations manifestement erronées que nous aurions relevées sur la base de notre connaissance générale de la société acquise dans le cadre de notre mission.

S'agissant du compte de résultat prévisionnel présenté au chapitre 7, nos diligences ont consisté à vérifier :

- qu'elles résultent d'un processus d'élaboration structuré,
- que les hypothèses retenues pour l'élaboration de ces données et leur traduction chiffrée sont décrites dans le prospectus,
- que les divers calculs ont été effectués conformément aux hypothèses retenues par les dirigeants.

Par ailleurs nous vous rappelons que le compte de résultat prévisionnel contenu dans ce prospectus présentant par nature un caractère incertain, les réalisations différeront parfois de manière significative des informations prévisionnelles présentées.

Les comptes annuels pour l'exercice clos le 31 octobre 2004 arrêtés par le Président, ont fait l'objet d'un audit par nos soins, selon les normes professionnelles applicables en France, et ont été certifiés avec les observations suivantes :

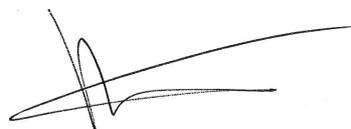
- 1 - le litige avec la société GEOCONCEPT qui n'a fait l'objet d'aucune provision,
- 2 - l'activation en immobilisations incorporelles des logiciels développés par la société pour un montant de 300 584 €
- 3 - les modalités de prise en compte du chiffre d'affaires réalisé durant l'exercice dont notamment le produit de la vente des licences non réparti sur l'année d'utilisation des droits.

Les comptes intermédiaires arrêtés au 28 février 2005 par le Président, ont fait l'objet d'un examen limité par nos soins, selon les normes professionnelles applicables en France, et ont été certifiés avec les observations suivantes :

- 1 - l'activation en immobilisations incorporelles des logiciels développés par la société pour un montant de 300 584 € et en immobilisations incorporelles en cours pour un montant de 137 719 €
- 2 - les modalités de prise en compte du chiffre d'affaires réalisé durant l'exercice dont notamment le produit de la vente des licences non réparti sur l'année d'utilisation des droits.
- 3 - le litige avec la société GEOCONCEPT qui n'a fait l'objet d'aucune provision

Sur la base de ces diligences, nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité des informations portant sur la situation financière et les comptes, présentées dans ce prospectus simplifié établi à l'occasion de l'introduction en bourse de la société MAPORAMA.

Fait à Paris, le 30 juin 2005



Charles BRAHMI

Commissaire aux Comptes

Le présent prospectus simplifié inclut par ailleurs :

- le rapport général au 31 Octobre 2004 du commissaire aux comptes (chapitre 5.1.1 du présent prospectus simplifié) comportant la justification des appréciations des commissaires aux comptes établie en application des dispositions de l'article L. 225-235 du code de commerce.
- le rapport d'examen limité au 28 février 2004 du commissaire aux comptes (chapitre 5.2.1 du présent prospectus simplifié).

1.6 Attestation des Intermédiaires Financiers

ATOUT CAPITAL, Conseil, GLOBAL EQUITIES et CHAMPEIL & ASSOCIES, Prestataires de Services d'Investissement confirment avoir effectué, en vue de l'opération d'inscription sur le Marché Libre de la société MAPORAMA INTERNATIONAL, les diligences professionnelles d'usage.

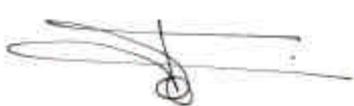
Ces diligences ont notamment pris la forme de la vérification des documents produits par MAPORAMA INTERNATIONAL ainsi que d'entretiens avec des membres de la direction et du personnel de MAPORAMA INTERNATIONAL, conformément au code professionnel élaboré conjointement par la Fédération bancaire française et l'Association française des entreprises d'investissement.

ATOUT CAPITAL, Conseil, GLOBAL EQUITIES et CHAMPEIL & ASSOCIES, Prestataires de Services d'Investissement attestent, conformément aux articles 211-1 à 211-42 du Règlement Général de l'Autorité des Marchés Financiers, que les diligences ainsi accomplies n'ont révélé dans le contenu du prospectus 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 MAPORAMA INTERNATIONAL à ATOUT CAPITAL, Conseil, GLOBAL EQUITIES et CHAMPEIL & ASSOCIES, Prestataires de Services d'Investissement, ces derniers les ayant présumés exhaustifs, véridiques et sincères.

Cette attestation ne constitue pas une recommandation de ATOUT CAPITAL, Conseil, GLOBAL EQUITIES et CHAMPEIL & ASSOCIES, Prestataires de Services d'Investissement de souscrire aux titres de MAPORAMA INTERNATIONAL, ni ne saurait se substituer aux autres attestations ou documents délivrés par MAPORAMA INTERNATIONAL et/ou son commissaire aux comptes. »

Fait à Paris, le 30 juin 2005



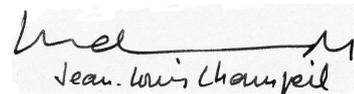
Eric PARENT

Président Directeur Général
Atout Capital



Gilles BOYER

Président Directeur Général
Global Equities



Jean-Louis CHAMPEIL

Président Directeur Général
Champeil & Associés

1.7 Responsable de l'information financière

Maporama International

Dominique GRILLET

Tel : 01 44 84 10 00

Fax : 01 44 84 10 01

investisseurs@maporama.com

www.maporama.com

2 Chapitre 2 : Emission / admission d'instruments financiers

2.1 Renseignements généraux relatifs aux actions dont l'inscription à la cote du Marché Libre d'Euronext Paris SA est demandée

2.1.1 Nature et nombre de titres

Les titres dont l'inscription à la cote du Marché Libre d'Euronext Paris est demandée sont les suivants :

- 2 490 000 actions ordinaires existantes de même catégorie, représentant 100 % du capital social et des droits de vote de la société, à ce jour,
- 747 000 actions nouvelles maximum à provenir de l'augmentation de capital à réaliser dans le cadre de l'inscription des titres de la société sur le Marché Libre d'Euronext Paris.

Cette augmentation de capital est offerte pour 75 % dans le cadre d'une opération de placement et pour 25 % dans le cadre d'une Offre à Prix Ferme.

2.1.2 Forme des actions (article 10 des statuts)

Les actions entièrement libérées sont nominatives.

Les actions donnent lieu à une inscription en compte dans les conditions et selon les modalités prévues par les dispositions législatives et réglementaires, à savoir :

- en compte nominatif pur, auprès de la société,
- en compte nominatif administré, auprès d'un intermédiaire habilité,

L'inscription en compte nominatif pur devra se faire par la voie recommandée avec accusé de réception au siège social de la société.

2.1.3 Date prévue d'inscription sur le Marché Libre d'Euronext Paris

Le 14 juillet 2005.

2.1.4 Libellé à la cote du Marché Libre d'Euronext Paris

Libellé : MAPORAMA

Code ISIN : FR0010215202

2.1.5 Siret, dénomination du secteur d'activité (NAF)

Siret : 451 365 639 000 17

Code activité (NAF) : 722A (Edition de logiciels)

2.1.6 Contrat de liquidité

Néant

2.1.7 Origine des titres

Un maximum de 747 000 actions nouvelles à émettre dans le cadre d'une augmentation de capital par appel public à l'épargne avec suppression du droit préférentiel de souscription.

Il n'est pas prévu de clause de surallocation.

2.1.8 Société Conseil

ATOUT CAPITAL

7, rue d'Artois

75 008 Paris

2.1.9 Société de Bourse

GLOBAL EQUITIES

23, rue Balzac

75 008 Paris

2.1.10 Co-introducteur

CHAMPEIL ET ASSOCIES

10, rue Lord Byron

75 008 Paris

2.1.11 Service financier des titres

EURO EMETTEURS FINANCE

48, boulevard des Batignolles

75 017 Paris

2.2 Renseignements relatifs à l'émission

2.2.1 Autorisation d'augmenter le capital social par voie d'émission de valeurs mobilières avec suppression du droit préférentiel de souscription des actionnaires, et délégation au Conseil d'Administration (*Assemblée Générale Extraordinaire du 06 juin 2005*)

L'Assemblée Générale, après avoir pris connaissance du rapport du Président et du rapport spécial du Commissaire aux Comptes prescrit par les articles L 225-129 et L 225-136 du Code de commerce et 155 du Décret du 23 mars 1967 et dans le cadre spécifique du projet d'introduction/inscription ci avant décrit :

- Autorise dès à présent le conseil d'administration qui sera mis en place, pour une durée de 26 mois à compter de ce jour, à augmenter le capital par appel public à l'épargne d'une somme maximale de 300 000 euros en nominal, en une ou plusieurs fois, par l'émission, avec ou sans prime d'émission, d'actions de la société, et de toutes valeurs mobilières de quelque nature que ce soit, y compris les bons de souscription émis de manière autonome à titre gratuit ou onéreux, donnant droit immédiatement, et/ou, à terme à des actions de la société
- Décide de supprimer le droit préférentiel de souscription, sans indication du nom des bénéficiaires, afin de faire appel public à l'épargne ;
- Décide que le Conseil d'administration pourra limiter le montant de l'augmentation de capital et corrélativement le nombre d'actions à émettre au montant des souscriptions reçues, à la condition que celui-ci atteigne au moins les trois-quarts (75%) de l'émission décidée.

Le prix d'émission des actions qui ne devra pas être inférieur soit à la part des capitaux propres par action tels qu'ils résultent du dernier bilan approuvé à la date d'émission, soit deux (2) euros, sera arrêté par le Conseil d'Administration.

L'Assemblée Générale délègue tous pouvoirs au Conseil d'administration à l'effet de procéder, à cette ou à ces augmentations de capital dans la limite ci-dessus fixée, aux dates, dans les délais et selon les modalités qu'il arrêtera, en conformité avec les prescription légales et statutaires, notamment :

- Conférer aux actionnaires la possibilité de souscrire par priorité les actions nouvelles pendant le délai et selon les modalités qu'il déterminera ;
- Fixer le nombre d'actions nouvelles à émettre, leur date de jouissance, le prix d'émission, ainsi que les dates et conditions de leur émission ; notamment le prix d'émission et toutes les autres modalités nécessaires;
- Conclure tous contrats en vue de garantir ou non la bonne fin des opérations en cours ;
- Fixer la date d'ouverture et de clôture de la période de souscription ;
- Recueillir les souscriptions aux actions nouvelles et les versements y afférents ;
- Constaté la réalisation de l'augmentation de capital
- Accomplir généralement toutes formalités résultant de la ou des augmentations de capital qui pourront être réalisées et, notamment, apporter aux statuts les modifications corrélatives.

- Imputer les frais d'augmentation de capital ainsi que les frais liés à l'admission des actions de la Société sur la prime d'émission
- D'une manière générale, prendre toutes mesures et remplir toutes formalités nécessaires pour la réalisation des opérations. Il pourra notamment passer tous les traités avec tous les établissements financiers ou toutes les banques en vue de l'émission et du placement des actions nouvelles et stipuler à leur profit telles commissions qu'il jugera à propos à titre de rémunération pour les placements de titres.

2.2.2 Autorisation d'inscription des titres de la société sur un marché Boursier (Assemblée Générale Extraordinaire du 06 juin 2005)

L'Assemblée Générale, connaissance prise du rapport du Conseil d'Administration, approuve le principe de l'introduction ou de l'inscription des titres de la Société sur un marché réglementé ou non réglementé (Marché Libre ou Alternext) d'Euronext Paris.

L'Assemblée Générale autorise l'introduction ou l'inscription des titres de la Société sur un marché réglementé ou non réglementé (Marché Libre ou Alternext) d'Euronext Paris, et donne ainsi tous pouvoirs au Conseil d'Administration afin de réaliser toutes démarches, prendre toutes décisions et signer tous documents pour faire admettre aux négociations, avant le 31 Mars 2006, les titres de la Société.

2.2.3 Utilisation de cette autorisation par le Conseil d'Administration du 10 juin 2005

Sur proposition du Président, faisant usage des pouvoirs qui lui ont été conférés par l'AGE du 06 juin 2005, le Conseil d'Administration décide de faire procéder à l'inscription des titres de la société sur le marché Libre d'Euronext Paris et ce dans les meilleurs délais.

La réalisation de cette opération est confiée aux sociétés Atout Capital SA (conseil), Global Equities (Introduceur), Champeil & Associés (Co-introduceur) et KAPARCA Finance (conseil en communication).

Cette opération, visée par l'AMF dans le cadre d'un prospectus simplifié, prendra la forme d'une augmentation de capital d'un montant de l'ordre de 3 M€ par voie d'appel public à l'épargne avec suppression du DPS et l'émission d'un nombre maximum de 747 000 actions nouvelles de même nominal.

Le prix d'émission devra être compris entre 3,80 euros et 4,30 euros par action.

L'offre pourra prendre la forme d'une OPF ou d'une OPO.

Les actions nouvelles émises porteront jouissance au 1er janvier 2005 et seront entièrement assimilables aux anciennes dès leur émission.

La bonne fin de l'opération ne sera pas garantie.

Le service émetteur (gestion du livre des actionnaires) sera confié à Euro Emetteur Finance et l'admission des actions à Euroclear sera requise.

Le Conseil d'Administration approuve le Prospectus Simplifié tel qui lui est proposé.

2.2.4 Prix d'émission

Le prix d'émission des actions offertes dans le cadre de l'augmentation de capital (Placement Global et Offre à prix ferme) est fixé à 4,05 euros.

Ce prix a été fixé par le Conseil d'Administration tenu le 29 juin 2005.

2.2.5 Eléments d'appréciation du prix d'offre

2.2.5.1 Méthode des comparables boursiers

1) Méthode des comparables boursiers :

Maporama International ne dispose pas de réel comparable coté.

Il a cependant été défini un échantillon de sociétés présentant des similitudes avec l'activité et le business model de Maporama International.

- **Gameloft** : Développeur et éditeur de jeux vidéo pour téléphones mobiles. C'est une entreprise qui, comme Maporama International est positionnée sur le secteur de la mobilité.
- **Esker** : Concepteur et éditeur de progiciels. De la même manière que Maporama International, cette entreprise réalise une partie importante de son chiffre d'affaires (69%) grâce à la vente de licences.
- **XRT** : Développeur et vendeur de progiciels de gestion. XRT réalise également une partie de son chiffre d'affaires grâce à la vente de licences (28,3%) Cette société fournit une offre destinée à accroître l'efficacité des entreprises clientes, de la même manière que Maporama International.
- **Elit Group** : Editeur et intégrateur de progiciels, spécialisé dans les métiers du transport, et de l'agroalimentaire frais.

Comme Maporama International, le groupe Elit propose une offre en mode ASP, et a également développé des activités de géolocalisation.

Nous avons également choisis des entreprises cotées sur le Nasdaq, et qui fournissent des solutions en mode ASP, principale caractéristique de l'offre de Maporama International.

- **Digital River** : Entreprise spécialisée dans le commerce électronique en mode ASP. L'entreprise fournit des sites de e-commerce à ses clients partenaires (Motorola, Symantec, ...) en mode ASP.
- **Rightnow Technologies** : éditeur de solutions CRM (Customer Relationship Management) en mode ASP.

Sociétés	Marché	Capitalisation au 22 juin 2005	VE/CA	
			2004	2005
Gameloft	Eurolist B	255 M€	11	7,4
Elit Group	Eurolist C	12 M€	0,94	0,63
Esker	Eurolist C	17 M€	0,43	0,44
XRT	Eurolist C	42 M€	0,84	0,79
Digital River	Nasdaq	1009 M\$	6,9	5,14
Rightnow Technologies	Nasdaq	295M\$	4,4	3,3
Moyenne			4,09	2,95
Valorisation théorique de Maporama International (en M€)			8,444	13,785
Valorisation moyenne de Maporama International			11,115 M€	

Source : Jacques Chahine Finance

La valorisation moyenne pré money (avant augmentation de capital de 3M€) de Maporama International ressort ainsi à 11,115 M€

2) Méthode d'actualisation des cash flows futurs :

En ce qui concerne la période 2005-2007, nous avons retenu les hypothèses du business plan fourni par Maporama International. Les données de la période suivante (2007-2015) ont été estimées par les sociétés Atout Capital, Global Equities et Champeil & Associés.

Les hypothèses retenues sont les suivantes :

- Un taux d'actualisation (coût moyen pondéré du capital) de 15,5 %,
- Un taux de croissance fin 2015 de 4 %,
- Une marge d'exploitation fin 2015 de 13,8 %,
- Des investissements mineurs concernant uniquement l'acquisition de nouveaux serveurs,
- Un BFR négatif qui augmente en valeur absolue,
- Un taux de croissance à l'infini de 3%,

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Chiffre d'affaires (M€)	4,5	9,8	12,5	15,1	17,9	19,0	20,0	21,0	22,0	23,0	23,9
Variation (en %)	117,4	117,8	27,6	20,8	18,5	6,1	5,3	5,0	4,8	4,5	4,0
EBE	0,25	1,25	1,5975	1,9328	2,327	2,47	2,79	3,09	3,39	3,59	3,79
Marge d'EBE	5,56%	12,76%	12,78%	12,80%	13,00%	13,00%	13,95%	14,71%	15,41%	15,61%	15,84%
-Amortissements	0,218	0,36	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49
Résultat d'exploitation (M€)	0,03	0,89	1,24	1,44	1,84	1,98	2,30	2,60	2,90	3,10	3,30
Marge d'exploitation (en %)	0,71	9,08	9,92	9,55	10,26	10,42	11,50	12,38	13,18	13,48	13,80
IS théorique (33%) - (M€)	0,01	0,29	0,41	0,48	0,61	0,65	0,76	0,86	0,96	1,02	1,09
REX après impôts (M€)	0,02	0,60	0,83	0,97	1,23	1,33	1,54	1,74	1,94	2,08	2,21
%	0,48%	6,08%	6,65%	6,40%	6,88%	6,98%					
Dotations aux amort. et provisions (M€)	0,22	0,36	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49
BFR	-1,20	-2,35	-3,00	-3,62	-4,30	-4,56	-4,80	-5,04	-5,28	-5,52	-5,74
cash flow d'exploitation (M€)	0,24	0,96	1,32	1,46	1,72	1,82	2,03	2,23	2,43	2,57	2,70
Variation de BFR (M€)	-0,41	-1,15	-0,65	-0,62	-0,67	-0,26	-0,24	-0,24	-0,24	-0,24	-0,22
Investissements (M€)	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49	0,49
cash flow disponible (M€)	0,16	1,62	1,48	1,59	1,90	1,59	1,78	1,98	2,18	2,32	2,43

Somme des cash flows actualisés (M€)	8,50
Valeur terminale (M€)	19,45
Valeur terminale actualisée (en M€)	4,39

Valeur de l'entreprise (en M€)	12,88
Endettement net (en M€)	-0,60
Valeur des capitaux propres (en M€)	13,48

Dans les hypothèses qui ont permis de dresser cette valorisation, il n'a pas été tenu compte du risque non provisionné lié au litige avec la société Géoconcept dans la mesure où les avocats de Maporama International ont confirmé qu'il n'avait pas lieu de provisionner.

Cette méthode fait ressortir une valorisation post-money (après augmentation de capital) de 13,48 M€
La valorisation pré-money (avant augmentation de capital) peut alors être déduite : 10,48 M€

Le tableau de sensibilité de la valorisation est le suivant :

Tx d'actualisation	Taux de croissance à l'infini				
	2%	2,50%	3%	3,50%	4%
14,5%	14,27	14,47	14,69	14,93	15,19
15,0%	13,69	13,87	14,06	14,27	14,49
15,5%	13,16	13,31	13,48	13,67	13,87
16,0%	12,66	12,8	12,95	13,11	13,29
16,5%	12,20	12,33	12,45	12,60	12,76

2.2.6 Incidence de l'opération sur la situation de l'actionnaire

Dans l'hypothèse d'une souscription intégrale des actions offertes dans le cadre de l'augmentation de capital, l'impact sur les capitaux propres par action de la présente émission d'actions nouvelles est la suivante :

Quote-part des capitaux propres par action (en € et au 28 février 2005)	Emission de 747 000 actions (*)	Emission de 560 250 actions (**)
Avant augmentation de capital	-0,51	-0,51
Après augmentation de capital	0,53	0,32

* correspondant à 100 % de l'opération,

** correspondant à 100 % du placement soit 75 % du montant total de l'opération.

Après les opérations d'augmentation et de réduction de capital intervenues lors de l'Assemblée Générale du 06 juin 2005, l'impact sur les capitaux propres par action de la présente émission d'actions nouvelles est la suivante :

Quote-part des capitaux propres par action (en € et au 06 juin 2005 après l'Assemblée Générale)	Emission de 747 000 actions (*)	Emission de 560 250 actions (**)
Avant augmentation de capital	0,09	0,09
Après augmentation de capital	1,00	0,81

* correspondant à 100 % de l'opération,

** correspondant à 100 % du placement soit 75 % du montant total de l'opération.

L'impact sur la quote-part de capital d'un actionnaire qui détiendrait préalablement à la présente émission, 1 % du capital (soit 24 900 actions), est la suivante :

Incidence sur la détention du capital	Quote-part de capital détenue
Avant émission	1%
Après émission de 747 000 actions nouvelles	0,77%
Après émission de 560 250 actions nouvelles *	0,82%

* En cas de souscription à 75 % de l'augmentation de capital.

2.2.7 Répartition du capital et des droits de vote avant et après inscription sur le Marché Libre

Le tableau ci-dessous a été établi en présentant les deux hypothèses suivantes :

Actionnaires	Avant inscription			
	Actions	%	Droits de vote	%
Sydney DRAHY *	2 467 496	99,10%	2 467 496	99,10%
Yves DRAHY *	11 250	0,45%	11 250	0,45%
Isabelle HADDAD née DRAHY *	11 250	0,45%	11 250	0,45%
Danièle DRAHY née COHEN	1	0,00%	1	0,00%
Michael HADDAD *	1	0,00%	1	0,00%
Jean POULIT	1	0,00%	1	0,00%
Dominique GRILLET	1	0,00%	1	0,00%
Public	0	0,00%	0	0,00%
Total	2 490 000	100,00%	2 490 000	100,00%

- **Hypothèse 1** : Souscription à 100 % de l'augmentation de capital avec 75 % réalisé dans le cadre du placement et 25 % dans le cadre de l'offre à prix ferme,

Actionnaires	Après inscription Hypothèse 1			
	Actions	%	Droits de vote	%
Sydney DRAHY *	2 467 496	76,23%	2 467 496	76,23%
Yves DRAHY *	11 250	0,35%	11 250	0,35%
Isabelle HADDAD née DRAHY *	11 250	0,35%	11 250	0,35%
Danièle DRAHY née COHEN	1	0,00%	1	0,00%
Michael HADDAD *	1	0,00%	1	0,00%
Jean POULIT	1	0,00%	1	0,00%
Dominique GRILLET	1	0,00%	1	0,00%
Public	747 000	23,08%	747 000	23,08%
Total	3 237 000	100,00%	3 237 000	100,00%

- **Hypothèse 2 :** Souscription à 75 % de l'augmentation de capital avec uniquement 75 % réalisé dans le cadre du placement.

Actionnaires	Après inscription Hypothèse 2			
	Actions	%	Droits de vote	%
Sydney DRAHY *	2 467 496	80,89%	2 467 496	80,89%
Yves DRAHY *	11 250	0,37%	11 250	0,37%
Isabelle HADDAD née DRAHY *	11 250	0,37%	11 250	0,37%
Danièle DRAHY née COHEN	1	0,00%	1	0,00%
Michael HADDAD *	1	0,00%	1	0,00%
Jean POULIT	1	0,00%	1	0,00%
Dominique GRILLET	1	0,00%	1	0,00%
Public	560 250	18,37%	560 250	18,37%
Total	3 050 250	100,00%	3 050 250	100,00%

2.2.8 Engagements de conservation

Néant

2.2.9 But de l'émission

L'inscription de la Société sur le Marché Libre d'Euronext doit lui permettre de lever les fonds pour accélérer et accompagner son développement commercial par le renforcement de ses équipes commerciales en France et à l'étranger.

2.2.10 Produits et charges relatifs à l'inscription sur le Marché Libre

Sur la base d'une émission à 100 % (747 000 actions nouvelles), et d'un prix d'émission égal à 4,05 euros, le produit brut de l'émission s'élèvera à 3 025 350 euros.

Sur la même base de prix d'émission et en cas de limitation de l'augmentation de capital à 75 % (souscription du placement à 100 % et aucune souscription dans le cadre de l'offre à prix ferme), le produit brut de l'émission s'élèverait alors à 2 250 000 euros.

La rémunération globale des intermédiaires est estimée à 200 000 euros se répartissant en commission fixe de 50 K€ et une commission de succès indexée sur le montant définitif de l'augmentation de capital.

Les frais juridiques, comptables, administratifs et de communication financière liés à l'opération représentent un montant global de l'ordre de 100 000 euros.

- **15 juillet 2005** Communiqué de presse sur le dimensionnement de l'opération
- **18 juillet 2005** Fin du délai de règlement livraison
Conseil d'Administration actant du montant définitif de l'opération
- **19 juillet 2005** Début des négociations sur le Marché Libre

2.3.2 Modalités définitives du Placement Global et de l'Offre à Prix Ferme

Les modalités définitives du Placement Global et de l'Offre à Prix Ferme feront l'objet d'un communiqué de presse le 15 juillet 2005 et d'un avis Euronext le 14 juillet 2005.

En cas de modification des modalités initialement arrêtées pour le Placement non prévue par le présent prospectus simplifié, un complément sera soumis au visa de l'Autorité des Marchés Financiers.

2.3.3 Caractéristiques communes au Placement Global et à l'Offre à Prix Ferme

2.3.3.1 Prix

Le prix des actions offertes dans le cadre du Placement Global et de l'Offre à Prix Ferme sera identique.

Il devra être versé comptant par les donneurs d'ordre à la date prévue pour la publication par Euronext Paris de l'avis de résultat de l'Offre à Prix Ferme, soit le 14 juillet 2005.

2.3.3.2 Règlement et livraison

La date prévue pour le règlement à Maporama International du produit de l'émission des actions émises dans le cadre du Placement est le 18 juillet 2005.

2.3.3.3 Garantie

L'émission des actions nouvelles ne fait pas l'objet d'une garantie de bonne fin telle que décrite dans l'article L225-145 du Code de Commerce.

En conséquence, les négociations sur les actions nouvelles interviendront postérieurement à l'émission du certificat du dépositaire.

Si au moins 75% de l'émission envisagée n'étaient pas souscrits, l'opération serait annulée et les ordres seraient caducs.

2.3.3.4 Placement à l'étranger

L'Offre à Prix Ferme est principalement destinée aux personnes physiques en France.

Il est précisé qu'aucune démarche n'a été entreprise par Maporama International en vue de permettre l'offre au public des actions offertes dans le cadre du Placement dans une juridiction étrangère.

En particulier, les actions n'ont pas été enregistrées aux Etats-Unis d'Amérique en vertu du Securities Act de 1933. En conséquence, le prospectus ne pourra être utilisé à l'appui d'une quelconque offre ou cession d'actions aux Etats-Unis d'Amérique.

2.3.4 Caractéristiques principales du Placement Global

2.3.4.1 Durée du Placement Global

Le Placement Global débutera le 05 juillet 2005 et prendra fin le 13 juillet 2005 à 17 heures. En cas de prorogation de la date de clôture de l'Offre à Prix Ferme, la date de clôture du Placement Global pourra être prorogée corrélativement.

Le Placement Global pourra être clos par anticipation sans préavis, sauf pour les particuliers.

2.3.4.2 Nombre de titres

560 250 nouvelles actions, soit 75% de l'opération seront offertes dans le cadre du Placement Global.

Le nombre définitif d'actions offertes diffusées dans le cadre du Placement Global pourra être augmenté par prélèvement sur l'Offre à Prix Ferme, dans le cas où cette dernière ne serait pas entièrement couverte.

Le nombre d'actions offertes dans le cadre du Placement Global pourra être augmenté d'un nombre maximal de 28 012 (15 % de 186 750) titres prélevés sur l'Offre à Prix Ferme dans le cas où celle-ci ne serait pas entièrement souscrite.

A l'inverse, le nombre d'actions offertes dans le cadre du Placement Global pourra être réduite dans la limite de 28 012 (15 % de 186 750) actions maximum, afin d'augmenter le nombre d'actions offertes dans le cadre de l'Offre à Prix Ferme en fonction de la nature de la demande.

2.3.4.3 Personnes habilitées à émettre des ordres dans le cadre du Placement Global

Tous les investisseurs (personnes morales ou personnes physiques) sont habilités à émettre des ordres dans le cadre du Placement Global.

2.3.4.4 Ordres susceptibles d'être émis dans le cadre du Placement Global

Les ordres seront exprimés en nombre d'actions ou en montants demandés.

2.3.4.5 Réception et transmission des ordres susceptibles d'être émis dans le cadre du Placement Global

Pour être pris en compte, les ordres émis dans le cadre du Placement Global devront être reçus par l'établissement introducteur au plus tard le 13 juillet 2005 à 17 heures.

2.3.4.6 Résultat du Placement Global

Les allocations finales seront effectuées à la diligence de la société de Bourse Global Equities.

Le résultat du Placement Global fera l'objet d'un avis publié par Euronext Paris le 14 juillet 2005 et d'un communiqué de presse publié le 15 juillet 2005.

2.3.5 Caractéristiques principales de l'Offre à Prix Ferme

2.3.5.1 Durée

L'Offre à Prix Ferme débutera le 05 juillet 2005 et prendra fin le 13 juillet 2005.

La date de clôture de l'Offre à Prix Ferme pourra être avancée ou prorogée sous réserve de la publication d'un avis par Euronext Paris et de la publication par la Société d'un communiqué de presse annonçant cette modification.

En cas de prorogation de la date de clôture, les donneurs d'ordres dans le cadre de l'Offre à Prix Ferme pourront, s'ils le souhaitent, révoquer avant la nouvelle date de clôture de l'Offre à Prix Ferme, les ordres émis avant la publication de ce communiqué auprès des établissements qui auront reçu ces ordres.

De nouveaux ordres irrévocables pourront être émis jusqu'à la nouvelle date de clôture de l'Offre à Prix Ferme.

2.3.5.2 Nombre de titres

186 750 nouvelles actions, soit 25% de l'opération seront offertes dans le cadre d'une Offre à Prix Ferme à Prix Ferme.

Dans le cas où le taux de souscription de l'Offre à Prix Ferme serait au moins égal à deux, le nombre d'actions offertes dans le cadre de l'Offre à Prix Ferme pourra être augmenté d'un nombre maximal de 84 037 (15 % de 560 250) titres prélevés sur les actions offertes au placement.

Dans le cas où l'Offre à Prix Ferme ne serait pas entièrement souscrite, le nombre d'actions offertes dans le cadre de l'Offre à Prix Ferme pourra être réduit dans la limite d'un nombre maximum de 84 037 (15 % de 560 250) titres afin d'augmenter le nombre d'actions offertes dans le cadre du placement.

Les modalités définitives de l'Offre à Prix Ferme seront précisées dans un avis de Euronext Paris SA.

2.3.5.3 Personnes habilitées à émettre des ordres dans le cadre de l'Offre à Prix Ferme

Tous les investisseurs (personnes morales ou personnes physiques) sont habilités à émettre des ordres en réponse à l'Offre à Prix Ferme.

2.3.5.4 Ordres susceptibles d'être émis en réponse à l'Offre à Prix Ferme

Les personnes désireuses de participer à l'Offre à Prix Ferme devront déposer leurs ordres de souscription auprès d'un intermédiaire financier habilité en France.

Les ordres de souscription seront décomposés en fonction du nombre de titres demandés :

- fraction comprise entre 1 et 100 titres inclus, ordres A1,
- fraction supérieure à 100 titres, ordres A2.

L'avis de résultat de l'Offre à Prix Ferme qui sera publié par Euronext Paris S.A. indiquera les réductions éventuelles appliquées aux ordres d'achats, étant précisé que les ordres A1 bénéficieront d'un taux de service privilégié dans le cas où tous les ordres d'achat ne pourraient pas être entièrement satisfaits.

Il est précisé :

- qu'un même donneur d'ordres ne pourra émettre qu'un seul ordre de souscription. Cet ordre ne pourra être dissocié entre plusieurs intermédiaires financiers et devra être confié à un seul intermédiaire ;
- que le montant des ordres de souscription ne sera pas limité ;
- qu'au cas où l'application du ou des taux de réduction n'aboutirait pas à un nombre entier d'actions, ce nombre serait arrondi au nombre entier inférieur.

Les ordres d'achat seront, même en cas de réduction, irrévocables.

Les intermédiaires financiers habilités en France transmettront à Euronext Paris S.A. les ordres de souscription, selon le calendrier et les modalités précisés dans l'avis d'ouverture de l'Offre à Prix Ferme qui sera publié par Euronext Paris S.A.

2.3.5.5 Réception, transmission et irrévocabilité des ordres émis en réponse à l'Offre à Prix Ferme

Les ordres émis dans le cadre de l'Offre à Prix Ferme devront être passés par écrit auprès de tous établissements de crédit ou entreprises d'investissement habilités à la réception et à la transmission d'ordres pour le compte d'investisseurs.

Les personnes ne disposant pas en France d'un compte permettant l'acquisition ou la souscription d'actions de la Société dans le cadre de l'Offre à Prix Ferme devront à cette fin ouvrir un tel compte chez un prestataire de services d'investissement habilité lors de l'émission de leurs ordres.

Les ordres reçus pendant la période d'ouverture de l'Offre à Prix Ferme seront irrévocables même en cas de réduction, sous réserve des dispositions applicables en cas de fixation d'un nouveau prix d'émission.

Pour être pris en compte, les ordres émis dans le cadre de l'Offre à Prix Ferme devront être reçus par des prestataires de services d'investissement habilités pendant la période d'ouverture de l'Offre à Prix Ferme, soit au plus tard le 13 juillet 2005.

Les prestataires de services d'investissement habilités en assureront, conformément aux modalités prévues dans l'avis d'ouverture de l'Offre à Prix Ferme publié par Euronext Paris, la transmission à Euronext Paris aux fins de centralisation.

2.3.5.6 Résultat de l'Offre à Prix Ferme

Le résultat de l'Offre à Prix Ferme fera l'objet d'un avis publié par Euronext Paris le 14 juillet 2005 et d'un communiqué de presse publié le 15 juillet 2005.

Cet avis et ce communiqué mentionneront le ou les taux de réduction éventuels appliqués aux ordres A et B.

2.4 Renseignements relatifs de caractère général sur les actions dont l'admission est demandée

Les dispositions statutaires résumées ci-dessous sont celles qui seront en vigueur le jour de l'inscription des titres Maporama International sur le Marché Libre d'Euronext Paris.

2.4.1 Droits attachés aux actions

Les 2 490 000 actions constituant le capital de la Société, ainsi que les 747 000 actions nouvelles à émettre en vue de l'inscription des titres de la société sur le Marché Libre d'Euronext Paris, sont toutes de même rang et confèrent 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.

2.4.2 Droits de vote doubles

“ Le droit de vote attaché aux actions de capital ou de jouissance est proportionnel à la quotité du capital qu'elles représentent. Chaque action donne droit à une voix.

Toutefois un droit de voter double de celui conféré aux autres actions eu égard à la quotité du capital qu'elles représentent est attribué à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative depuis deux (2) ans au moins au nom d'un même actionnaire.

Ce droit est également conféré dès leur émission en cas d'augmentation de capital par incorporation de réserves, bénéfice ou prime d'émission, aux actions nominatives attribuées gratuitement à un actionnaire à raison d'actions anciennes pour lesquelles il bénéficiera de ce droit ”.

2.4.3 Négociabilité des actions

Au jour de l'inscription des titres Maporama International sur le Marché Libre d'Euronext Paris, toutes les actions de la Société seront librement négociables dans les conditions et selon les dispositions légales et réglementaires.

2.4.4 Forme et mode d'inscription en compte des actions

Les actions seront, au choix de l'actionnaire, sous la forme nominatives pures ou administrées, inscrites au nom de leur titulaire à un compte tenu par la Société, qui peut désigner, le cas échéant, un mandataire à cet effet.

2.4.5 Régime fiscal des actions

En l'état actuel de la législation française, les dispositions suivantes résument les conséquences fiscales susceptibles de s'appliquer aux investisseurs. Les personnes physiques ou morales doivent néanmoins s'assurer, auprès de leur conseiller fiscal habituel, de la fiscalité s'appliquant à leur cas particulier. Les non-résidents fiscaux français doivent se conformer à la législation en vigueur dans leur Etat de résidence.

2.4.5.1 Résidents fiscaux Français

- *Personnes physiques détenant des actions françaises dans leur patrimoine privé.*

a) Dividendes

Les dividendes d'actions françaises sont pris en compte, après application des abattements mentionnés ci-après, pour la détermination du revenu global du contribuable dans la catégorie des revenus de capitaux mobiliers au titre de l'année de leur perception.

En application de la Loi de Finances pour 2004, l'avoir fiscal est supprimé pour les dividendes mis en paiement à compter du 1er janvier 2005. Les dividendes perçus par les personnes physiques à compter de cette date bénéficieront toutefois d'un abattement de 50% et d'un abattement global et annuel actuellement fixé à 2 440 € pour les couples mariés soumis à une imposition commune, ainsi que pour les partenaires liés par un pacte de solidarité défini à l'article 515-1 du Code civil soumis à une imposition commune, et à 1 220 € pour les personnes célibataires, veuves, divorcées ou mariées avec une imposition séparée. Ce second abattement s'appliquera après l'abattement de 50% précité.

Le montant du dividende perçu est soumis :

- à l'impôt sur le revenu au barème progressif (déduction faite des abattements mentionnés ci-dessus);
- à la Contribution Sociale Généralisée de 8,2% (déductible du revenu imposable à hauteur de 5,1%) ;

- à la Contribution au Remboursement de la Dette Sociale de 0,5%, non déductible de la base de l'impôt sur le revenu ;
- au prélèvement social de 2%, non déductible de la base de l'impôt sur le revenu ;
- à la contribution additionnelle au prélèvement social de 0,3%, nouvellement instituée, non déductible du revenu imposable.

Les prélèvements sociaux demeureront calculés sur le montant des dividendes avant application des abattements. En outre, les personnes physiques bénéficieront, au titre des dividendes perçus à compter du 1er janvier 2005, d'un crédit d'impôt égal à 50% du montant des dividendes reçus, avant application des abattements précités, plafonné à 230 € pour les couples mariés soumis à une imposition commune, ainsi que pour les partenaires liés par un pacte de solidarité défini à l'article 515-1 du Code civil soumis à une imposition commune, et à 115 € pour les personnes célibataires, veuves, divorcées ou mariées avec une imposition séparée.

Ce crédit d'impôt est imputé sur l'impôt sur le revenu dû au titre de l'année de perception des dividendes et est remboursable, en cas d'excédent.

b) Plus-values

Si le montant annuel des cessions de valeurs mobilières et droits sociaux réalisées au cours de l'année civile excède, au niveau du foyer fiscal, le seuil fixé à 15 000 € pour les années 2004 et suivantes, les plus-values de cessions sur ces titres sont imposables, dès le premier euro, au taux effectif de 27% :

- 16% au titre de l'impôt sur le revenu ;
- 8,2% au titre de la contribution sociale généralisée, non déductible du revenu imposable ;
- 0,5% au titre de la contribution au remboursement de la dette sociale, non déductible du revenu imposable ;
- 2% au titre du prélèvement social non déductible du revenu imposable ; et
- 0,3% au titre de la contribution additionnelle au prélèvement social, nouvellement instituée, non déductible du revenu imposable.

Les moins-values peuvent être imputées sur les gains de même nature réalisés au cours de l'année de la cession ou des dix années suivantes, à condition que le seuil des 15 000 € visé ci-dessus soit dépassé l'année de réalisation des dites moins-values.

Pour l'application de ces dispositions, les gains de même nature comprennent notamment les gains nets imposables en cas de clôture anticipée du PEA avant l'expiration de la cinquième année suivant son ouverture.

c) Régime spécial des PEA

Les actions émises par des sociétés françaises et par les sociétés établies dans un autre Etat membre de la Communauté Européenne, qui sont soumises à l'impôt sur les sociétés dans les conditions de droit commun ou à un impôt équivalent, sont éligibles au titre des actifs pouvant être détenus dans le cadre d'un Plan d'Epargne en Actions, institué par la loi n°92-666 du 16 juillet 1992.

A ce titre et sous certaines conditions, les dividendes perçus et les plus-values réalisées sont exonérés d'impôt sur le revenu, mais restent néanmoins soumis à la contribution sociale généralisée, à la contribution au remboursement de la dette sociale, au prélèvement social de 2% et à la contribution additionnelle au prélèvement social de 0,3% nouvellement instituée.

Les moins-values subies dans le cadre du PEA ne sont imputables que sur des plus-values réalisées dans le même cadre.

Les pertes éventuellement constatées lors de la clôture anticipée du PEA avant l'expiration de la cinquième année seront imputables sur les gains de même nature réalisés au cours de la même année ou des dix années suivantes, à condition que le seuil annuel de cessions de valeurs mobilières (et droits ou titres assimilés) applicable au titre de l'année de réalisation de la moins value soit dépassé au titre de l'année considérée. La loi de Finances pour 2004 a prévu une mesure similaire pour les clôtures de PEA de plus de cinq ans intervenant à compter du 1er janvier 2005 à condition notamment que la totalité des titres figurant dans le plan ait été cédée à la date de clôture du plan (les titres ne doivent pas avoir seulement fait l'objet d'un transfert sur un compte titre ordinaire).

Il convient de noter que les revenus perçus dans le cadre d'un PEA ouvriront également droit au crédit d'impôt égal à 50% du dividende et plafonné à 115 € ou 230 € selon la situation de famille du bénéficiaire. Contrairement à l'avoir fiscal, ce crédit d'impôt ne fera pas l'objet d'un versement sur le plan mais sera imputable sur l'impôt sur le revenu, l'excédent éventuel étant restituable.

d) Impôt de solidarité sur la fortune.

Les actions détenues par les personnes physiques dans le cadre de leur patrimoine privé, seront comprises dans leur patrimoine imposable, le cas échéant, à l'impôt de solidarité sur la fortune.

e) Droits de succession et de donation

Les actions reçues par les personnes physiques par voie de succession ou de donation seront soumises aux droits de succession ou de donation en France.

- *Personnes morales passibles de l'impôt sur les sociétés*

a) 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% augmenté d'une contribution additionnelle égale à 3% de l'impôt sur les sociétés et d'une contribution sociale égale à 3,3 % du montant de l'impôt sur les sociétés excédant 763 000 € par période de douze mois.

Cependant, pour les entreprises dont le chiffre d'affaires hors taxes est inférieur 7 630 000 € 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 € 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 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.

b) Plus-values

La cession des titres autres que des titres de participation donne lieu à la constatation d'un gain ou d'une perte compris dans le résultat imposable au taux de 33,33% auquel s'ajoute la majoration complémentaire de 6 % précitée réduite à 3 % pour les exercices clos à compter du 1er janvier 2002 (Article 235 ter ZA du C.G.I.).

Pour les exercices clos à compter du 1er janvier 2000, une contribution sociale de 3,3% (article 235 ter ZC du C.G.I.) est en outre applicable; elle est assise sur le montant de l'impôt sur les sociétés, diminué d'un abattement de 763 000 € et dont le capital, entièrement libéré, est détenu de manière continue pour 75% au moins par des personnes physiques ou par une société répondant aux mêmes conditions de libération du capital, de chiffre d'affaires et de détention du capital.

Les plus-values issues de la cession d'actions ayant le caractère de titres de participations ou qui sont fiscalement assimilées à des titres de participations sont éligibles au régime des plus-values à long terme, et imposable au taux de 19% auquel s'ajoute la majoration complémentaire de 6% précitée réduite à 3 % pour les exercices clos à compter du 1er janvier 2002, et le cas échéant, la contribution sociale de 3,3 % de l'impôt sur les sociétés visée ci avant, sous réserve de satisfaire à l'obligation de dotation de la réserve spéciale des plus-values à long-terme.

Les moins-values à long terme de cession peuvent être imputées sur les plus-values de même nature de l'exercice ou des dix exercices suivants.

Sont présumées constituer des titres de participation, les parts ou actions de sociétés revêtant ce caractère sur le 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 ainsi que les titres ouvrant droit au régime fiscal des sociétés mères et filiales visé aux articles 145 et 216 du C.G.I., et enfin les titres dont le prix de revient est au moins égal à 22 900 000 € qui remplissent les conditions ouvrant droit au régime des sociétés mères et filiales visé aux articles 145 et 216 du C.G.I. autres que la détention de 5 % au moins du capital de la société émettrice.

2.4.5.2 Non-résidents fiscaux de France

a) Dividendes

Les dividendes distribués par des sociétés dont le siège social est situé en France font 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 conventions fiscales internationales ou de l'article 119 ter du CGI.

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.

b) Plus-values

Sous réserves des dispositions de l'article 244 bis du CGI, les dispositions de l'article 150-0 A du même code ne s'appliquent pas aux plus-values réalisées à l'occasion de cessions à titre onéreux de valeurs mobilières ou de droits sociaux effectués par les personnes qui sont fiscalement domiciliées en France au sens de l'article 4B ou dont le siège social est situé hors de France. (Article 244 bis C du CGI).

c) Impôt de solidarité sur la fortune

En principe, l'impôt de solidarité sur la fortune ne s'applique pas aux personnes physiques domiciliées hors de France au sens de l'article 4B du CGI, qui possèdent directement ou indirectement, moins de 10% du capital de la société.

d) Droits de succession et de donation

La France soumet aux droits de succession et de donation les titres des sociétés françaises acquis par voie de succession ou de donation par un non-résident français. 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 réserves de remplir certaines conditions, être exonérés de droit de succession et de donation en France ou obtenir un crédit d'impôt dans leur pays de résidence.

Il appartient aux actionnaires concernés de se rapprocher de leur conseil fiscal habituel afin de déterminer si de telles dispositions conventionnelles sont susceptibles de s'appliquer à leur cas particulier.

2.4.5.3 Place de cotation

Les actions de la Société ont fait l'objet d'une demande d'inscription sur le Marché Libre d'Euronext Paris et aucune autre demande d'admission n'est en cours auprès d'une autre place financière.

2.4.5.4 Tribunaux compétents en cas de litige

Sous réserve de conventions internationales, les tribunaux compétents, en cas de litige, sont ceux du siège social lorsque la Société est défenderesse, et sont désignés en fonction du lieu et de la nature des litiges, sauf dispositions contraires du Nouveau Code de Procédure Civile.

3 Renseignements de caractère général concernant l'émetteur et son capital

3.1 Renseignements de caractère général concernant la société

3.1.1 Dénomination sociale et siège social – article 3 et 4 des statuts

La dénomination sociale de la société est : « MAPORAMA INTERNATIONAL »

Le siège social est fixé :

174, Quai de Jemmapes

75 010 Paris

3.1.2 Forme juridique – article 1 des statuts

Il existe actuellement entre les propriétaires des actions créées et de celles qui pourront l'être ultérieurement une Société Anonyme de forme classique régie par les lois en vigueur et par les Statuts.

3.1.3 Date de constitution et durée – article 1 et 5 des statuts

La Société a été créée sous forme de Société Anonyme Simplifiée SAS par acte SSP en date à Paris du 12 Décembre 2003 et a été constituée pour une période de 99 ans.

Par Procès verbal d'Assemblée Générale Extraordinaire en date du 06 juin 2005, elle a été transformée en Société Anonyme de forme classique.

3.1.4 Objet social – article 2 des statuts

La société a pour objet tant sur le territoire Français qu'à l'étranger :

- Le développement, la commercialisation, la promotion et l'exploitation de systèmes et produits informatiques ainsi que la réalisation de prestation autour de ces systèmes ou produits, et plus particulièrement le développement et l'exploitation de site et de portail Internet et de prestation de services en ligne et de commerce électronique.

- La participation de la Société, par tous moyens, directement ou indirectement, dans toutes opérations pouvant se rattacher à son objet ou de nature à faciliter son développement par voie de création de sociétés nouvelles, d'apport, de souscription ou d'achat de titres ou droits sociaux, de fusion ou

autrement, de création, d'acquisition, de location, de prise en location gérance de tous fonds de commerce ou établissements, la prise, l'acquisition, l'exploitation ou la cession de tous procédés et brevets concernant ces activités.

Et plus généralement, toutes opérations de quelque nature qu'elles soient, juridiques, économiques et financières, civiles et commerciales, se rattachant à l'objet sus indiqué ou à tous autres objets similaires ou connexes, de nature à favoriser directement ou indirectement le but poursuivi par la société, son extension ou son développement.

Le tout tant pour elle-même que pour le compte de tiers ou en participation, sous quelque forme que ce soit, notamment par voie de création de société, d'apport, de commandite, de souscriptions ou d'achat de titres et de droits sociaux, de fusion, d'alliance ou par tout autre mode.

3.1.5 Registre du commerce et des sociétés

La société est immatriculée au registre du commerce et des sociétés de Paris sous le numéro 451 365 639.

3.1.6 Droit de communication des actionnaires

Tout actionnaire a le droit d'obtenir communication des documents nécessaires pour lui permettre de statuer en toute connaissance de cause sur la gestion et la marche de la Société.

La nature de ces documents et les conditions de leur envoi ou mise à disposition sont déterminées par la loi et les règlements.

3.1.7 Exercice social – article 31 des statuts

L'année sociale commence le 1er novembre et se termine le 31 octobre de chaque année.

3.1.8 Affectation et répartition des bénéfices – article 33 des statuts

Le compte de résultat qui récapitule les produits et charges de l'exercice fait apparaître par différence, après déduction des amortissements et des provisions, le bénéfice de l'exercice.

Sur le bénéfice de l'exercice diminué, le cas échéant, des pertes antérieures, il est prélevé cinq pour cent au moins pour constituer le fonds de réserve légale. Ce prélèvement cesse d'être obligatoire lorsque le fonds de réserve atteint le dixième du capital social.

Le bénéfice distribuable est constitué par le bénéfice de l'exercice diminué des pertes antérieures et des sommes à porter en réserve, en application de la loi et des statuts, et augmenté du report bénéficiaire.

Sur ce bénéfice, l'Assemblée Générale peut prélever toutes sommes qu'elle juge à propos d'affecter à la dotation de tous fonds de réserves facultatives, ordinaires ou extraordinaires, ou de reporter à nouveau.

Le solde, s'il en existe, est réparti par l'Assemblée entre tous les actionnaires proportionnellement au nombre d'actions appartenant à chacun d'eux.

En outre, l'Assemblée Générale peut décider la mise en distribution de sommes prélevées sur les réserves dont elle a la disposition, en indiquant expressément les postes de réserves sur lesquels les prélèvements sont effectués. Toutefois, les dividendes sont prélevés par priorité sur les bénéfices de l'exercice.

Hors le cas de réduction du capital, aucune distribution ne peut être faite aux actionnaires lorsque les capitaux propres sont ou deviendraient à la suite de celle-ci, inférieurs au montant du capital augmenté des réserves que la loi ou les statuts ne permettent pas de distribuer. L'écart de réévaluation n'est pas distribuable. Il peut être incorporé en tout ou partie au capital.

Les pertes, s'il en existe, sont après l'approbation des comptes par l'Assemblée Générale, reportées à nouveau, pour être imputées sur les bénéfices des exercices ultérieurs jusqu'à extinction.

3.1.9 Franchissement de seuils

Il n'existe aucune clause dérogeant aux dispositions légales en la matière.

3.1.10 Convocation et lieu réunion des Assemblées Générales – article 24 des statuts

Les Assemblées Générales sont convoquées soit par le Conseil d'Administration, soit par les Commissaires aux Comptes, soit par un mandataire désigné en justice dans les conditions prévues par la loi.

En outre, et cas d'urgence, le Comité d'Entreprise peut demander en justice la désignation d'un mandataire chargé de convoquer l'assemblée générale des actionnaires.

Les réunions ont lieu au siège social ou en tout autre endroit indiqué dans la convocation.

La convocation est effectuée un mois avant la date de l'Assemblée par insertion d'un avis au Bulletin des Annonces Légales et Obligatoires et par lettre simple adressée à chaque actionnaire ou, sur sa demande et à ses frais, par lettre recommandée.

Lorsque l'Assemblée n'a pu délibérer faute de réunir le quorum requis, la deuxième assemblée et, le cas échéant, la deuxième Assemblée prorogée, sont convoquées six jours au moins à l'avance dans les mêmes formes que la première Assemblée. L'avis ou les lettres de convocation de cette deuxième Assemblée reproduisent la date et l'ordre du jour de la première. En cas d'ajournement de l'Assemblée par décision de justice, le juge peut fixer un délai différent.

Les avis et lettres de convocation doivent mentionner les indications prévues par la loi.

3.1.11 Accès aux assemblées Pouvoirs – article 26 des statuts

Tout actionnaire a le droit, sur justification de son identité, de participer aux Assemblées en y assistant personnellement, en retournant un bulletin de vote par correspondance ou en désignant un mandataire, dès lors que ses titres sont libérés des versements exigibles et inscrits en compte à son nom depuis cinq jours au moins avant la date de la réunion. Deux membres du Comité d'Entreprise, désignés par le Comité d'Entreprise et appartenant l'un à la catégorie des cadres techniques et agents de maîtrise, l'autre à la catégorie des employés et ouvriers, ou le cas échéant, les personnes mentionnées aux troisième et quatrième alinéas de l'article L. 432-6 du Code du travail, peuvent assister aux Assemblées Générales. Ils doivent à leur demande, être entendus lors de toutes les délibérations requérant l'unanimité des actionnaires.

3.1.12 Droits et obligations attachés aux actions – article 12 des statuts

1 - Chaque action donne droit dans les bénéfices, l'actif social et le boni de liquidation à une part proportionnelle à la quotité du capital qu'elle représente.

Elle donne en outre le droit au vote et à la représentation dans les Assemblées Générales, ainsi que le droit d'être informé sur la marche de la Société et d'obtenir communication de certains documents sociaux aux époques et dans les conditions prévues par la loi et les statuts.

2 - Les actionnaires ne sont responsables du passif social qu'à concurrence de leurs apports.

Les droits et obligations suivent l'action quel qu'en soit le titulaire.

La propriété d'une action comporte de plein droit adhésion aux statuts de la Société et aux décisions de l'Assemblée Générale.

3 - Chaque fois qu'il sera nécessaire de posséder un certain nombre d'actions pour exercer un droit quelconque, les propriétaires qui ne possèdent pas ce nombre auront à faire leur affaire personnelle du groupement, et éventuellement de l'achat ou de la vente du nombre d'actions nécessaires.

3.1.13 Contestations – article 38 des statuts

Toutes les contestations qui pourraient s'élever pendant la durée de la Société ou lors de sa liquidation soit entre la Société et les actionnaires ou les administrateurs, soit entre les actionnaires eux-mêmes, concernant les affaires sociales, seront jugées conformément à la loi et soumises à la juridiction des tribunaux compétents.

3.1.14 Organigramme (30 juin 2005)

Au 30 juin 2005, la société ne détient aucune filiale.

3.1.15 Fiche signalétique

Nom	Maporama International
Siège	Paris (France)
Forme juridique	Société Anonyme à Conseil d'Administration
Capital	232 000 euros
Immatriculation	451 365 639 RCS PARIS
Code APE	722 Z
Siège social	174, quai de Jemmapes – 75 010 Paris
Président Directeur Général	Mr Sydney DRAHY

3.1.16 Les autres participations

Néant

3.2 Renseignements de caractère général concernant le capital de la société

3.2.1 Forme des actions

Les actions entièrement libérées sont nominatives.

Les actions donnent lieu à une inscription en compte dans les conditions et selon les modalités prévues par les dispositions législatives et réglementaires, à savoir :

- en compte nominatif pur, auprès de la société,
- en compte nominatif administré, auprès d'un intermédiaire habilité,

L'inscription en compte nominatif pur devra se faire par la voie recommandée avec accusé de réception au siège social de la société .

3.2.2 Capital social au 30 juin 2005

- Nombre d'actions émises : 2 490 000
- Montant du capital émis : 232 000 euros

3.2.3 Capital autorisé mais non émis

Le tableau ci-dessous synthétise les autorisations approuvées par l'Assemblée Générale Extraordinaire du 06 juin 2005.

	Durée de validité	Plafond (valeur nominale)
Autorisation d'augmenter le capital social par voie d'émission de valeurs mobilières avec suppression du droit préférentiel de souscription des actionnaires, et délégation au Conseil d'Administration	26 mois	300 000 euros
Autorisation d'augmenter le capital social par voie d'émission de valeurs mobilières avec maintien du droit préférentiel de souscription des actionnaires, et délégation au Conseil d'Administration	26 mois	2 000 000 euros
Délégation 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 des actionnaires	26 mois	2 000 000 euros
Autorisation donnée au Conseil d'Administration à augmenter le capital social en une ou plusieurs fois par l'émission d'actions de numéraire réservées aux salariés et dirigeants de la société qui lui sont liées au sens de l'article L 225-180 du Nouveau Code du Commerce	26 mois	90 000 euros

L'augmentation du capital pouvant résulter de ces autorisations (à l'exception de la résolution d'autorisation d'augmenter le capital social par voie d'émission de valeurs mobilières avec suppression du droit préférentiel de souscription des actionnaires, et délégation au Conseil d'Administration) s'effectuera à concurrence d'un montant nominal maximum de trois millions d'Euros.

3.2.4 Capital potentiel

Actionnaires	En nombre d'actions	En % du capital
Nombre total d'actions	Néant	0 %
Nombre d'actions émises en cas d'exercice des BSA et des BSPCE	Néant	0 %
Nombre d'actions composant le capital totalement dilué	Néant	0 %

3.2.5 Titres non représentatifs du capital

Néant

3.2.6 Evolution du capital depuis la création de la société

Date de l'opération	Type d'opération	Variation du capital	Prime d'émission ou apport	Nombre d'actions créées	Nombre d'actions cumulées	Montant cumulé du capital
26/12/03	Création de la société	0		1500	1500	150 000 €
06/06/05	Augmentation de capital	1 510 000 €	0	15 100	16 600	1 660 000 €
06/06/05	Division du nominal par 150	0	0	2 473 400	2 490 000	1 660 000 €
06/06/05	Réduction du capital social	1 428 000 €	0	0	2 490 000	232 000 €

3.2.6.1 Répartition du capital et des droits de vote au 06 juin 2005

La répartition du capital et des droits de vote est la suivante :

Actionnaires	Nombres de titres	%
Sydney DRAHY *	2 467 496	99,10%
Yves DRAHY *	11 250	0,45%
Isabelle HADDAD née DRAHY *	11 250	0,45%
Danièle DRAHY née COHEN	1	0,00004%
Michael HADDAD *	1	0,00004%
Jean POULIT	1	0,00004%
Dominique GRILLET	1	0,00004%
Total	2 490 000	100,00%

*: mandataires sociaux de l'entreprise.

La part du capital détenue par les mandataires sociaux représente 2 489 997 actions sur 2 490 000.

3.2.7 Nantissement

3.2.7.1 Nantissement d'action

A la connaissance de la société, aucune action Maporama International n'est nantie.

Nom de l'actionnaire inscrit au nominatif pur	Bénéficiaire	Date de départ du nantissement	Date d'échéance du nantissement	Condition de levée du nantissement	Nombre d'actions nanties de l'émetteur	% de capital nanti de l'émetteur
Actionnaire Total	Néant	Néant	Néant	Néant	Néant	Néant
	Néant	Néant	néant	Néant	néant	Néant

3.2.7.2 Pacte d'actionnaires

Néant.

3.2.8 Dividendes

Aucun dividende n'a été distribué au cours du premier exercice.

La Direction a l'intention d'affecter tous les fonds disponibles au financement de ses activités et de sa croissance et n'a pas, en conséquence, l'intention de distribuer de dividendes dans un futur proche.

4 Renseignements concernant l'activité de l'émetteur, l'évolution récente, les perspectives d'avenir

Le lecteur est invité à lire ce chapitre en parallèle avec le glossaire figurant dans le paragraphe 4.9 situé en page 87.

4.1 Présentation générale de la société

4.1.1 Executive summary

Basée à Paris, éditeur de logiciels et fournisseur de services en mode ASP (Application Service Provider) ne nécessitant pas d'installation de logiciel chez le client, (*voir glossaire situé dans le paragraphe 4.9 en page 87*) Maporama International est le leader mondial sur le marché des services de localisation géographiques (Enterprise Location-Centric Services - ELS) tant en matière de couverture géographique que de par l'étendue des solutions offertes en matière de localisation géographique.

La mission de Maporama International est de fournir des services à la demande, disponibles en permanence 24/7, combinant des données de localisation d'éléments fixes (entrepôts, points de vente, agences, adresses clients...) ainsi que d'éléments mobiles (véhicules, individus, forces mobiles...) à des données cartographiques pour les marchés de l'entreprise (intégrer les réalités du terrain aux processus métiers) comme du grand public (services de navigation, guidage et géolocalisation).

Mis à disposition en mode ASP, les services de Maporama International exploitent et mettent en valeur les données d'adresses stockées dans les bases de données ou les Systèmes d'Informations des entreprises grâce à une intégration intelligente avec ses données cartographiques et sa technologie. Ces résultats sont diffusés à l'ensemble de l'entreprise par l'intermédiaire d'un portail Internet, Intranet, Extranet ou de terminaux mobiles voire d'interfaces vocales.

Les services Maporama International sont disponibles au travers d'un modèle de licence extrêmement évolutif basé sur l'abonnement, depuis la licence mono-utilisateur jusqu'aux licences pour des centaines de milliers d'utilisateurs, ouvrant le chemin à un véritable déploiement des solutions à l'échelle de l'entreprise.

Maporama a reçu plusieurs distinctions pour la qualité et les avancées technologiques de ses produits (*voir le paragraphe intitulé 2003 - 2004 : le déploiement d'outils d'aide à la mobilité et au déploiement situé dans le paragraphe 4.1.3.4 en page 38*) et le soutien d'organisme comme l'Agence Spatiale Européenne (ESA) – (*voir le paragraphe intitulé Les alliances technologiques et industrielles situé dans le paragraphe 4.2.3.4 en page 48*) pour certaines initiatives de développement.

4.1.2 De Maporama SA à Maporama International

Dès *juillet 2001*, l'ancienne équipe de direction de Maporama SA procède à une première restructuration afin d'abaisser le point mort. Les effectifs passent de 85 à 55 salariés. Une seconde vague de licenciements (janvier 2002) amène les effectifs à une équipe réduite de 35 personnes.

En *avril 2003*, la direction de la société Maporama SA aujourd'hui dissoute, procède à une déclaration de cessation de paiement auprès du Tribunal de Commerce de Paris, du fait de la perte de différents contrats clients. Une procédure de redressement judiciaire est alors ouverte par un jugement en date du 15 avril 2003 pour une période de 6 mois. Cette période d'observation sera renouvelée pour deux mois par ordonnance du 21 octobre 2003.

Le 06 novembre 2003, le Tribunal de Commerce de Paris, en sa douzième chambre B – Spéciale après avoir pris connaissance des différents projets de reprise, des actifs de la société Maporama SA arrêtera le plan de redressement par voie de cession au profit de la société Maporama International, structure ad'hoc créée à cette fin.

Au mois de *décembre 2003*, Maporama International compte alors 25 salariés dont 20 issus de la structure Maporama. La nouvelle équipe de direction en place s'appuie sur la technologie acquise, les marques déposées, les contrats clients en cours et présente des perspectives de développement commercial fortes.

Cette équipe menée par Danièle Drahy, Sydney Drahy et Dominique Grillet est toujours en place aujourd'hui.

4.1.3 Historique :

4.1.3.1 2000 – 2002 : Mise au point de l'offre produit « Store Locator »

Février 2000 : Création de Maporama par Laurent Vermot-Gauchy & Alexis Kartmann. L'ambition de Maporama est de fournir des services Internet et des applications en mode ASP (à la demande) de localisation géocentrique à l'échelle mondiale à destination des entreprises.

Avril 2000 : Une première version du site www.maporama.com est mise en ligne. Le site est orienté BtoC et est le premier site de cartographie européen offrant une couverture pan-européenne et nord américaine.

Août 2000 : 1ère vente de produit « Store Locator », technologie toujours en place en 2005 et qui a généré environ 60 % du chiffre d'affaires sur l'exercice clos au 31 octobre 2004. Cette technologie permet à un client final de trouver des produits spécifiques dans un point de vente adéquat sur le site web d'un client de Maporama. Cette technologie va même au delà de ce flux en partageant l'information propre à chaque magasin avec les employés en interne et les fournisseurs en externe.

Avril 2001 : 1ère vente d'une application Intranet / Extranet.

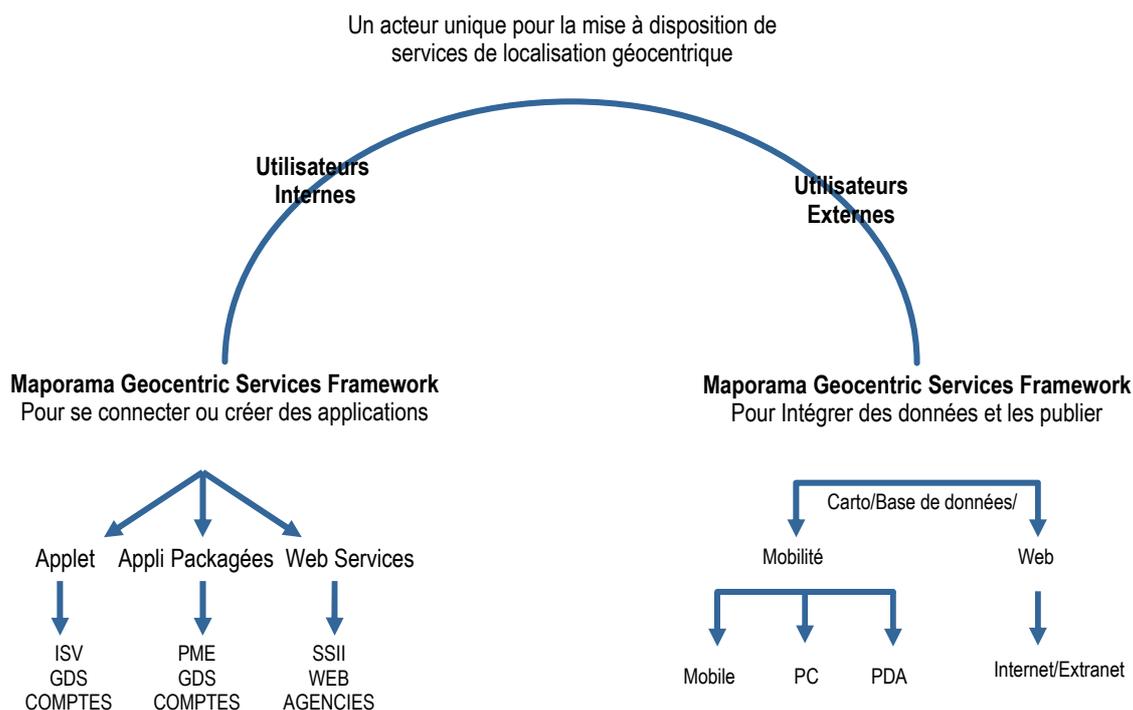


Figure 1 : Un outil unique pour réaliser des application Internet / Extranet

4.1.3.2 2002 – 2003 : Le développement des solutions pour les entreprises

Avril 2002 : Introduction des Maporama Enterprise Solutions.

Les solutions de Maporama viennent désormais enrichir les applications informatiques des entreprises en y ajoutant l'intelligence géocentrique. Avec un retour sur investissement éprouvé et rapide, les applications ELS (Enterprise Location Services) les plus implémentées et désormais basées sur MGSF (Maporama Geocentric Services Framework) incluent :

- les applications logistiques: Des dizaines de grandes entreprises comme Sateltrack (filiale d'Iveco) en Italie utilisent Maporama Logistic Solutions pour éliminer les distances non productives et suivre en temps réel des flottes de véhicules à l'échelle internationale,
- les applications pour les professionnels mobiles (commerciaux, service clients, service de maintenance et gestion du patrimoine): Des dizaines de clients d'envergure mondiale comme Diageo au Royaume-Uni utilisent le MGSF pour réduire les coûts de déplacement de leurs personnels grâce à des itinéraires optimisés,
- les applications de localisation de points de vente: Des centaines d'entreprises comme Accor ou Aventis en France, utilisent Maporama Intelligent Dealer Locator Solutions pour réduire le cycle de vente avec leurs consommateurs en les guidant dans le point de vente le plus proche partout dans le monde.

Juin 2002 : La couverture s'étend à la zone Europe de l'Est.

Septembre 2002 : La couverture s'étend à la zone de l'Amérique de Sud.

4.1.3.3 2003 - 2004 : La création de la plate forme MGSF

Juin 2003 : Lancement des solutions Maporama Web Services

Décembre 2003 : Maporama International procède au recrutement de commerciaux free lance dans les pays d'Europe du Nord et sur la cote Ouest des USA.

Février 2004 : Un Directeur commercial est recruté à Paris. Un commercial free lance est recruté pour l'Italie.

Avril 2004 : Lancement du projet de plate forme MGSF (Maporama Geocentric Services Framework). Un commercial free lance est recruté pour l'Angleterre.

Mai 2004 : Un commercial free lance est recruté pour l'Espagne.

Juin 2004 : La plate forme MGSF est lancée et est accompagnée d'un nouveau modèle de pricing. Infrastructure technique et de services – MGSF devient le point d'accès centralisé de la totalité des services et des accès aux services de géolocalisation et solutions Maporama International.

4.1.3.4 2003 - 2004 : le déploiement d'outils d'aide à la mobilité et au déploiement

Août 2004 : Maporama acquiert l'ensemble des actifs technologiques de la société nord américaine GPWARE. Cette technologie va faciliter le développement de la solution de navigation GPS Maporama Drive Me, système de navigation off-board en vocal.

Il convient de lister ici les avantages directs de l'acquisition de cette technologie :

- innovation technologique supplémentaire,
- acquisition de parts de marché,
- économie d'échelle dans le développement de nouvelles offres d'aide à la mobilité et au déplacement,
- acquisition des codes sources et de la propriété intellectuelle des produits.

Septembre 2004 : La cellule R&D de Maporama International met au point en interne 2 nouveaux modules dans sa technologie MGSF : un module pour la gestion du positionnement dynamique et un module pour l'optimisation des forces mobiles.

Octobre 2004 : Lancement de Maporama Drive Me, système de navigation GPS débarqué pour smartphone.

Novembre 2004 : Lancement de la sixième génération des Maporama Web Services.

Janvier 2005 : Lancement du premier prototype du service Maporama MyWay – application d’aide à la navigation fonctionnant en mode vocal et accessible depuis tout terminal téléphonique.

Janvier 2005 : Maporama International reçoit le Clic d’or 2005 de la meilleure application professionnelle. Ce prix remis par BOUYGUES TELECOM, récompense l’application mobile Maporama Mobile Explorer. Disponible sur téléphone I-mode, cette application fournit aux professionnels mobiles toutes les informations et les outils nécessaires pour faciliter leur travail sur le terrain (classement des missions par ordre de proximité, cartes du lieu d’intervention, itinéraires personnalisés, interaction en temps réel avec le responsable d’équipe...).

Février 2005 : Maporama lance en première mondiale le premier système de navigation fonctionnant sur terminaux mobiles A-GPS.

Avril 2005 : Lancement de SpotMe – solution de positionnement dynamique.

Avril 2005 : Maporama International présente en prototype les premiers services de localisation sur les villes chinoises.

Mai 2005 : Pour accompagner son développement commercial et renforcer ses équipes commerciales en France et à l’étranger, Maporama International envisage de procéder à une inscription sur le Marché Libre d’Euronext Paris.

4.1.4 Chiffres clefs

La société Maporama International, créée en novembre 2003, a clôturé un seul exercice.

en k€	31/10/2004
Chiffre d’affaires	2 067
Résultat d’exploitation	- 1 354
Résultat financier	- 96
Résultat exceptionnel	357
Résultat net	- 1 094

Figure 2 : Elements financiers clés de l’exercice 2004

4.1.5 Organigramme juridique

Au mois de mai 2005, la société Maporama International ne dispose d’aucune filiale.

4.2 Description des principales activités de l'émetteur

	Numéro du paragraphe	Page
Description des principales catégories de produits	4.2.4	50
Description des principales catégories de services	4.2.4	50
Répartition du chiffre d'affaires	4.2.6.2	59
Description de l'environnement dans lequel évolue la société	4.1	35
Description des marchés de l'émetteur	4.2.10	68
Description de l'environnement concurrentiel	4.2.11	72
Description de la stratégie et de l'organisation commerciale de l'émetteur	4.2.8	64
Description des principaux clients de l'émetteur	4.2.6	59
Description des moyens de production	4.2.3	43
Description des fournisseurs	4.2.5	58

Figure 3 : Table de concordance

4.2.1 Description de l'environnement dans lequel évolue la société : la localisation géocentrique

La géolocalisation combine les différentes technologies de l'information et de la communication (téléphonie mobile, Internet, code barre,...) à celle du positionnement géographique (repérage par satellite, cartographie numérique...) afin de les transformer en services à forte valeur ajoutée pour l'entreprise ou le consommateur.

La géolocalisation répond aux 3 besoins suivants : situer une adresse (cartes), déterminer le meilleur chemin pour y accéder, (itinéraires) et connaître ce qui existe autour (information de proximité). Elle comprend également tous les services annexes associés au contexte géographique.

Les services de géolocalisation se développent dans l'entreprise. Les technologies utilisées sont multiples et les applications tendent à être de plus en plus nombreuses :

- localisation de véhicules par satellite (grâce au GPS américain, et bientôt à Galiléo, le système de positionnement Européen),
- localisation d'une personne grâce à son téléphone portable ou son PDA.

Ces technologies permettent de développer des services liés à la gestion de parcs de véhicules et à la logistique, ou à l'automatisation des forces mobiles (aide à la gestion des tournées, suivi de collaborateurs).

De plus, des outils liés à la relation client se sont développés (indiquer un magasin près d'une adresse donnée) ainsi que des outils de géomarketing (analyser une population ou bien trouver des adresses autour d'un point donné).

La valeur ajoutée de ces services réside dans les nouvelles pratiques de production qu'ils génèrent au sein des entreprises. En effet, ils permettent d'avoir une vision terrain des équipes gérées, de pouvoir exploiter au mieux les ressources afin de pouvoir bénéficier de gains de temps, de productivité et d'un accroissement des ventes.

4.2.2 Description précise de l'activité

4.2.2.1 La mission de Maporama International

Maporama International est un éditeur de logiciels et un fournisseur de services en mode ASP.

Maporama International est le leader mondial sur le marché des services de localisation géocentrique. Grâce à ses services, les entreprises localisent précisément en temps réel, tout élément fixe ou mobile en s'appuyant sur la couverture cartographique la plus complète et la plus détaillée du monde.

La mission de Maporama International est de fournir des services à la demande, disponibles 24h / 24 et 7j / 7, combinant des données de localisation d'éléments fixes (entrepôts, points de vente, agences adresses client...) ainsi que des éléments mobiles (véhicules, individus, forces mobiles...) à des données cartographiques pour les marchés :

- BtoB où l'objectif est de lier les processus métiers et les systèmes d'information à la réalité du terrain.
- BtoBtoC où l'objectif est de fournir des services de navigation, guidage et géolocalisation.

Une plate forme technique développée en interne par Maporama International sous le nom de Maporama Geocentric Services Framework (MGSF) sert de support aux développements des solutions proposées au client. *Cette technologie est décrite dans le paragraphe 4.2.3.3 intitulé Le savoir-faire acquis situé en page 44 du prospectus.*

4.2.2.2 Le métier : répondre à toutes les problématiques de localisation

Maporama International fournit en mode ASP des services qui exploitent et mettent en valeur les données d'adresses stockées dans les bases de données ou les Systèmes d'Information des entreprises clientes.

L'intégration de ces données converge ensuite avec les données cartographiques et la technologie développée par Maporama International.

Tous les services développés par Maporama International permettent de répondre à trois questions fondamentales généralement au centre des préoccupations des entreprises :

- **Où** *se trouvent ces adresses ?
sont mes forces mobiles,
se situent mes clients, mes points de ventes,
mes concurrents, moi même en cas d'urgence...*
- **Comment** *Se rendre dans un point de vente,
organiser les visites chez mes clients,
se rendre sur le lieu d'intervention,
organiser la livraison ...*
- **Qu'y a-t-il à proximité** *De mes centres d'intérêts,
de mes clients, s'ils ont besoin d'assistance,
de mes points de ventes...*

Toutes les prestations proposées par Maporama International sous forme de services professionnels apportent à ses clients une véritable valeur ajoutée dans leurs processus stratégiques.

En réalité, les services proposés apportent une puissance supplémentaire aux applications existantes et donnent accès aux résultats et à l'ensemble de l'entreprise par l'intermédiaire d'un portail Internet, Intranet, Extranet sur n'importe quel type de support (terminaux fixes, terminaux mobiles, voire d'interfaces vocales).

4.2.2.3 Quelques exemples pour mieux assimiler la valeur ajoutée des offres de Maporama International

Les solutions de Maporama International sont utilisées par des entreprises appartenant à différents secteurs d'activité et pour répondre à des problématiques géocentriques variées :

Différentes études de cas permettent de mieux assimiler cette technologie :

- *Application sur une fonction vente d'un client :*

Focus sur



Aventis Pharma (Groupe Sanofi Aventis) est l'un des plus grands laboratoires au monde et conçoit des médicaments distribués dans le monde entier.

Objectif: Organiser efficacement les tournées commerciales



La réponse Maporama:

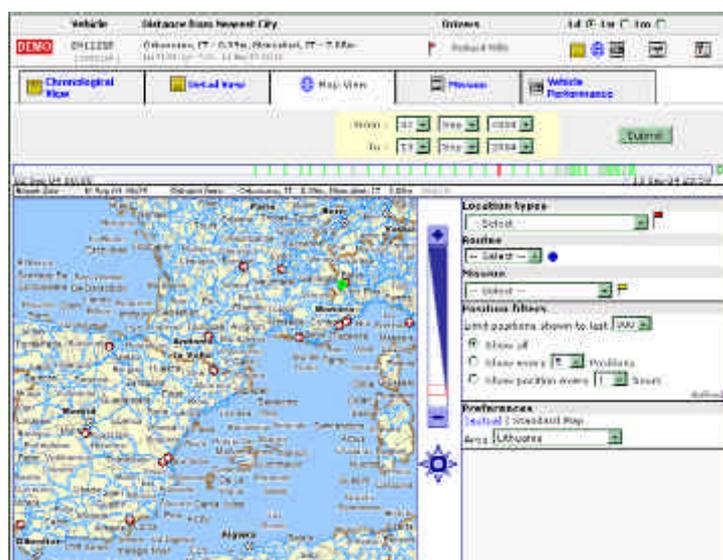
- Identifier et visualiser les clients / prospects les plus proches
- Calculer l'itinéraire le plus court ou le plus rapide pour leur rendre visite
- Éliminer les distances non productives
- Augmenter le nombre de visites par jour

- **Gestion de Flotte :**

Focus sur 

Iveco, société du Groupe Fiat, est un des fabricants leaders de véhicules commerciaux et de moteurs diesel.

Objectif: Suivre une flotte de véhicules en temps réel



La réponse Maporama:

- Suivre en temps réel le déplacement des véhicules équipés d'un système GPS/GSM classique ou simplement un téléphone GSM
- Déterminer le véhicule le plus proche disponible pour prendre un nouveau chargement
- Vérifier la bonne exécution des missions et le suivi des itinéraires

4.2.3 Le savoir faire de Maporama International : Plus de 10 M€ de R&D financé

4.2.3.1 Les moyens entrepris

Depuis février 2000, les ingénieurs de Maporama, désormais intégrés à la structure Maporama International, développent des produits et des solutions innovantes conformes aux préceptes liés à l'utilisation en mode industriel de ces offres : qualité, fiabilité et donc de satisfaction des clients.

Les équipes de R&D ont constamment cherché à développer des solutions innovantes couplées à des applications clientes immédiatement exploitables.

On rappellera ici que 16 M€ ont été investis par trois investisseurs institutionnels entre février 2000 et fin 2002 et qu'environ 10 M€ ont été alloués à la R&D.

4.2.3.2 L'équipe actuelle

L'équipe technique est aujourd'hui dirigée par Corinne Mouradian qui supervise 9 ingénieurs.

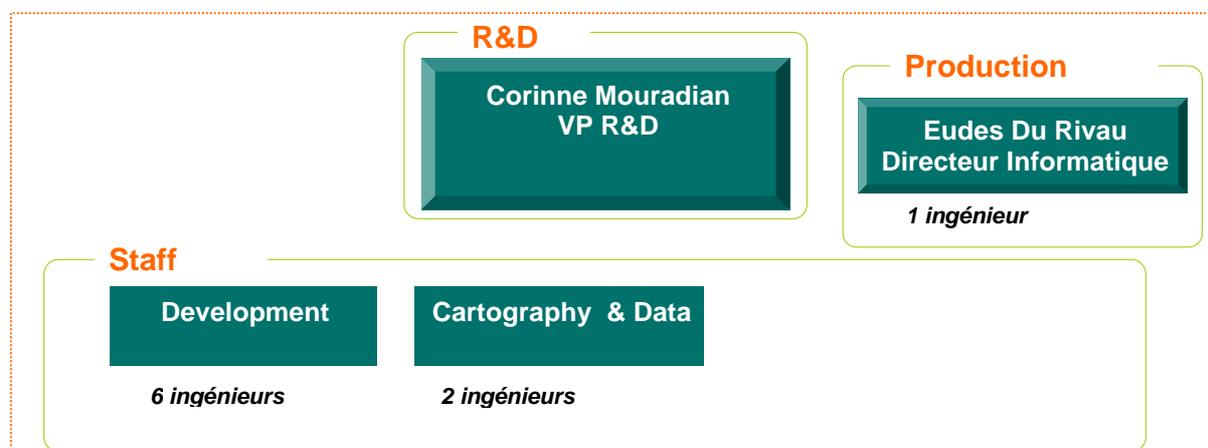


Figure 4 : Organigramme de la cellule R&D

Maporama International mène une stratégie de développement mêlant à la fois innovation et mise à disposition d'applications et de fonctionnalités immédiatement exploitables par ses clients. Cette stratégie de développement fait l'objet d'un plan de développement décrivant la stratégie de développement annuelle / semestrielle / mensuelle et d'une concertation permanente avec les utilisateurs (par le biais du département Customer Care).

4.2.3.3 Le savoir-faire acquis

- **Les composants logiciels créés entre 2000 et 2004**

Mai 2000 : Lancement de l'offre Maporama Store Locator.

Décembre 2000 : Lancement de la technologie Maporama Partner Hub.

Octobre 2001 : Lancement de Maporama Partner Gateway.

Décembre 2001 : Lancement de Maporama Partner Profiler.

Février 2002 : Lancement de MAPIL (Maporama API Library) : kit de développement XML à destination des intégrateurs, développeurs, SSII, Web Agencies...

Avril 2002 : Introduction des Maporama Enterprise Solutions.

Octobre 2002 : Lancement de Maporama Partner Analytic.

Avril 2003 : Démarrage du projet Genius qui aboutit au lancement de Maporama Partner Hub 2003 Professional Edition.

■ **2004 - Des composants logiciels à la notion de plate-forme technique**

Entre janvier et mai 2004, du fait des choix faits en terme d'évolution technologique, il est décidé de re-architecturer l'ensemble des composants logiciels et des services et de les rendre accessibles au travers d'une infrastructure unique baptisée Maporama Geocentric Service Framework (MGSF).

Cette plate-forme est développée en environnement Dot Net, langage C++, Java et Soap/XML. La version en place est la troisième version développée depuis 2004.

Cette technologie offre une démarche unique aux clients souhaitant mettre en place des solutions intégrant des fonctions de localisation géocentriques.

Le schéma suivant permet de visualiser à la fois la richesse en terme d'information, la dynamique du modèle, les applications proposées et les supports utilisés par cette infrastructure.

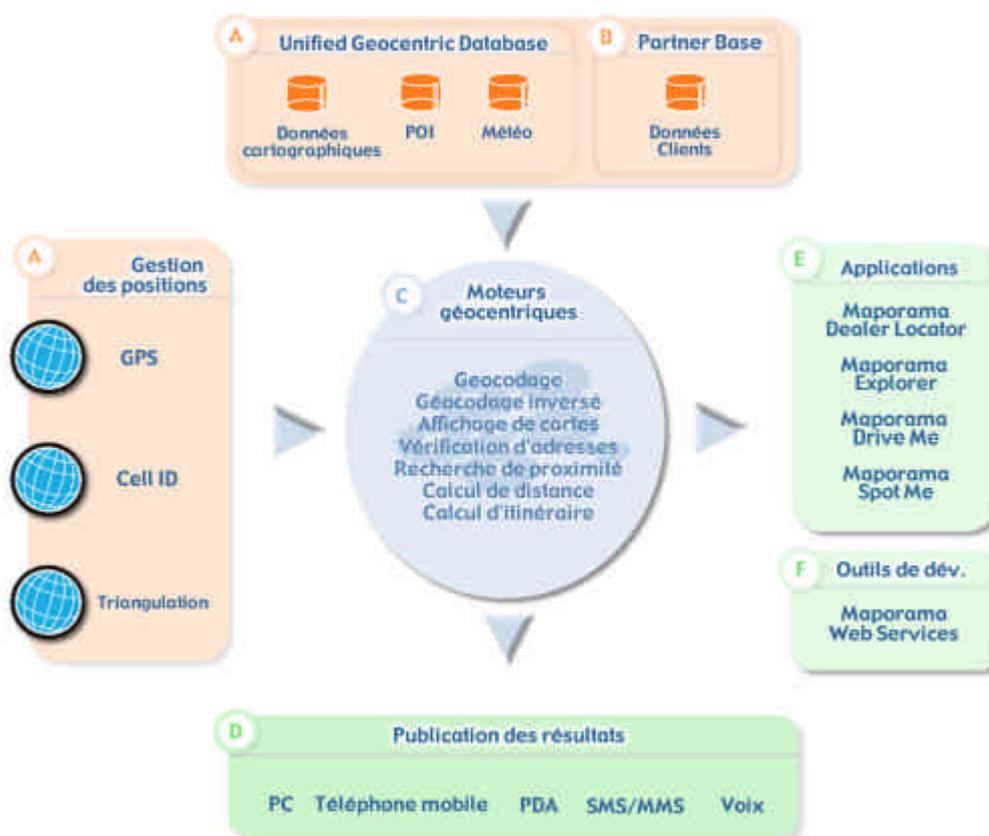


Figure 5 : La plateforme Maporama Geocentric Service Framework

A) La richesse des informations :

Maporama International dispose de multiples sources d'information venant enrichir en permanence sa base d'information. Sans recours à une expertise cartographique pour les clients, MGSF donne accès à une base d'information géocentrique unifiée composée de :

- multiples sources d'information: données cartographiques (cartes & itinéraires), contenus (points d'intérêts, information spécifique), information dynamique & temps réel (météorologie mondiale multicritères).
- multiples fournisseurs – plus de 30 geo-fournisseurs collaborent avec Maporama International pour constituer la meilleure couverture mondiale disponible à ce jour. On peut citer des sociétés telles que Navteq, TeleAtlas, Geoscape, DMTI Spatial, Map Data Science... Le type de licences avec ces fournisseurs est généralement annuel.

B) La gestion des contenus clients :

La plate forme Maporama Geocentric Services Framework intègre les données propres aux clients de Maporama International au sein de son infrastructure. Il s'agit de positionnement d'éléments fixes dans l'espace (localisation des magasins, des usines, des fournisseurs, des clients etc...) ou d'éléments dynamiques (localisation de personnel mobile, de technicien d'intervention, de commerciaux itinérants etc...) qui recensent les ressources et actifs stratégiques des entreprises.

La plate forme MGSF est totalement ouverte et intègre aussi bien des informations de positionnement provenant de systèmes type GPS (boîtier télématique GPS/GSM/GPRS embarqué dans un véhicule par exemple) ou directement des systèmes de positionnement des opérateurs de téléphonie mobile (CELL-ID, triangulation par exemple)

L'intégration, la maintenance et la mise à jour des données clients se fait au travers de l'outil Maporama Explorer développé dans *le paragraphe 4.2.4.3 situé en page 53*.

C) L'utilisation de moteurs de calculs :

La plate forme MGSF intègre différents moteurs géocentriques développés par Maporama International utilisable de manière unitaire, en combinaison ou en complément de moteur de tierces parties. Ces moteurs répondent à quatre grands besoins :

- La vérification d'adresse et le géocodage (vérification de la pertinence d'une adresse postale et attribution de ses coordonnées géographiques),
- Le dessin des cartes (affichage de représentations cartographiques sous forme de fichiers images & définition des attributs graphiques associés),
- Le calcul d'itinéraires et l'optimisation de tournée (calcul du plus court chemin en temps ou distance entre une adresse origine et une adresse destination, restitution de la feuille de route associée avec l'ensemble des instructions de navigation, optimisation de tournées multipoints),
- La recherche de proximité (recherche multicritères de points autour d'une localisation donnée ou à l'intérieur d'une zone géographique)

D) Les terminaux

La plate forme Maporama Geocentric Services Framework délivre des informations sur tous types de terminaux connectés et tous types d'interfaces utilisateur (PC fixe ou portable, téléphone mobile, PDA, SMS / MMS / interface vocale...)

On peut estimer la répartition des terminaux utilisés :

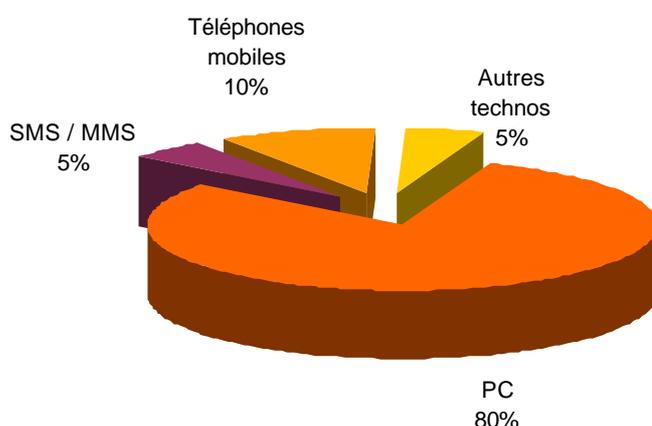


Figure 6 : Répartition des terminaux

E) La convergence avec les applications existantes chez les clients

La plate forme Maporama Geocentric Services Framework connecte les solutions et fonctionnalités géocentriques aux applications et process métiers existants dans l'entreprise cliente tels que les outils de CRM (*voir glossaire situé dans le paragraphe 4.9 en page 87*), de SFA (*voir glossaire situé dans le paragraphe 4.9 en page 87*), d'ERP (*voir glossaire situé dans le paragraphe 4.9 en page 87*), ou de tout autre progiciel (gestion de flotte, gestion des forces mobiles, application de Call Center). La connexion se fait au travers d'une bibliothèque étendue de web services Maporama Web Services au standard SOAP/XML (*voir glossaire situé dans le paragraphe 4.9 en page 87*).

F) Le déploiement de services clé en main

La plate forme Maporama Geocentric Services Framework délivre également des services et applications clé en main au travers d'un catalogue qui comprend les services suivants :

- Maporama Intelligent Dealer Locator
- Maporama Explorer
- Maporama Drive Me
- Maporama Spot Me
- Maporama My Way (en cours de lancement)

Ces produits sont développés dans le *paragraphe intitulé « L'offre produits situé au § 4.2.4*

4.2.3.4 Les alliances technologiques et industrielles

Ces alliances ont été conclues avec des :

- ***Fournisseurs de données***

Plus de 30 fournisseurs de données et notamment Navteq ou Téléatlas, collaborent avec Maporama initialement et Maporama International désormais pour délivrer la meilleure couverture géographique mondiale.

- ***Centres de recherche européens***

Depuis 2003, Maporama initialement et Maporama International désormais travaille avec différents centres de recherche européens – universitaires ou communautaires tel celui de l'université de Dublin.

A ce titre, Maporama International collabore notamment avec le centre de recherche de l'agence spatiale européenne (ESA/ ESTEC – Agence Spatiale Européenne) afin d'exploiter les technologies Satcom dans le contexte de la géolocalisation et des applications dédiées aux forces mobiles.

- ***Editeurs de logiciels, fabricants de matériels***

Depuis 2003, Maporama International collabore activement avec des acteurs multiples, des éditeurs de logiciels et des fabricants de matériels comme Alcatel, Genesys Labs, Salesforce.com, RIM/Blackberry, Symbian ou encore Hewlett Packard.

Ces partenariats ont, selon les acteurs, pour objectif :

- D'élargir la réponse offerte aux clients de Maporama International et de ses partenaires,
- De disposer de solutions dialoguant avec les solutions majeures du marché ou couramment rencontrées dans des secteurs d'activité spécifiques,
- D'imposer la plate forme Maporama Geocentric Services Framework comme un standard d'implémentation des fonctions géocentriques au coeur des entreprises. Aucune solution de ce type n'existe sur le marché.

- ***Les programmes CEE/IST & PCRD, ANVAR***

Maporama International privilégie la coopération technologique avec des partenaires identifiés. Ces programmes de coopération sont menés dans le cadre des programmes européens IST (Information Society Technologies) et CRAFT (Projet de recherche collective) PCRD IST (Programme cadre européen de recherche et développement)

Maporama International a reçu le soutien de l'ANVAR dans la préparation de ces programmes.

Les récents programmes de collaboration où Maporama International est intervenue sont :

- Juin 2004 : Econtent
- Novembre 2004 : Craft

▪ *L'interaction avec les clients*

Partie intégrante du modèle de distribution en mode ASP, le département Customer Care (voir glossaire & paragraphe 4.3.4 Customer Care) mis en place depuis 2000 permet :

- aux clients de Maporama International de disposer d'accompagnement et de suivi dans l'utilisation des solutions Maporama International,
- à Maporama International de bénéficier en permanence de retours sur le taux de satisfaction clients et d'enrichir constamment la technologie et les produits mis en place.

4.2.3.5 Les technologies en développement

▪ *My Way : en cours de lancement,*

Maporama MyWay est un service vocal d'aide à la navigation et d'itinéraire disponible à partir de tout téléphone mobile.



Tourner à droite, suivre
rue Louis Blanc sur 964 m...

Tourner à gauche, suivre
avenue Edgar sur 200 m...



Bénéfices pour l'utilisateur

- Système de reconnaissance vocale
- Disponible à partir de n'importe quel téléphone
- Itinéraire détaillé partout, tout le temps
- Simplicité d'utilisation : il suffit de parler !

Bénéfices pour les fournisseurs de services

- Déploiement rapide sur un marché de masse
- Augmenter la valeur de consommation du client avec un service vocal
- Fidéliser le client

▪ *Maporama Drive Me Java Edition, Windows Mobile Edition et blackberry Edition*

Le service Maporama Drive Me disponible aujourd'hui sur plateforme Symbian est en cours de portage sur d'autres plateformes technologiques.

Maporama Drive Me Java Edition devrait être lancé au cours du mois de Juin 2005. Les éditions Windows Mobile et Blackberry sont prévus pour le 4^{ème} trimestre 2005.

4.2.4 L'offre produits

4.2.4.1 La réponse de Maporama International pour le Marché des Entreprises : Apporter la valeur ajoutée géocentrique au cœur de chaque département de l'entreprise

La plupart des informations exploitées par les départements d'une entreprise dans le cadre de ses activités comporte une dimension géographique – de manière prédominante, les adresses ou autres formes de coordonnées géographiques – et ces informations sont rarement ou jamais exploitées faute de mécanismes simples à mettre en œuvre pour les valoriser.

Les solutions délivrées par Maporama International apportent une réponse immédiate à l'exploitation de ces informations aux différents services de l'entreprise, comme illustré dans le schéma ci-dessous.

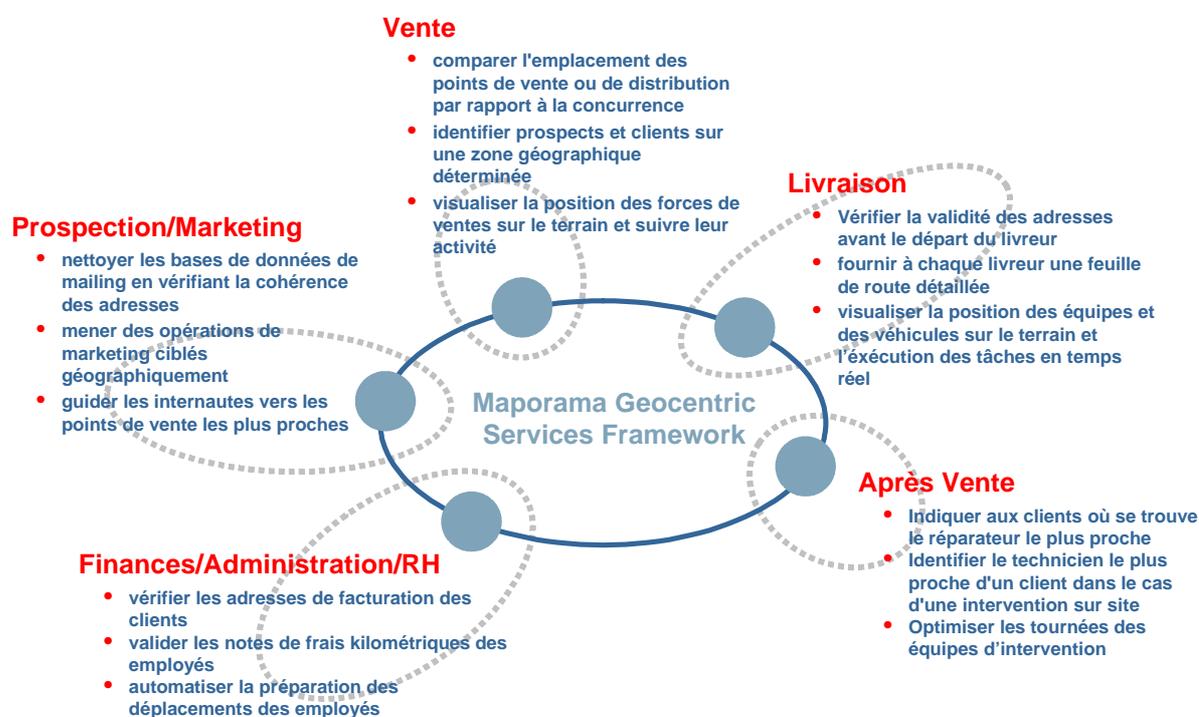


Figure 7 : Solutions délivrées depuis MGSF

Maporama International apporte une valeur ajoutée complémentaire aux informations exploitées par les départements d'un client dans le cadre de ses activités intégrant une dimension géographique.

La plate forme MGSF utilise les données géographiques (adresses ou autres coordonnées) des clients et permet d'incorporer des fonctions géocentriques à chaque étape du cycle de vie économique d'une entreprise cliente.

Différents exemples pour certaines fonctions clefs de l'entreprise illustrent cette technologie développée :

- **Marketing** : Optimiser la localisation d'un réseau de vente, effectuer des opérations de mailing ciblées géographiquement, guider les internautes vers des points de vente adéquats (selon la disponibilité du produit recherché ou selon la proximité souhaitée du magasin).
 - Exemple de clients : Tag Heuer / Email Vision

- **Vente** : Identifier des prospects et des clients sur une zone géographique déterminée, visualiser la position des forces de vente sur le terrain, identifier une visite chez un contact depuis la position courante d'un commercial.
 - Exemple de clients : Aventis

- **Livraison** : Vérifier et valider l'adresse de destination avant le départ d'un livreur, fournir à chaque livreur une feuille de route détaillée, visualiser la position des équipes et des véhicules sur le terrain, surveiller l'exécution des tâches en temps réel.
 - Ooshop / Sateltrack - Iveco

- **Service après ventes** : Indiquer aux clients où se trouve le centre de réparation le plus proche, identifier le technicien le plus proche d'un client dans le cas d'une intervention sur site.
 - ING Canada / Bouygues Telecom

- **Administration / RH** : vérifier et valider les adresses de facturation des clients, valider les notes de frais kilométriques des employés, automatiser la préparation des déplacements des employés.
 - Diageo

4.2.4.2 IDL (Intelligent Dealer Locator)

Lancée en 2003, successeur des offres produits Store Locator, Maporama Dealer Locator est l'application de cartes, itinéraires et recherches de proximité pour guider les visiteurs des sites e-business vers les points de vente.



Bénéfices pour l'utilisateur

- Trouver le magasin le plus proche
- Obtenir un itinéraire détaillé pour atteindre ce magasin
- Réaliser une recherche de proximité

Bénéfices pour les entreprises

- Transformer les internautes en clients
- Augmenter la satisfaction des clients
- Fidéliser les clients par une qualité de service

Exemples de clients : Léonidas, Décathlon, Renault, Toyota

4.2.4.3 Maporama Explorer

Maporama Explorer exploite les données de positionnement des opérateurs pour fournir des services de:

- suivi de véhicules et gestion de flotte
- suivi de forces mobiles



Bénéfices pour les entreprises

- Visualiser la position courante des force mobiles et analyser leur évolution
- Identifier la personne la plus proche pour intervenir
- Accessible avec un simple navigateur internet
- Faire le lien entre les opérations terrain et le siège

Bénéfices pour les fournisseurs de services

- Nouveau service pour les clients « entreprises »
- Promouvoir l'usage des systèmes de positionnement (Cell ID, triangulation (*voir glossaire situé dans le paragraphe 4.9 en page 87*), etc.)
- Augmenter la fidélité et réduire le taux de « churn » (*voir glossaire situé dans le paragraphe 4.9 en page 87*)
- Augmenter le revenu moyen par utilisateur (ARPU) (*voir glossaire situé dans le paragraphe 4.9 en page 87*) avec du trafic GPRS

4.2.4.4 Maporama Spot Me

Maporama Spot Me est un service d'envoi de positions GPS disponible sur smartphone. Ce service de la plate forme MGSF alimente en temps réel les bases de données Maporama International en données de positionnement. Ce service est essentiel pour les entreprises souhaitant bénéficier d'un système de gestion de forces mobiles très précis et à moindre coût

Maporama Spot Me fonctionne en combinant un téléphone portable et un récepteur GPS Bluetooth. Le service ne requiert donc aucune installation dans le véhicule de l'utilisateur, ce qui le rend financièrement attractif et simple d'utilisation.

Le strict respect de la vie privée de l'utilisateur est essentiel pour déployer et faire accepter un service de localisation. Maporama Spot Me ne recueille aucune donnée GPS à l'insu de l'utilisateur. Ce dernier déclenche et interrompt le service sur son téléphone mobile quand il le souhaite.

Grâce à l'association de Maporama Spot Me et de Maporama Explorer, les entreprises connaissent en temps réel la position de leurs forces mobiles sur le terrain. L'application Maporama Explorer récupère les données GPS envoyées par Maporama Spot Me et les met à disposition du responsable d'équipe 24h24 et 7j7. Ce dernier visualise facilement à partir de son navigateur Internet la position des personnes sélectionnées.



4.2.4.5 Maporama Web Services

Maporama Web Services est un outil de développement SOAP/XML (*voir glossaire situé dans le paragraphe 4.9 en page 87*) conçu pour permettre aux entreprises d'incorporer des fonctionnalités géocentriques (plans, itinéraires, optimisation de tournées, calcul de distance, recherche de proximité, vérification d'adresses...) dans leurs applications critiques et leurs processus métiers.



4.2.4.6 La réponse de Maporama International pour le Marché du grand public : l'aide au déplacement et à la mobilité

Sur ce segment, la mission de Maporama International est d'apporter une valeur ajoutée géocentrique concernant l'aide au déplacement et à la mobilité en direction du Marché Grand Public.

Issue directement de la plate forme Maporama Geocentric Services Framework, Maporama International a développé des solutions distinctes adaptées aux besoins de ses clients.

■ Maporama Drive Me

Maporama Drive Me transforme un téléphone mobile en véritable système de navigation GPS vocal. Avec ce système « Offboard », muni d'une antenne GPS bluetooth, l'utilisateur est guidé à destination en toute simplicité grâce à des instructions vocales et graphiques claires et n'a pas à se soucier du stockage et de la mise à jour des données cartographiques puisque celle-ci sont déportées sur les serveurs Maporama International communiquant via le réseau GPRS avec l'application Maporama Drive Me installée sur le téléphone.

Maporama Drive Me est un service de navigation GPS disponible sur téléphone mobile Symbian série 60 & UIQ.

Une version Java est disponible depuis juin 2005.



Bénéfices pour l'utilisateur

Usage partout, tout le temps, dans n'importe quel véhicule ou à pied

- Pas de contrainte de stockage et la mise à jour de données cartographique
- Système de reconnaissance vocale de l'adresse de destination
- Site Web dédié pour la préparation des déplacements
- Synchronisation avec le poste et les outils du poste de travail (MS Outlook, etc.)

Bénéfices pour les fournisseurs de services

- Augmenter le nombre de services utilisant du trafic voix & data
- Introduire un nouveau service auprès de la clientèle VIP
- Générer des revenus additionnels dans le réseau de distribution de l'opérateur par la vente d'antenne GPS Bluetooth

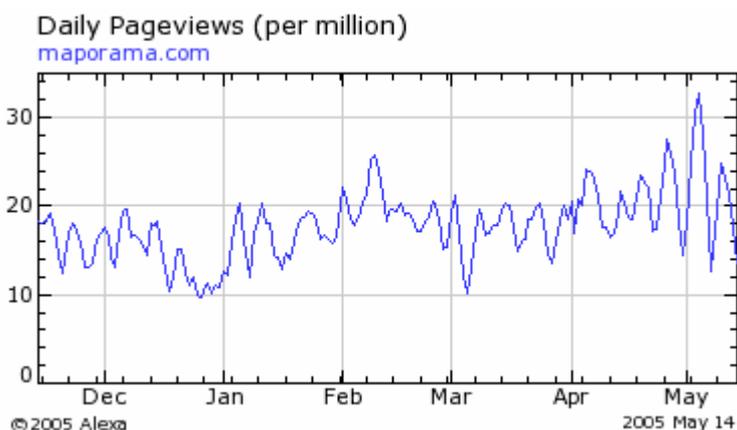
Exemples de clients : Skoda

4.2.4.7 Le site www.maporama.com

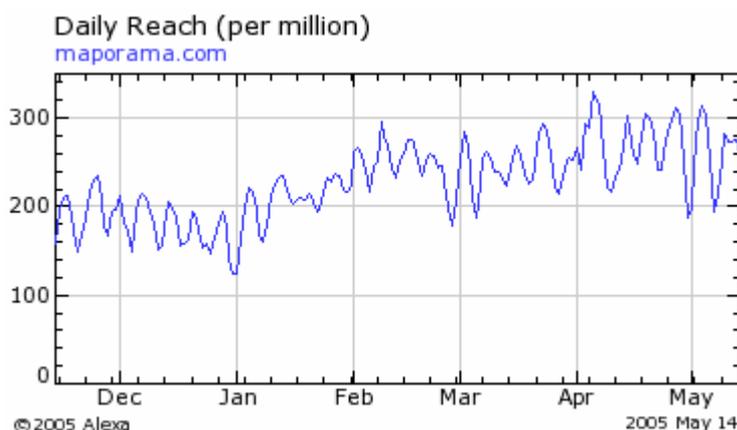
Le site **www.maporama.com**, disponible en 26 langues, affiche un nombre moyen de 30 millions de pages consultées par mois.

Le site est clairement positionné comme un portail du secteur du voyage dédié à la géolocalisation et aux thématiques cartes, itinéraires, recherches de proximité, météo, info trafic...

Le site est régulièrement classé parmi les 20 premiers sites français en terme de temps de réponse. (sources et chiffres au 14 mai 2005 - Alexa).



L'une des raisons de cette audience réside dans la nature unique de la cartographie mise à disposition par Maporama International, considérée comme la plus exhaustive à ce jour (*voir paragraphe 4.2.12.3 situé en page 75*) tant en terme de nombre de pays couverts que de précision.



La requête d'information sur le site est gratuite pour l'internaute.

Le positionnement adopté par ce site est résolument orienté CSP ++ et voyageurs d'affaires.

Profil Internaute (source RealMedia)

60% Hommes – 40% Femmes

40% ont entre 25 à 34 ans

77% sont des acheteurs on-line

▪ Les annonceurs

Secteur	Clients
Tourisme	Voyages SNCF, Marmara, Air France, Hotels.com, Expedia
Consommation	Ooshop, E.Leclerc, Cetelem, Top Achat
Télécom	Bouygues Telecom, Telecom Italia
Constructeurs, services	LG, Opel, Hertz
Portails – internet	Lycos, Tiscali

Figure 8 : Répartition des annonceurs par secteur économique

La typologie des revenus publicitaires observée sur le mois de Mars 2005 est la suivante :

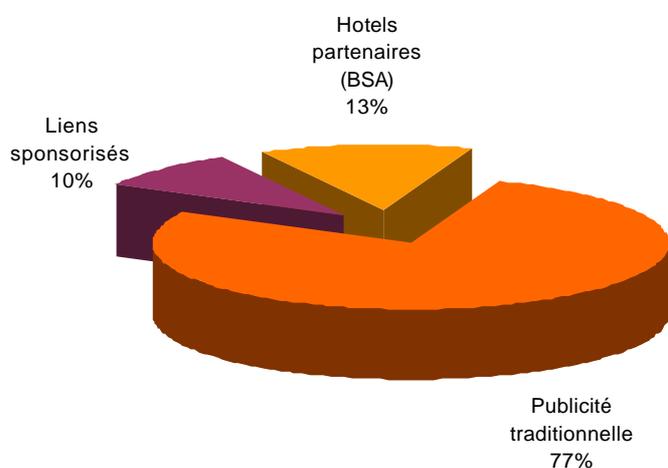


Figure 9 : Typologie des revenus publicitaires

Janvier 2005	3 695 €
Février 2005	3 238 €
Mars 2005	1 920 €
Avril 2005	6 081 €

Figure 10 : Poids de l'annonceur le plus important

▪ Les revenus publicitaires

Ils représentent environ 3 % du chiffre d'affaires et sont constitués autour de trois sources de revenus :

- **Formats publicitaires classiques:**

Bannières (*voir glossaire situé dans le paragraphe 4.9 en page 87*), pop-up, (*voir glossaire situé dans le paragraphe 4.9 en page 87*) pop-under, (*voir glossaire situé dans le paragraphe 4.9 en page 87*), skyscraper (*voir glossaire situé dans le paragraphe 4.9 en page 87*), pavé (*voir glossaire situé dans le paragraphe 4.9 en page 87*).

Tous les formats proposés sont conformes aux spécifications de l'IAB (Internet Advertising Bureau) ce qui facilite l'intégration des campagnes clients.

- **Liens sponsorisés :**

Un lien promotionnel est un lien à but commercial. En général, l'annonceur qui souhaite se donner de la visibilité de cette manière, achète des mots clés auxquels il veut voir sa marque associée. Espotting, leader européen des liens sponsorisés et division de FindWhat.com (NASDAQ : FWHT) fournit à Maporama.com des liens promotionnels en allemand, anglais, danois, espagnol, français, italien, norvégien, suédois.

- **Maporama Brand Search Around.**

Maporama Brand Search Around est une fonctionnalité du site Maporama.com qui permet aux visiteurs de localiser des points d'intérêt autour d'une adresse. Maporama.com offre la possibilité à des entreprises de mettre en avant leur réseau auprès des visiteurs. Les chaînes hôtelières et les systèmes de réservation hôtelière (ou GDS, Global Distribution Systems) sont souvent les premiers intéressés compte tenu qu'ils disposent déjà de programmes d'affiliation propre.

Lorsqu'un visiteur de Maporama International désire avoir plus d'informations sur un hôtel, il clique sur le lien et se retrouve dirigé vers le site de l'affilié. Grâce à un système de session, il est possible alors de connaître les réservations effectuées par le visiteur. Dans la majorité des cas, la rémunération est issue d'une commission touchée sur les réservations effectuées par les visiteurs Maporama. Les partenaires actuels sont: Accor Hotels, Best Western, Bookings, Chateaux & Hotels de France, Hotels.com, Octopus Travel, Superbreak.com

La technologie Maporama Brand Search Around est une technologie et un service publicitaire exclusif de Maporama International de mise en avant de réseaux d'hôtels.

4.2.5 Les fournisseurs

Maporama International fait principalement appel à deux grands types de fournisseurs :

- Les fournisseurs de données – ceux-ci sont répartis aux quatre coins du monde et sélectionnés en fonction de la qualité de leurs informations et de leur fréquence de mise à jour. Le mode de collaboration a été validé par plusieurs années de fonctionnement. Le fournisseur le plus sollicité est Navteq.
- Les fournisseurs de services d'infrastructure : sous cette appellation, sont concentrés les fournisseurs de bande passante (Cable&Wireless), d'hébergement du datacenter (LDCOM), de transit IP Label.

4.2.6 Les clients

4.2.6.1 Répartition sectorielle

Maporama International dispose d'un portefeuille client de plus de 500 clients grands comptes dans de multiples secteurs d'activité : distribution, hôtellerie & voyages, industrie, pharmacie, médical, transport, automobile, banque, finance & assurance, et notamment :

Secteur	Clients
Automobile	Renault, Delphi, Fiat, Webasto, Lexus, Toyota, Suzuki
Infrastructure, équipements urbains & routiers	Case Corp, JC Decaux
Services financiers	Citibank, UBS Warburg, Gan, KPMG, ING Insurances, Fortis, MAAF, AXA
Food and Beverage	Diageo
Voyage, hôtellerie	Accor Hotels, 10Best, Hotels.com, GTA, Bookings
Internet-Telecom	Wind Telecom, Pages Jaunes, Alcatel, SFR
Production	Shell, Air Liquide
Pharmacie, médical	Aventis
Distribution / Grandes Marques	Decathlon, L'Oréal, Tag Heuer, Packard Bell
Transports & Location	Sateltrack, Alamo Car Rental, Avis , Europcar

Figure 11 : Répartition des clients par secteur économique

4.2.6.2 Répartition du chiffre d'affaires par produits et clients

Maporama International a vendu plus de 500 licences dans plus de 20 pays.

Les 20 plus grands clients représentent 70% des ventes. (Exercice clos au 31 octobre 2004).

Client N°1	206 K€
Client N°2	165 K€
Client N°3	129 K€
Client N°4	118 K€
Client N°5	65 K€
Client N°6	63 K€
Client N°7	62 K€
Client N°8	56 K€
Client N°9	55 K€
Client N°10	55 K€
Client N°11	49 K€
Client N°12	43 K€
Client N°13	42 K€

Client N°14	41 K€
Client N°15	41 K€
Client N°16	40 K€
Client N°17	39 K€
Client N°18	39 K€
Client N°19	38 K€
Client N°20	33 K€

Figure 12 : Poids des principaux clients / Revenus par an (exercice clos au 31-10-04)

L'activité de Maporama International est résolument tournée vers l'international avec plus de 70% de son chiffre d'affaires réalisé hors de France (exercice clos au 31 octobre 2004) :

- 27,6 % France,
- 23 % USA,
- Le restant se répartit sur les autres régions du globe de l'Europe à la zone Asie/Pacifique (Australie).

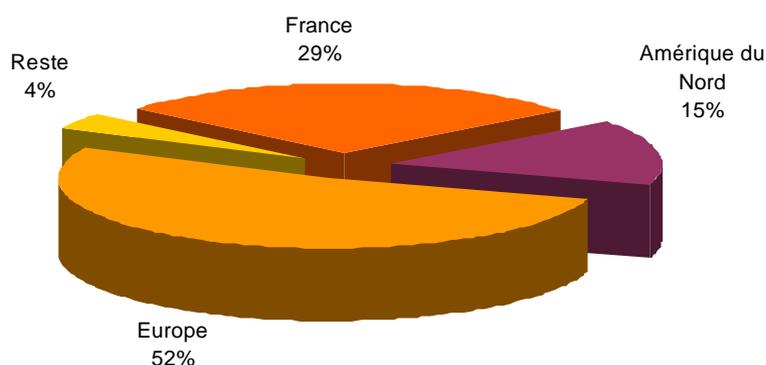


Figure 13 : Répartition du CA par zone géographique

4.2.7 Le modèle économique développé par Maporama International

4.2.7.1 Les différentes lignes de revenus

- **Intelligent Store locator**

Première technologie déployée depuis 2000, ces revenus issus des produits vendus représentent environ 60 % du chiffre d'affaires constaté sur l'exercice clos au 31 octobre 2004.

▪ Solutions entreprises

Depuis début 2002, ces solutions commercialisées pour les entreprises tendent à augmenter dans le chiffre d'affaires et sont désormais dopées par la sortie des nouveaux produits d'aide à la mobilité et au déplacement comme Drive Me, Spot Me ou My Way.

Le chiffre d'affaires généré par ces solutions représentait environ 37 % des ventes réalisées sur l'exercice clos au 31 octobre 2004.

▪ Outils d'aide au déplacement et à la mobilité

Nouvelle offre véritablement opérationnelle depuis le mois d'octobre 2004 (hormis Mobile Explorer) et véritablement commercialisée depuis début 2005, les solutions d'aide à la mobilité et au déplacement constituent le dernier maillon de la chaîne de valeur adressée par Maporama International et sont destinées à accompagner les personnels et utilisateurs en situation de mobilité.

Le chiffre d'affaires généré par ces solutions était nul sur l'exercice clos au 31 octobre 2004.

▪ Revenus publicitaires

Sur l'exercice 2004, Maporama International n'a pas eu pour objectif immédiat de développer les revenus publicitaires de son site www.maporama.com. L'objectif étant de consacrer les forces commerciales à la vente de solutions d'aide à la mobilité et au déplacement.

Le volume des ventes générées par la publicité s'est élevé à 3 % du chiffre d'affaires de l'exercice clos au 31 octobre 2004.

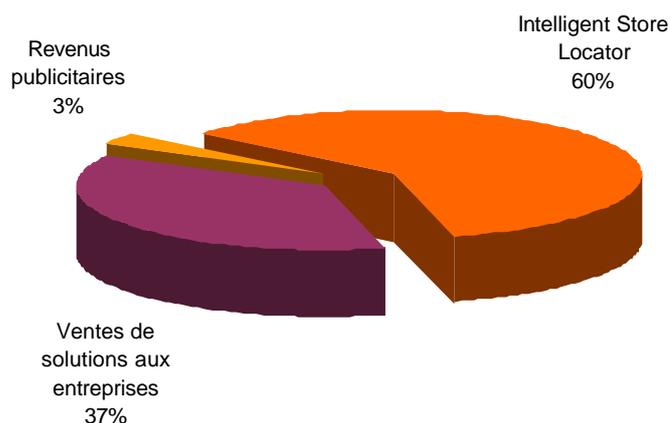


Figure 14 : Répartition du CA par segment (31/10/2004)

4.2.7.2 Processus d'acquisition des clients

Le processus d'acquisition des clients est double :

- **Acquisition via le site**

La marque Maporama dispose d'une notoriété forte à l'échelle internationale, et le site Maporama.com fait figure de vitrine comportant une double entrée à la fois grand public et corporate.

Maporama International recense environ 30 contacts entrants par jour qui sont traités par une cellule de dispatch connectée avec l'outil salesforce.com.

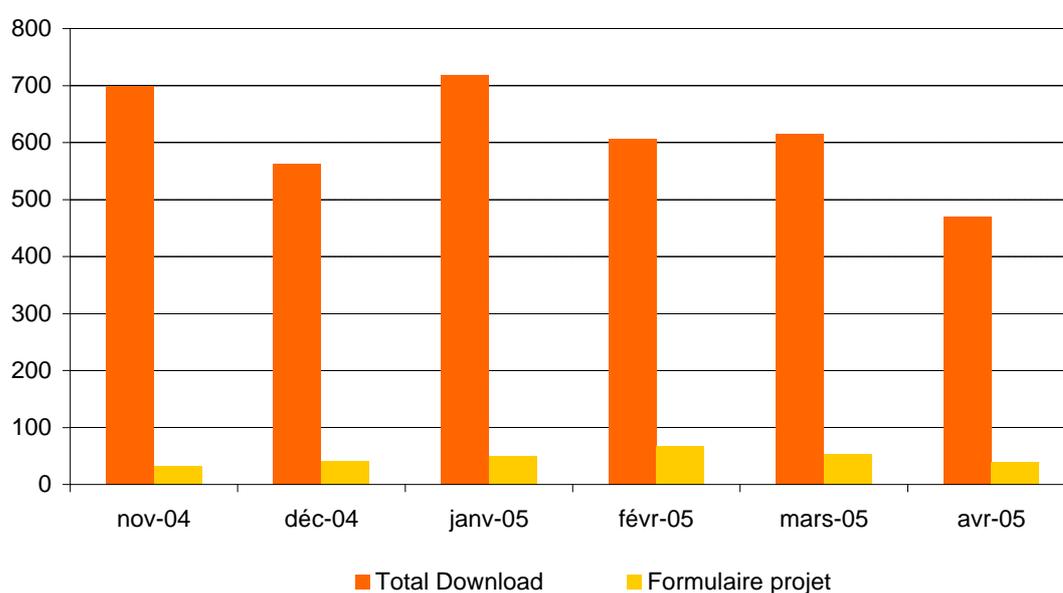


Figure 15 : Nombre de contacs entrants par mois sur les 6 derniers mois d'activité

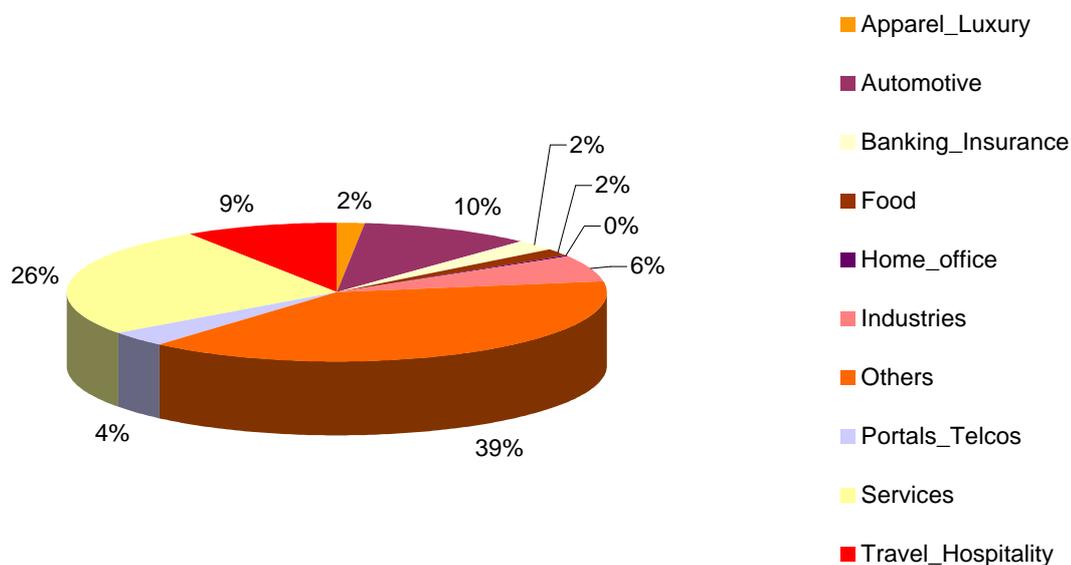


Figure 16 : Répartition sectorielle des contacts entrants sur les 6 derniers mois d'activité

■ Acquisition via la prospection

Maporama International a mis au point une organisation globale en terme de présence géographique et d'alliances stratégiques comme d'actions de prospection directe.

Toute la stratégie commerciale de la société est développée dans le 4.2.8

4.2.7.3 Maporama International en quelques chiffres...

- 70% du chiffre d'affaires réalisé à l'international,
- Capacité de localiser 635 000 villes dans le monde et de couvrir une population de + de 2 milliards de consommateurs,
- Plus de 60 millions de requêtes géocentriques délivrées mensuellement (19 requêtes / seconde),
- Collaboration avec plus de 30 partenaires à travers le monde: NAVTEQ, TeleAtlas, Geoscape, ...
- Une croissance annuelle du CA de 30% depuis la création de Maporama,
- Des clients prestigieux dans plus de 15 pays.
- 10 millions d'euros investis en R&D entre 2000 et 2003,
- 30 millions de pages maporama.com visitées par mois,
- Un taux de reconduction des contrats clients de 90% en moyenne,
- Une clientèle composée à 80% de grands comptes.

4.2.8 La stratégie commerciale mise en place

4.2.8.1 L'organisation en place

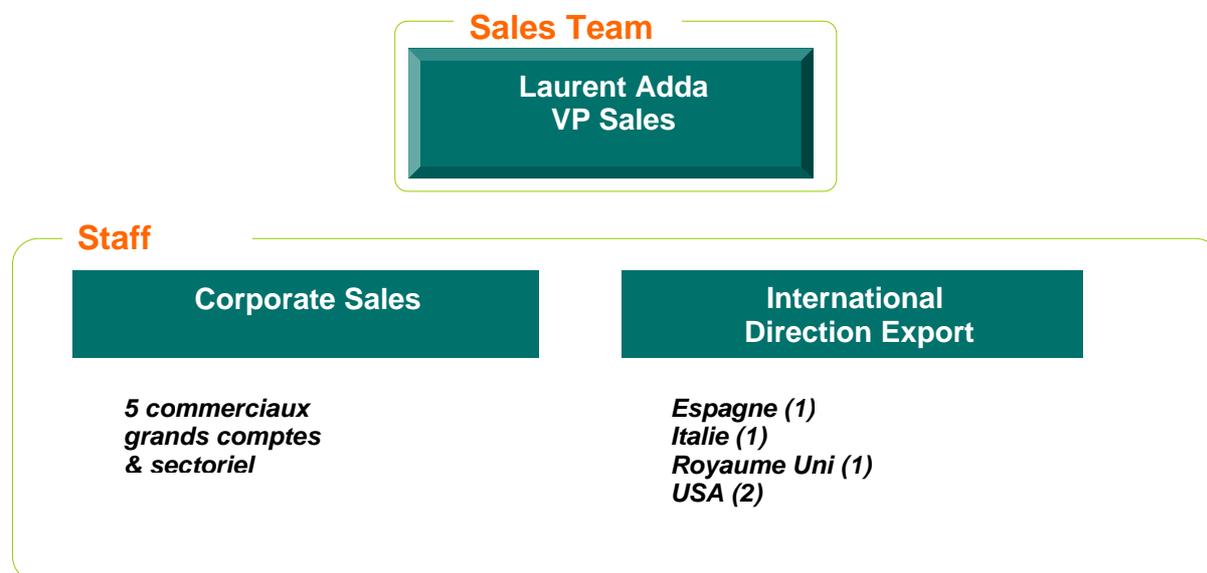


Figure 17 : Organisation commerciale

La répartition des commerciaux par pays au mois de mai 2005 est la suivante :

US	1 commercial free lance sur la cote est 1 commercial free lance sur la cote ouest
UK	1 commercial free lance
Italie	1 commercial free lance
Espagne	1 commercial free lance

▪ Europe

Maporama International commercialise ses produits & services au travers d'une équipe commerciale directe, composée de 5 commerciaux grands comptes assistés d'une cellule télévente composée d'une personne pour la région Europe.

▪ Amérique du Nord

En progression constante, le marché Nord Américain représentait 23 % de l'activité globale de Maporama International sur 2004 (exercice clos au 31 octobre 2004) contre 19 % en 2003. Deux commerciaux free lances servent de base de relais pour le déploiement commercial. Sur l'année 2005, il est prévu que trois nouvelles personnes free lance rejoignent Maporama International de manière à accélérer le déploiement commercial Nord Américain.

■ Asie Pacifique

Pour l'Asie Pacifique, plusieurs pays font partie des marchés cibles et notamment l'Australie où les processus de recrutement sont en cours.

4.2.8.2 Les objectifs

Un marketing offensif en Europe et aux États-Unis va accompagner la croissance commerciale. Le potentiel de croissance Nord-Américain devrait constituer la majeure partie du développement commercial 2005 & 2006. Le plan tactique de déploiement de Maporama International sur les marchés cibles est basé sur les hypothèses et composantes suivantes:

- **Renforcer la base client Maporama International** et améliorer le taux de renouvellement de 90 % (déjà supérieur aux moyennes habituelles) en offrant de nouveaux services et programmes de fidélisation.
- **Accroître l'encours sur la base installée pour les clients existants** par la commercialisation de composants additionnels (identification dans l'entreprise des départements candidats à l'utilisation des solutions Maporama International).
- **Développer de nouvelles opportunités de vente** dans des secteurs où Maporama International dispose de références clés.
- **Développer les alliances et les partenariats** au travers d'un programme offensif. Démultiplier les opportunités de business au travers de ces alliances.
- **Déployer les nouvelles offres mobilité** (Mobile Forces, DriveMe) sur les marchés Européen et Nord Américain.

Pour réaliser les objectifs annoncés, des recrutements doivent être réalisés en 2005 et 2006 notamment dans les départements marketing et vente, particulièrement outre-atlantique et en Europe.

4.2.9 La stratégie d'alliances & de partenariats

4.2.9.1 Alliances & Partenariats

Maporama International mène une politique active d'alliances et de partenariats avec les acteurs majeurs de l'industrie. Cette politique est fondamentale pour accroître le périmètre fonctionnel des solutions Maporama International et démultiplier la démarche commerciale. La mise en place du programme d'Alliances et de Partenariats a permis de fixer le cadre régissant les relations avec des sociétés tierces et nos objectifs :

- Adresser des marchés qui coûteraient trop cher à aborder directement ou pour lesquels une expertise complémentaire est requise.
- Rendre les technologies (plateforme) & solutions (modules) Maporama International omniprésentes.
- Étendre le périmètre de réponse (Maporama value chain).

- Remplir des missions ne correspondant pas au cœur de métier.
- Développer le chiffre d'affaires.

A travers ces alliances, Maporama International et ses partenaires partagent des objectifs communs, notamment le renforcement de leurs critères différenciateurs et la mise à disposition de solutions étendues. Les partenariats établis sont rassemblés dans les catégories suivantes :

- **Les partenariats technologiques R&D Alliance Partners (RDAPs)** - Maporama International a toujours eu pour politique de collaborer avec les acteurs du type Genesys ou Salesforce.com permettant d'accroître son périmètre fonctionnel ou d'accélérer le développement technologique sur des domaines ne correspondant pas directement à son cœur de métier ou pour lesquels l'entreprise ne disposait pas de compétences internes. Ces partenaires collaborent avec Maporama International au développement de composants, produits ou services complémentaires aux offres existantes. Sans nécessairement utiliser les technologies Maporama International dans leurs lignes de produits, ces partenaires permettent de répondre à des marchés verticaux ou des thématiques spécifiques à un métier. En ce sens, ils permettent à Maporama International de mieux répondre aux attentes clients.
- **Les accords OEM** – Sous cette appellation, se regroupent les sociétés, éditeurs, constructeurs souhaitant intégrer et vendre sur leur marché des offres enrichies avec les technologies Maporama International. Les OEMPs sont par exemple des éditeurs de progiciels de gestion de production, des sociétés de services souhaitant créer une plate-forme de développement outillée, ou intégrer des fonctionnalités considérées comme clé pour leurs marchés et clients cibles.
- **Les Intégrateurs systèmes / VAR** - Sociétés de services, intégrateurs systèmes, Web agencies... sont autant d'acteurs avec lesquels jusqu'à ce jour Maporama International a mené une politique de partenariats ponctuels directement dérivés d'opportunités business. L'avènement des composants techniques et de la plate-forme MGSF et leurs différents bénéfices fonctionnels facilitera l'implémentation et la préconisation des solutions Maporama International en combinaison avec leurs activités de consulting ou leurs autres lignes de produits commercialisées. Dans ce contexte, Maporama International définit une politique tarifaire spécifique leur permettant de valoriser le support offert à leur client et leur marge commerciale.
- **Les apporteurs d'affaires (Business Providers)** – Cette classification recense les organisations locales ou internationales n'ayant pas un intérêt direct à revendre les solutions Maporama International mais jouant un rôle de prescription auprès de clients potentiels ou identifiant des marchés sur lesquels Maporama International a un rôle à jouer. Maporama International a déjà constitué un réseau relationnel d'apporteurs d'affaires. Celui-ci sera étendu et structuré dans le cadre du présent programme.

4.2.9.2 Maporama Global Initiatives

Créé en 2002 et faisant partie intégrante du Maporama's Global Alliance & Partner Program, le Maporama Global Initiative program a été créé premièrement pour s'assurer que les clients n'aient pas de limitation dans les choix effectués lorsqu'ils souhaitaient intégrer des fonctions géocentriques dans leurs activités et leurs processus métiers et deuxièmement pour faciliter la coopération transversale entre des acteurs de l'industrie et des fournisseurs de solutions.

Ces partenariats ont pour objectif initial de réussir la coopération et l'intégration entre un type de technologie ou savoir-faire partenaire et les solutions géocentriques de Maporama International. Chaque initiative regroupe des actions de marketing et promotion coopératives.

Worldwide Coverage Initiative (WCI)



Disposer de la meilleure couverture géographique a toujours été au coeur des principes de Maporama International. Grâce à cette initiative, officialisée en février 2002 par Maporama, Maporama International et ses partenaires intensifient leurs efforts pour délivrer la meilleure couverture mondiale disponible en ligne grâce à des travaux d'agrégation de données coopératifs.

Cette initiative regroupe fournisseurs de données et de cartographie dans le but de définir un nouveau standard international dans la façon dont les cartes et les données géocentriques sont géocodées et définies et d'aboutir à des données multi-lingues, multi-pays, multiculturelles.

Quel que soit l'endroit, quel que soit le type d'information géocentrique demandée, l'objectif du WCI est de fournir une représentation uniformisée des données (niveaux de zooms, granularité, présentation..), sans rupture, pour une navigation sans décrochage d'un point à un autre d'une région ou du globe.

A ce jour, les moteurs de calcul cartographique de Maporama International ont été pensés pour combler les lacunes rencontrées dans le traitement des données et leur agrégation.

GIS Initiative



Cette initiative a été créée en 2002 pour promouvoir et renforcer la compatibilité entre les Systèmes d'Information Géographique existants et les technologies développées par Maporama International.

Les applications géocentriques en mode ASP délivrées par Maporama International et par les SIG (Systèmes d'information géographique) sont parfaitement complémentaires. Aujourd'hui, les entreprises utilisant des SIG doivent importer données et adresses directement dans ces systèmes. Grâce à la GIS Initiative, les clients de Maporama International auront la possibilité d'exporter leurs propres adresses depuis la Maporama Partner Base, la base de données centralisant et gérant les données clients. Ensuite ces données seront disponibles directement pour exploitation dans les SIG ou les applications spécifiques de géomarketing ou de suivi de véhicules, avec à la clé, des données constamment à jour grâce à une administration centralisée.

Location-Based Optimization Initiative



Lancée mi 2003, Maporama Location-Based Optimization Initiative est ouverte à tous les éditeurs de logiciels et composants techniques d'optimisation qui souhaitent en complément de leurs solutions expertes un accès à la base cartographique la plus complète du marché sur un mode ASP. En participant à cette initiative, ils offrent à leurs clients de nouvelles fonctionnalités clé-en-main à valeur ajoutée.

L'objectif est de renforcer la compatibilité entre les technologies Maporama International et celles d'optimisation développées par d'autres éditeurs. Dans le cadre de cette initiative, les éditeurs de solutions d'optimisation dans les domaines logistiques, ressources humaines, automatisation des forces de ventes, vont bénéficier de toutes les fonctionnalités géographiques de Maporama International. Les clients de ces éditeurs obtiendront un accès immédiat aux ressources et fonctionnalités des solutions Maporama International et auront par conséquent un moyen de réduire leurs coûts d'exploitation.

Location-Based E-mailing Partner Initiative



Ce type de partenariat a pour but de renforcer la coopération entre les outils de gestion de campagnes multicanaux (email, SMS, vocal, fax..) et les solutions Maporama International.

La coopération entre les solutions géocentriques de Maporama International et les applications d'emailing et de gestion de campagnes multi-canal (EmailVision, Xpedite, Mail Performance) permet aux clients de ces solutions de bénéficier de fonctions de suivi de campagne géolocalisée.

L'intégration d'informations géocentriques est au coeur de leurs campagnes renforçant la précision de leur campagne de marketing direct multicanal (email, sms, etc..) avec toutes les possibilités offertes en matière de personnalisation.

4.2.10 Le marché

4.2.10.1 Analyse du marché

Maporama International est positionnée sur le segment de marché en progression rapide du Spatial Information Management (SIM) (*voir glossaire situé dans le paragraphe 4.9 en page 87*), et plus particulièrement du segment baptisé Business Support Services (*voir glossaire situé dans le paragraphe 4.9 en page 87*).

Le marché du SIM est composé des 4 segments suivants :

4.2.10.2 Fournisseurs de Données

Au coeur du marché du SIM, ces acteurs traitent des données numériques telles que les données d'adresses cartographiques souvent obtenues des entités publiques et en effectuent le premier niveau de formatage. Il revend ensuite les cartes numériques.

La numérisation des cartes permet une mise à jour régulière des données.

Les données de ces fournisseurs permettent d'exploiter les SIG comme support de nombreux services comme la gestion de flotte par exemple.

Certains sont des acteurs globaux, d'autres régionaux et locaux.

On retrouve des acteurs comme NavTeq (US), Tele Atlas (Hollande) et GDT (Canada).

■ **Systèmes d'Information géographiques (SIG)**

Ce sont les acteurs historiques du marché ; Les SIG ont émergé dans les années 60 au Canada, et à la fin des années 80 en France, en retard par rapport aux autres pays européens.

Selon la Société Française de Photogrammétrie et de Télédétection, le SIG est "un système informatique permettant, à partir de diverses sources, de rassembler et d'organiser, de gérer, d'analyser et de combiner, d'élaborer et de présenter des informations localisées géographiquement (géoréférencées). L'ensemble des informations géographiques intégrées dans le SIG forment une base de données géographiques."

Un logiciel SIG est donc un système de gestion de bases de données localisées qui permet une superposition de couches d'informations géographiques qui peuvent entretenir des relations entre elles, être croisées, ou interrogées...

Les SIG délivrent des cartes détaillées à destination d'utilisateurs experts tels que les sociétés d'analyse et les développeurs qui requièrent une connaissance précise de l'environnement, des infrastructures, du transport et des télécommunications, comme du recensement. Les acteurs leaders sur ce segment sont MapInfo, (US) MapPoint (Microsoft) et ESRI (US). Leurs clients achètent et intègrent des cartes dans leurs propres applications.

Ce segment est également assez mature. Il progresse à un rythme de 10 % par an et est estimé à \$1.6 milliard en 2004, sur lequel plus d'un milliard est constitué par des ventes de logiciels. Ce marché exploite principalement l'univers Microsoft/Intel.

■ **Business Support Services (BSS)**

Les Business Support Services sont apparus progressivement entre 1995 et 2000.

C'est le segment progressant le plus fortement du marché.

C'est le segment progressant le plus fortement du marché du SIM. Les acteurs du BSS sont des éditeurs de logiciels qui packagent les données pour une utilisation métier en mettant en avant des avantages de productivité et de compétitivité. A ce jour, les best-sellers sont des logiciels dédiés à la gestion de flotte, au suivi d'équipements et de forces mobiles. Le secteur des ERP (*voir glossaire situé dans le paragraphe 4.9 en page 87*), du CRM (*voir glossaire situé dans le paragraphe 4.9 en page 87*) et du SCM (*voir glossaire situé dans le paragraphe 4.9 en page 87*) est l'un des plus prometteurs pour les années à venir.

Les estimations de progression sont de 27 % par an pour un montant de \$800M en 2005 (source IDC).

Les acteurs leaders sont Maporama International, Mapinfo and Microsoft MapPoint.Net.

■ Location Based Services (LBS)

Il s'agit du segment de marché qui a mis le plus de temps à démarrer.

Ce segment correspond à une offre de services géolocalisés qui fournissent de l'information en fonction du lieu où l'on se situe.

Ce segment est resté pendant longtemps centré sur des fonctionnalités basiques de localisation de personnes, d'équipements, d'informations sur le trafic, les itinéraires, et semble aujourd'hui décoller.

Le segment du LBS fait référence à la fourniture d'informations mobiles issues de services ou d'applications SIM. Après une longue gestation, où les revenus sont restés faibles et les services concentrés sur des fonctionnalités basiques de localisation de personnes, d'équipements, d'informations sur le trafic, les itinéraires, ce marché semble décoller.

La progression pour ce segment est estimée à 229 % et devrait atteindre \$14 milliards en 2007 (Source BWCS, 5/02).

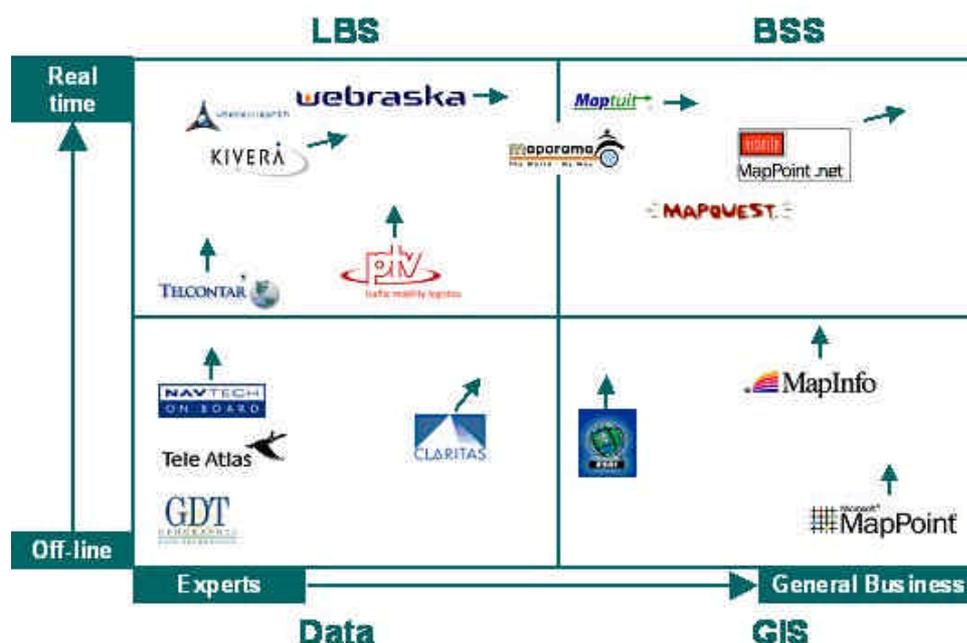


Figure 18 : Tableau analytique du positionnement marché des acteurs

4.2.10.3 Les facteurs d'accélération

Grâce au développement d'Internet et de la téléphonie mobile, la demande de services à caractère géocentrique (tout type d'information relatif à la localisation : cartes, itinéraires, recherche de proximité, etc..) est en croissance constante.

Plusieurs facteurs contribuent à cette progression :

- **Une progression du nombre d'utilisateurs multi plates-formes** et un renforcement des facteurs de mobilité. L'Internet Mobile rend plus complexe l'architecture et la stratégie développée sur les sites ouverts à l'Internet et génère de nouvelles demandes en terme de services et de contenus.
- **Le développement de l'Internet "embarqué"** à bord de véhicule devrait générer une demande additionnelle de services géocentriques à usage quotidien. Informations géocentriques et informations de proximité sont même parmi les services les plus demandés sur les terminaux mobiles.
- **Le démarrage du segment M2M (communication « Machine to Machine »)** – services industriels de localisation, de maintenance, de gestion automatique des campagnes locales.
- **La prise de conscience de l'apport que représente la liaison entre « processus du monde physique » et « processus traités en virtuel »** - quel que soit le modèle de vente ou le service, une partie du processus reste « physique » - Achat en ligne / livraison sur un lieu physique; visualisation en ligne / achat sur un point de vente physique, etc.

4.2.10.4 Les utilisateurs de l'information géocentrique

Internet et les réseaux mobiles ont donné vie à de nouveaux marchés ou les données à caractère géocentrique sont l'un des plus puissants vecteurs d'information. Leur valeur ajoutée est si importante qu'elles seront rapidement accessibles à tous quelque soit le support, le lieu, l'outil d'accès.

Les données géocentriques répondent aux attentes d'un nombre étendu d'utilisateurs professionnels :

1. Intégrées dans un site Internet, sur un service mobile (WAP, UMTS, M2M,...) ou un service dédié sur un PDA (Palm, Windows CE, etc..), les informations géocentriques permettent quel que soit l'endroit une localisation d'une destination professionnelle ou privée.
2. Intégrées ou couplées aux applications « métiers » d'une entreprise, ces informations permettent d'accroître le niveau de service (relation client, vente, marketing), d'optimiser les processus (vente, administratif, logistique), d'accroître la connaissance et le niveau de détail (marketing, vente).

4.2.10.5 Les critères conduisant les utilisateurs vers Maporama International.

Les solutions et services de Maporama International répondent aux principales attentes du marché. La souplesse et la flexibilité de mise en œuvre permettent de s'adapter à toutes les problématiques et tailles d'entreprise. Au cœur des critères conduisant les sociétés à choisir Maporama International, nous retrouvons la couverture, l'étendue des solutions, la simplicité d'utilisation et de mise en œuvre, l'évolutivité.

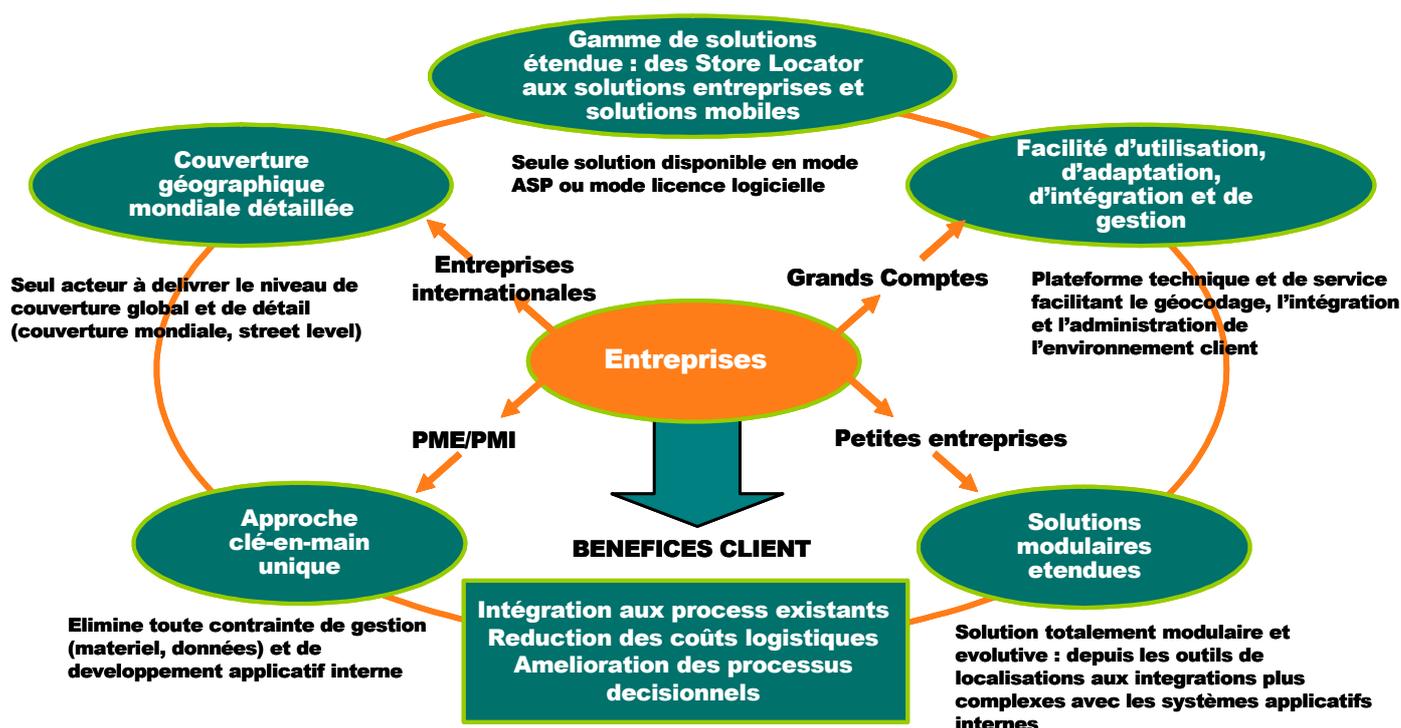


Figure 19 : Principaux critères de choix des solutions Maporama

4.2.11 L'environnement concurrentiel

Maporama International est un éditeur de logiciels et un fournisseur de services applicatifs en mode ASP – pas un revendeur de cartes et de données – un point fondamental qui le différencie d'une grande partie de la concurrence.

La concurrence de Maporama International doit être analysée en tenant compte des différents types de marchés auxquelles répondent les solutions Maporama International :

4.2.11.1 Les solutions « Store locator »

Marché historique, où Maporama International est le seul acteur réellement pan-européen et même mondial. En pratique, chaque pays dispose d'un ou deux acteurs sur ce marché (ex : PTV en Allemagne, Multimap en Angleterre), aucun ne dispose de l'envergure et de la couverture de Maporama. Le français Webraska n'est pas un compétiteur direct et est principalement un acteur du « wireless » - sans fil.

Les français ViaMichelin, Mappy et Planfax, souvent perçus comme des compétiteurs directs sont de purs acteurs B2C locaux. Malgré les tentatives d'extension de couverture à l'échelon européen menées par ViaMichelin, celui-ci ne dispose pas de l'étendue fonctionnelle des solutions Maporama. ViaMichelin a récemment annoncé la disponibilité de ses Web Services. Maporama International en est à sa sixième génération de Web Services.

Aux Etats-Unis, Maporama International est face à de multiples mais non significatifs acteurs en termes de taille, commerciaux ou technologiques. Mapquest est le seul compétiteur réel de Maporama International. Le modèle économique de Mapquest est principalement centré sur des revenus publicitaires.

Son marché est essentiellement Nord américain du fait de sa couverture très limitée à l'international.

Sur ce marché, l'infrastructure Maporama MGSF introduit une approche innovante en combinant des fonctions étendues de front et back office.

La couverture géographique globale dont dispose Maporama International a été un facteur décisif de changement pour nombre de clients de compétiteurs : Microsoft-Vicinity (Accor, Renault), Mapquest (Case New Holland) et MapInfo (Wind Telecom - Italie).

Le succès immédiat en son temps des solutions "Store Locator" de Maporama International a eu un rôle positif dans l'apprentissage et l'obtention de l'expertise nécessaire au développement des solutions entreprises de Maporama International.

4.2.11.2 La connexion au système d'information

La progression constante des ventes de Maporama International, même durant des périodes d'atonie économique, atteste de la qualité de l'équipe et de la valeur de marché des solutions Maporama International, et ceci notamment dans leur capacité, grâce au Maporama MGSF, à se connecter aux processus métiers de l'entreprise et à ouvrir de nouveaux champs d'utilisation concrets de l'information géocentrique.

La connexion des fonctions et solutions Maporama International aux applications existantes (SFA, CRM, ERP, Logistiques...) comme aux progiciels (gestion de flotte, gestion des forces mobiles) en entreprise, grâce aux bibliothèques de Web Services (SOAP/XML) est un critère différenciateur fort. A noter que Maporama International a été le premier acteur à lancer ce type de service en 2003.

Les compétiteurs sur ce segment sont principalement Microsoft Mappoint Web services. En octobre 2002, Microsoft a acquis Vicinity, un compétiteur de MapPoint, pour \$96 million (4x Ventes, 1xEV), éliminant d'un coup le seul autre compétiteur réel de Maporama International.

Malgré les formidables ressources du possesseur de MapPoint, son modèle économique présente plusieurs lacunes significatives comparées à Maporama International :

- Une couverture géographique limitée.
- Une charge de développement et d'intégration supérieure aux solutions Maporama International.
- 1 à 2 ans prévus pour délivrer des solutions comparables dédiées aux entreprises.

4.2.11.3 Les fournisseurs de solutions LBS (Located Based Services)

Le Maporama MGSF est un composant clé pour de nombreux clients ou fournisseurs d'applications souhaitant déployer des applications « online » ou « mobiles » qui nécessitent la collecte et l'exploitation d'information à caractère géocentrique, en approche OEM ou encapsulée.

Dans ce contexte, Maporama International est face à des acteurs comme Webraska, Kivera ou Telcontar.

Néanmoins, la majorité d'entre eux :

- Ont une infrastructure se focalisant sur la technique là où Maporama International délivre des solutions orientées Business.
- Restent au niveau “serveur” et constituent des architectures lourdes à déployer, où Maporama International délivre des services en mode ASP simples à implémenter.

Dans tous les cas, l’approche polymorphe et étendue des solutions Maporama International (briques technologiques clé-en-main et solutions orientées métiers) tendent à le différencier de la concurrence et à placer Maporama International sur un autre segment du marché.

4.2.12 Les facteurs clefs de succès

Les facteurs clefs de succès les plus importants de Maporama International sont :

4.2.12.1 La réactivité et l’efficacité

Maporama International se distingue clairement des autres acteurs du marché par sa capacité à saisir rapidement les opportunités à la fois technologiques et commerciales.

Maporama, et désormais Maporama International, ont développé depuis le début, la capacité à innover et à anticiper les besoins des consommateurs en matière d’aide à la mobilité.

La société est régulièrement la première du secteur à exploiter toutes les innovations en matière d’informatique, de multimédia, et de télécommunication, afin de pouvoir construire à partir de ces technologies, des services à forte valeur ajoutée, aussi bien pour les particuliers que pour les entreprises.

Les projets de développement des produits, qu’ils émanent des dirigeants ou bien des équipes de R&D, sont généralement concrétisés par la création de produits rapidement disponibles sur le marché. Ces produits ont le pouvoir de susciter toujours plus d’intérêt de la part des consommateurs qui trouvent à travers eux de véritables solutions à leurs problématiques.

4.2.12.2 La supériorité technologique

Maporama International a su s’équiper des outils de production les plus performants du marché, et a développé une politique de R&D intense.

10 Millions d’euros ont été investis dans la R&D entre 2000 et 2003 ; Maporama International entretient quotidiennement son avancée technologique et dispose aujourd’hui d’un outil performant et d’une plateforme technique (MGSF) lui permettant de développer de nombreuses applications de géolocalisation dans différents domaines, sans investissement supplémentaire.

4.2.12.3 La base cartographique la plus complète du marché

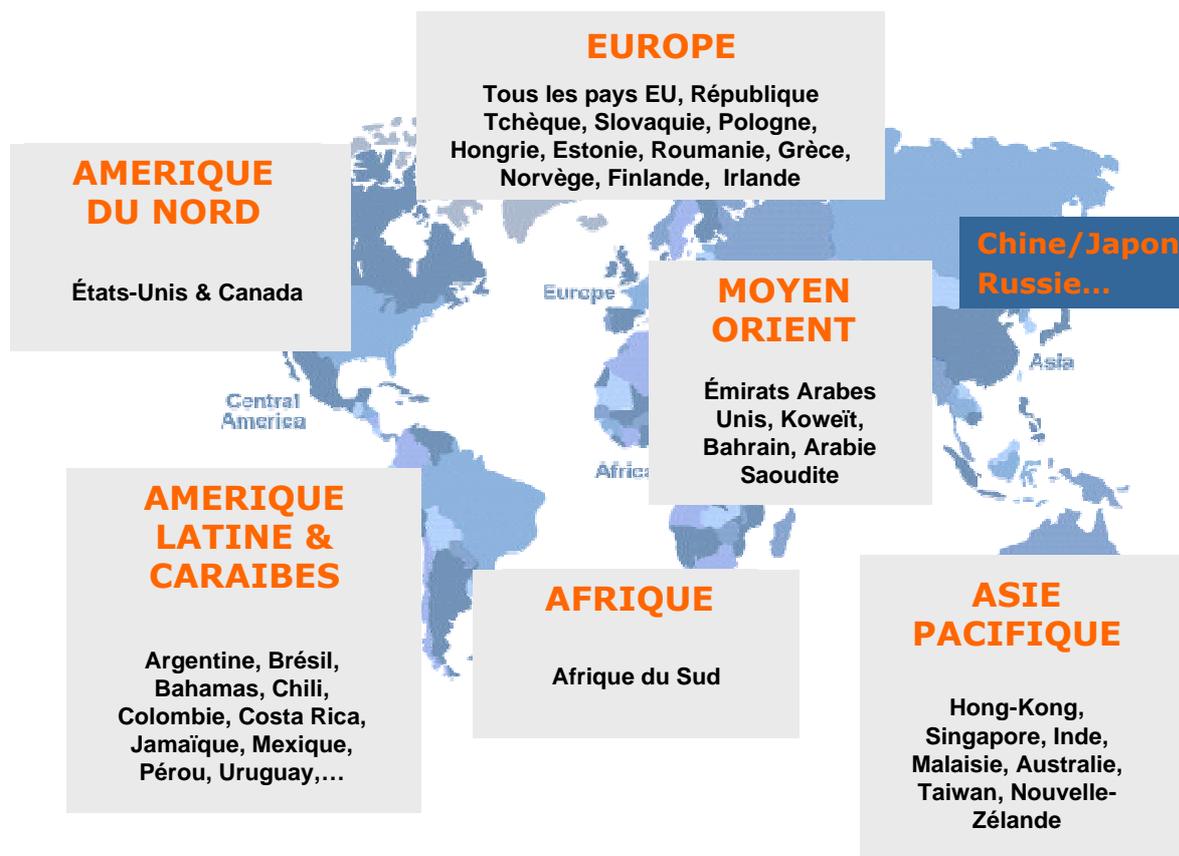


Figure 20 : Etendue géographique de la base cartographique

Maporama International couvre les cinq continents. Les trois pays en cours d'implémentation sont la Russie, la Chine et le Japon.

Maporama International utilise les ressources de plus de 30 fournisseurs de données et de contenu à travers le monde, ce qui lui permet de pouvoir mettre à jour régulièrement ses données, afin de fournir le service le plus précis et exhaustif possible à ses clients.

L'importance du nombre de fournisseurs de données s'inscrit dans une logique de complémentarité. Maporama International travaille en effet avec des acteurs internationaux qui couvrent non seulement des régions différentes, mais qui ont également une étendue de couverture géographique différente.

Ce réseau de fournisseurs permet à Maporama International de localiser à l'heure actuelle 635 000 villes dans tous les pays, les rues de centaines de milliers de villes dans 50 pays, afin de localiser les adresses sur un territoire total habité par plus de 2 milliards d'individus.

Au-delà de la qualité de service rendue au client qu'elle engendre, l'étendue de cette couverture géographique est un atout majeur pour l'équilibre financier de Maporama International, dans la mesure où l'importance des investissements technologiques que nécessite une telle activité ne peut être amortie que sur de grandes quantités de produits et services rendus. Cette couverture permet à Maporama International d'avoir une cible de clients très large.

4.2.12.4 La base cartographique la plus complète du marché

Si le mode ASP est un mode qui se développe de plus en plus, très peu d'acteurs du secteur utilisent cette technique. Maporama International a su développer depuis le début (création de Maporama SA) ce mode « clé en main », ce qui permet de le distinguer positivement de la concurrence.

La plupart des acteurs du secteur, en effet, proposent leurs services sous forme de logiciels installés chez le client, ce qui engendre par la suite une maintenance récurrente et des mises à jour régulières

4.2.13 Marques et brevets

4.2.13.1 Protection de la marque / Propriété

La marque Maporama et ses extensions sont déposées à l'échelon français, communautaire, international et américain.

4.2.13.2 Politique de brevets

Dans le cadre de ses développements, Maporama International a clairement identifié les domaines et les composants susceptibles d'être protégés :

- Les logiciels: Le moteur de géocodage, le moteur d'affichage et le moteur d'itinéraires, la Maporama Factory , les produits en mode ASP et Webservices – son architecture technique.
- Les cartes et les données géocentriques; toutes sont susceptibles d'être protégées et deviennent la propriété de leur concepteur. Une politique d'alliance ou de consortium pourra être menée sur ce sujet.
- Les initiatives de normalisation ou de standardisation des méthodes de travail – Worldwide Coverage Initiative, GIS initiative..

On notera ici que Maporama International dépose régulièrement les codes sources des logiciels développés à L'APP (Agence de Protection des Programmes), organisme européen dont le rôle est de protéger les auteurs de logiciels et concepteurs en technologies de l'information.

Ce dépôt a un double objectif :

- 1) prendre date des modifications et améliorations apportées pour revendiquer une éventuelle paternité des innovations / préambule à tout dépôt de brevet,
- 2) sécuriser juridiquement le code source et sa documentation en en confiant la garde à un organisme officiel.

L'APP compte à ce jour plus de 8 000 membres. Elle a pris part à plus de 1 000 actions, notamment en matière de saisie de logiciels contrefaisants, non seulement en France mais aussi dans d'autres pays européens qui, tout comme la France, ne disposent pas de procédure officielle de dépôt des sources. Depuis plus de dix ans, les initiatives de l'APP se sont révélées efficaces pour la protection des oeuvres logicielles.

4.2.14 Stratégie de développement

4.2.14.1 La politique d'investissement

La politique d'investissement de Maporama International est essentiellement portée sur l'infrastructure et les moyens disponibles au niveau du centre informatique de production – élément fondamental dans la mise à disposition de services en mode ASP qui s'exprime auprès de l'utilisateur en terme de niveau de disponibilité et de qualité.

Ces investissements portent sur :

- **La puissance de traitement et de calcul** : concrétisée par le nombre de serveurs disponibles (supervision, SQL, stockage, etc..) et l'architecture de gestion de ces serveurs. Une politique de renouvellement par tranche est en place depuis un an ½ et permettra de faire évoluer le parc en terme de puissance et de disposer d'un niveau de disponibilité constant.
- **La sécurité** : maintien d'un niveau de sécurité optimal destiné à sécuriser les accès clients, les informations stockées. Cette sécurité est régulièrement auditée par un organisme externe.
- **Les réseaux et la connectivité** : matériel réseau (routeurs, switch..), bande passante disponible, solutions de repli en cas de défaillance de l'un des prestataires..
- **Les licences logicielles et le juridique** : concerne la mise en conformité contractuelle avec les licences et la gestion (renouvellement, protection) des noms de domaines (DNS), la supervision externe de la qualité de service (IPLabel).

Le montant annuel consacré à ces postes d'investissement est de 490 K€par an.

4.2.14.2 L'évolution des effectifs

Pour assurer la réalisation des objectifs et le déploiement prévu sur 2005, 2006 et 2007, plusieurs embauches et recrutements de commerciaux sont planifiés. 8 personnes seront recrutées au niveau commercial et marketing au cours de l'exercice 2005. L'effectif Recherche & Développement restera stable pour l'année 2005. Pour l'exercice 2006, l'embauche de deux ingénieurs est planifiée et 6 commerciaux seront recrutés.

Pour l'exercice 2007, 6 nouveaux commerciaux seront recrutés et 1 nouvel ingénieur renforcera l'équipe de R&D.

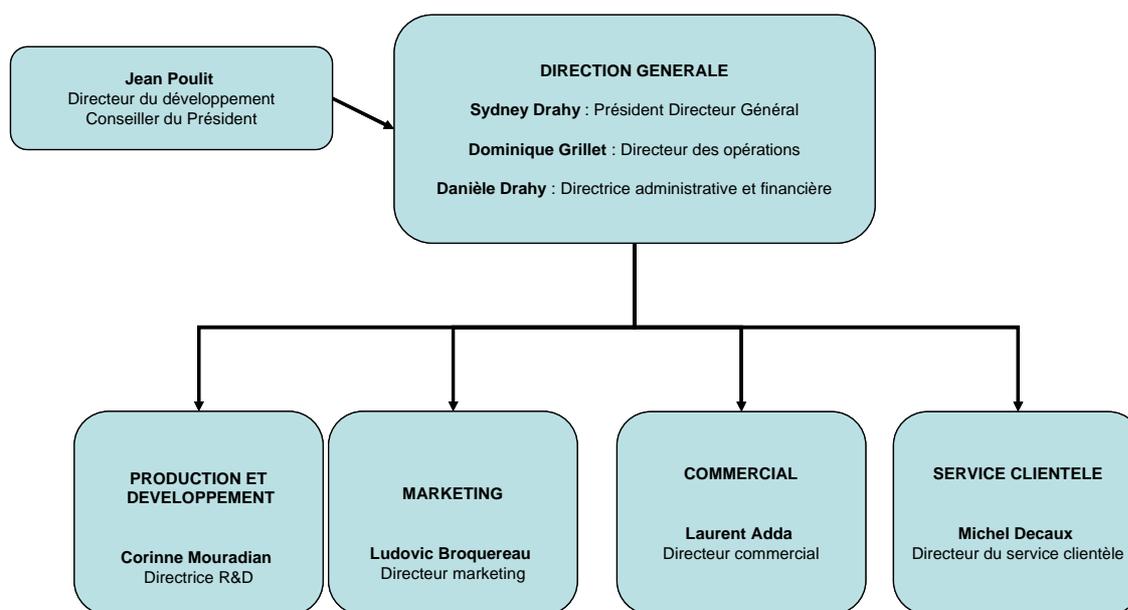


Figure 21 : Organigramme fonctionnel Maporama

4.2.15 Présentation de l'équipe Dirigeante

Opérant à l'échelon Pan-Européen et Nord américain, Maporama International est piloté par une équipe dirigeante expérimentée issue du secteur des technologies de l'information et de l'industrie disposant de plusieurs années d'expérience dans la gestion, la vente, le marketing, la recherche et le développement.

▪ Sydney Drahy, Président

Sydney Drahy dispose d'une longue expérience d'entrepreneur. Fondateur en 1982 de COBRA Alarmes Automobiles, référence dans la sécurité automobile et leader des principaux réseaux de l'accessoire automobile (CA de 23 MEuros en 1993), qu'il cède en 1994 à CODE ALARM Inc - premier fabricant de produits de sécurité aux Etats Unis. Il crée ensuite en 1995 le réseau de téléphonie mobile EUROCOM SYSTEMS SA, (CA de 10 MEuros en 1997), que BRIGHTPOINT Inc rachète en 1998. Sydney se consacre ensuite à différents projets dans le domaine de l'informatique et des télécommunications embarquées appliquée au secteur de l'automobile et des transports avant de racheter les actifs de Maporama SA et de créer Maporama International SAS en novembre 2003. Sydney est titulaire d'un diplôme d'ingénieur de l'Ecole d'Electricité et de Mécanique Industrielle de Paris.

▪ Dominique Grillet, Chief Executive Officer

L'expérience professionnelle diversifiée de Dominique apporte à Maporama International une précieuse connaissance du milieu des affaires internationales et de celui des nouvelles technologies comme du management opérationnel. Dominique a occupé différentes fonctions opérationnelles et de direction au sein d'éditeurs de logiciels tels que Computer Associates, Wincap Software ou le groupe de presse américain CMP. Dominique a participé à de nombreux lancements d'entreprises et à leur gestion tant au niveau européen qu'international. Dominique est diplômé des Arts et Métiers - DESE en Commerce International et droit des affaires et d'un diplôme d'informatique appliquée à la gestion de l'EPSI.

- **Danièle Drahy, Chief Operating Officer**

Danièle a assuré des fonctions similaires pour différents acteurs du secteur de l'automobile et des télécoms, notamment Europe Auto Equipement, importateur français de Cobra systems and Panasonic Car Audio, société dont elle était la co-fondatrice. Après avoir vendu cette société à Codalarm Inc., Danièle participera à la création d'Eurocom Systems, société spécialisée dans les systèmes télécom. Elle vendra cette société à Brightpoint Inc, société américaine, leader mondial de la distribution de terminaux GSM/GPRS. Avant la création de Europe Auto Equipement, Danièle était responsable de la gestion des grands comptes chez Bail Equipement, filiale du CIC spécialisée dans les solutions de leasing.

- **Jean Poulit, Business Development.**

Jean Poulit apporte une expérience précieuse en matière stratégique, financière et opérationnelle appliquée au secteur de la mobilité, de l'information géocentrique et spatiale. Jean Poulit est également Président d'EUROGI (European Organisation for Geographic Information). Il a été Président de IGN France International et Directeur Général de l'Institut Géographique National (IGN). Jean Poulit a occupé de nombreuses fonctions pour le compte de l'Etat. Jean Poulit est diplômé de l'Ecole Polytechnique et de l'Ecole Nationale des Ponts et Chaussées.

- **Laurent Adda, VP European Sales**

En charge du développement des activités commerciales de Maporama International à l'échelon mondial. Laurent fait bénéficier Maporama de ses 18 ans d'expérience en marketing/vente, dont 10 années passées à des postes de manager dans le milieu des nouvelles technologies. Laurent commence sa carrière en 1984 à KIS puis à L'Oréal en tant que chef de produit, puis devient Directeur Grands Comptes chez Kortex (fabricant leader en modems et logiciels de communication). Il fonde ensuite Connex Systems dans le domaine des télécoms qu'il revend après 5 ans d'activité à un Groupe américain Yellow One. Il prend en charge la direction Marketing de Broadvision Europe avant de rejoindre la société Easyplanet en tant que General Manager Europe. Laurent est diplômé en Economie et Management de l'Université de Paris Dauphine.

- **Ludovic Broquereau, VP Marketing**

Avant de rejoindre Maporama International, Ludovic Broquereau a assuré les fonctions de Chef de Projet et Chef de Produit au sein de ISIS - filiale de la Caisse des Dépôts et Consignations, société de Conseil et Ingénierie, spécialisée sur les métiers des Systèmes de Transport Intelligent (ITS). Au cours de son expérience chez ISIS, il a acquis une solide expertise dans la supervision de missions et projets relatifs au péage électronique (ETC), systèmes de gestion du trafic, systèmes d'information voyageurs. Chez Maporama International, Ludovic Broquereau est responsable du marketing produit, de la roadmap produit, du marketing communication et de la gestion des partenariats avec les fournisseurs de données cartographiques et autres types de contenus. Ludovic Broquereau est Ingénieur, diplômé de l'Ecole Nationale des Travaux Publics de l'Etat

- **Corinne Mouradian, VP Development and Production:**

Corinne rejoint Maporama en Juillet 2000 comme responsable du département GIS développement. Elle devient ensuite Directeur technique en charge de tous les développements et de la roadmap technique. Avant de rejoindre Maporama International, Corinne était en charge de la cartographie relative aux études sismiques d'exploration Chez Total. Auparavant, elle était Ingénieur en charge des études sur les signaux électriques chez Schlumberger forages. Corinne est titulaire d'un diplôme de Géologie Nancy et d'un DESS d'informatique appliquée aux sciences de la Terre de Paris VI Jussieu.

- **Michel Decaux, VP Customer Care**

Après 14 ans d'expérience professionnelle en tant que Responsable de Comptes et Responsable Qualité, Michel rejoint Wincap Software (Edition de logiciels) pour y implanter un service d'assistance internationale. Il rejoint ensuite le Département Marketing Produit. Après l'acquisition de Wincap par Cyrano, Michel est promu Responsable de Solutions, en charge de l'offre Cyrano Wincap. Michel rejoint ensuite Maporama en tant que Directeur du Service Clientèle.

4.3 Description des ressources humaines et de l'environnement social

La répartition à fin mai 2005 du personnel est la suivante :

Département	Nombre de salariés
Recherche & Développement	9
Vente / Administration des ventes	8
Marketing et communication	3
Customer Care	3
Administratif	3
Total	26

4.3.1 Recherche & Développement (Data & Development et Production)

4.3.1.1 Data & Development

Son rôle est de piloter le développement et l'évolution de l'infrastructure technique, des services et des produits commercialisés. Le modèle ASP d'exploitation des services et solutions commercialisés implique une très forte réactivité des équipes de développement. L'utilisation de méthodes de développement (Xtrem Programing), la normalisation des processus de développement et de mise en production, le suivi précis des mises à jour de données et d'intégration sont fondamentales pour assurer une qualité de service et un fonctionnement optimum des solutions offertes aux clients de Maporama International.

4.3.1.2 Production

Cette équipe gère le « Maporama International Data Center », centre informatique chargé de la mise à disposition 24h/24 et 7j/7 des services Maporama International. Elle s'assure du bon fonctionnement permanent des ressources techniques, matérielles et logicielles du centre en relation avec l'équipe de développement et les partenaires prestataires.

4.3.2 Vente / Administration des ventes

Le rôle de ce département est de piloter les équipes commerciales directes & indirectes (business provider) à l'échelle mondiale et d'assurer les moyens et le suivi commercial pour la réalisation des

objectifs de l'année fiscale. Une personne est dédiée à l'administration des ventes : validation des propositions commerciales, suivi contractuel en relation avec le service juridique, recouvrement commercial.

4.3.3 Marketing & Communication

Ce département fait le lien entre le marché (vision & connaissance marché), l'équipe R&D (marketing produit) et les équipes commerciales (outils d'aide à la vente, actions terrains). Il est chargé du développement de la notoriété de l'entreprise, de sa marque et de ses produits. Il utilise différents outils de communication (emailing, newsletters, agence de presse, actions terrains) pour maintenir un contact permanent avec les différentes cibles et interlocuteurs de l'entreprise : journalistes, clients, partenaires, prescripteurs, etc.

Le département Marketing est aussi en charge du site Maporama.com et de sa double activité : grand public & corporate. Il assure la liaison et le développement des revenus commerciaux issus de la publicité en relation avec la régie publicitaire mondiale de Maporama International.

4.3.4 Customer care

Le rôle de cette cellule est primordial dans le contexte d'une activité ASP (services à la demande). Elle assure et valide la bonne implémentation et la parfaite intégration des solutions Maporama International chez ses clients en relation ou non avec des partenaires. Elle pilote le suivi et la remontée vers les départements R&D & marketing des demandes d'amélioration en provenance des sites clients. Elle alerte la production et le développement en cas de problème. Enfin, elle est à même de détecter de nouveaux besoins commerciaux chez les clients de Maporama International.

4.3.5 Administratif

Ce département pilote en direct ou en recourant à des prestations externes (expertise comptable, conseil juridique, paie) les fonctions administratives et légales de l'entreprise.

4.4 Relations entre Maporama International et ses filiales

Néant.

4.5 Facteurs de risques

4.5.1 Risques clients

L'essentiel des clients de Maporama International sont des grands comptes, grandes entreprises à rayonnement européen ou international.

Le risque client essentiel repose sur le poids trop important que pourrait avoir un client dans le portefeuille de Maporama International ou la trop forte concentration de clients appartenant à un secteur en difficulté.

Sur le premier point, la solution réside dans l'augmentation globale du nombre de clients. Sur le second point, la diversification réalisée sur le parc clients exclu tout problème de cette nature.

4.5.2 Risques liés aux fournisseurs et sous-traitants

La dépendance du projet vis-à-vis des fournisseurs est importante du fait qu'une partie du contenu et des travaux reposent sur la mise à disposition de données géocentriques.

Le risque est par contre minimisé du fait du nombre important de partenaires fournisseurs, chacun ayant un impact faible en cas de défaillance et pouvant être remplacé par un deuxième acteur.

En outre, Maporama International a poursuivi les contrats de MAPORAMA SA ce qui a permis d'éprouver la qualité de ces prestataires et de renforcer les relations avec eux.

Enfin, la collaboration menée avec Maporama International est stratégique pour la majorité de ces fournisseurs puisqu'il aura un impact non négligeable sur leurs revenus. Maporama International jouant (pour les fournisseurs de données) le rôle de plate-forme de diffusion de leurs données.

4.5.3 Risques liés au non paiement

Maporama International dispose d'une cellule d'administration des ventes dont le rôle est de valider à priori la qualité financière des prospects et à posteriori de contrôler les règlements des clients.

Pour la validation de la solvabilité clients et la gestion des recouvrements à problème, Maporama International a contracté « Coface Rating & recouvrement » un service délivré par la Coface lui permettant de recouvrir par tous moyens les créances.

4.5.4 Risques liés à la saisonnalité

L'activité commerciale de Maporama International n'est pas affectée par des critères de saisonnalité : la nature de l'offre commercialisée est peu sujette à ce type de risque. De plus, la bonne répartition sectorielle des clients minimiserait éventuellement tout impact saisonnier.

4.5.5 Risques liés à la réglementation

Maporama International n'est pas affecté par des contraintes réglementaires. Maporama International s'attache néanmoins à participer aux principaux groupes de travail sur les normes dans le cadre de la mise au point de la plate-forme technique.

4.5.6 Risques liés à la dépendance vis-à-vis de la marque/nom

Maporama International est propriétaire de sa marque et de ses extensions. Le suivi et l'évolution de ses marques sont gérés en continu.

4.5.7 Risques de change

Du fait de l'activité internationale de Maporama International, un risque de change existe, notamment entre les pays de la zone Euro et les pays de la zone dollar. Outre la définition d'une parité Euro/USD adoptée depuis un an sur les contrats, il conviendra avec la progression de l'activité de mettre en place des mécanismes supplémentaires de protection à terme sur les montants engagés (options..).

Ce risque existe tant coté client, que coté fournisseur. Aussi est-il minimisé par les flux de devises, les recettes en dollars payant les fournisseurs qui facturent en dollars.

Le tableau suivant met en exergue les états relatifs au risque de change pour les transactions Actif et Passif à la même date :

En euros

	En dollars	Equivalent euros	Position hors bilan ajustée au 31/05/05
ACTIFS			
<i>Créances clients</i>	269 517,50	207 324,05	217 791,92
PASSIFS			
<i>Dettes fournisseurs</i>	84 420,75	73 839,54	69 834,95
<i>Position Nette</i>	185 096,75	133 484,51	147 956,97

En ce qui concerne la gestion du risque de trésorerie et Tiers, il n'y a actuellement pas de procédure de couverture établie. La constatation des écarts sur devise relative aux créances et dettes est constatée comptablement lors des clôtures.

Le support informatique utilisé est le Progiciel Comptable SAGE Ligne 100 qui intègre les données en provenance de la gestion commerciale. D'autre part, la société établit un reporting mensuel ainsi qu'une situation de Trésorerie Hebdomadaire.

4.5.8 Risques de taux

Maporama International n'a pas contracté d'emprunts.

4.5.9 Risque technologique

Il est important de préciser deux critères pour apprécier le risque technologique propre à Maporama International.

4.5.9.1 Savoir faire technologique interne

Maporama International maîtrise en interne le développement de ses composants technologiques et produits. A ce titre, il n'existe pas de critère de dépendance lié à une sous-traitance.

4.5.9.2 Normes de qualité

Les équipes Maporama International disposent du savoir-faire d'un éditeur de logiciels en matière de processus de développement et de commercialisation. Les normes de qualité mises en œuvre à chaque étape – sont celles expérimentées chez d'autres acteurs informatiques : design – développement – assurance qualité – procédures & moteurs de tests - étapes de mise en production – documentation – support client, etc.

4.5.10 Risque de liquidité

Maporama International dispose d'une trésorerie nette comptable de 666 Keuros au 31 mai 2005. A ce jour, la société n'a pas demandé d'ouverture de lignes complémentaires auprès de sa Banque.

4.5.11 Risque lié à la dépendance d'actifs d'exploitation

Néant. La société est propriétaire de l'ensemble de ses actifs d'exploitation.

4.5.12 Risque lié à la dépendance des personnes clé

Néant. La société du fait de son organisation en place n'est pas soumise à ce type de risque.

4.6 Engagement hors bilan

Néant

4.7 Calendrier de communication financière

Fin août 2005 : résultats semestriels

Fin février 2006 : résultats annuels

4.8 Litiges en cours

La Société MAPORAMA INTERNATIONAL présente à ce jour un seul litige pour lequel une procédure judiciaire a été mise en place à son encontre.

A cet effet, il convient de rappeler qu'un litige opposait, avant même la constitution de la Société MAPORAMA INTERNATIONAL, la Société MAPORAMA SA et la Société GEO CONCEPT.

En effet, pour empêcher la Société GEO CONCEPT de nuire à la Société MAPORAMA, les dirigeants de la Société GEO CONCEPT et cette dernière elle-même étant actionnaire historique de la Société MAPORAMA, Maître THEVENOT es-qualité d'administrateur judiciaire de la Société MAPORAMA SA a mis en place une procédure aux fins de désignation d'un expert permettant de justifier que le logiciel de la Société MAPORAMA SA était différent du logiciel de la Société GEO CONCEPT et par conséquent pour solliciter des dommages et intérêts.

Un expert a été désigné dans le cadre de ce litige qui reconnaît, dans le cadre de son rapport, que les logiciels examinés montrent des différences fondamentales.

C'est dans ce contexte que la Société MAPORAMA INTERNATIONAL a été constituée pour reprendre les actifs de la Société MAPORAMA S.A. et présenter une offre auprès du Tribunal de Commerce de PARIS.

Compte tenu du litige qui opposait la Société MAPORAMA SA à la Société GEO CONCEPT, et compte tenu du fait que parmi ses actifs figurait le logiciel de la Société MAPORAMA SA, et ne voulant prendre aucun risque, Maître THEVENOT es-qualité d'administrateur judiciaire a demandé aux dirigeants de la Société MAPORAMA INTERNATIONAL de reconnaître qu'ils avaient eu connaissance du litige en cours et que, quel que soit le résultat concernant le logiciel, ils en feraient leur affaire personnelle.

C'est dans ce cadre que les dirigeants de la Société MAPORAMA INTERNATIONAL ont déclaré faire leur affaire du litige GEO CONCEPT, concernant la propriété du logiciel uniquement.

* * *

A la suite de la cession des actifs par la Société MAPORAMA SA au profit de la Société MAPORAMA INTERNATIONAL, la Société GEO CONCEPT a régularisé à l'encontre de la Société MAPORAMA INTERNATIONAL en janvier 2004 une assignation devant le Tribunal de Commerce de PARIS.

La Société GEO CONCEPT a entendu obtenir à l'encontre de la Société MAPORAMA INTERNATIONAL, outre une expertise judiciaire, au titre d'un prétendu préjudice la somme de 2.407.622,46 Euros constituée principalement d'un préjudice matériel (7.622,46 HT) correspondant au prix d'un logiciel acheté pour le compte de MAPORAMA S.A., un préjudice matériel consistant en des travaux préparatoires de deux années//hommes pour 250.000 Euros, un préjudice commercial pour 2.000.000 d'euros et enfin un préjudice moral pour 150.000 Euros.

Non seulement la Société MAPORAMA INTERNATIONAL a régularisé des conclusions par l'intermédiaire de son conseil pour solliciter le débouté de l'intégralité des demandes formées par la

Société GEO CONCEPT mais bien plus, la Société MAPORAMA INTERNATIONAL a régularisé une demande reconventionnelle en sollicitant notamment des dommages et intérêts pour procédure abusive outre une somme au titre des frais irrépétibles conformément aux dispositions de l'article 700 du Nouveau Code de Procédure Civile.

Cette procédure est actuellement en cours devant le Tribunal et viendra sur une audience de procédure le 30 Septembre 2005.

* * *

L'absence de provision effectuée dans le cadre de la clôture des comptes annuels pour l'exercice clos le 31 Octobre 2004 repose sur les analyses des avocats de la Société telles qu'elles résultent des conclusions régularisées par la Société MAPORAMA INTERNATIONAL auprès du Tribunal de Commerce de PARIS et notamment sur le fait que :

- La Société MAPORAMA INTERNATIONAL dans ses écritures a rappelé que le litige opposait en réalité la Société MAPORAMA S.A. et non la Société MAPORAMA INTERNATIONAL et que la Société MAPORAMA S.A. avait toujours indiqué que le logiciel dont la Société GEO CONCEPT prétend avoir la paternité pour l'avoir acquis le 17 Avril 2000 de la Société OPTIMAP leur avait été fourni, dès février 2000 par cette même Société OPTIMAP.
- La Société MAPORAMA INTERNATIONAL reprenant les pièces qu'elle avait récupérées de la Société MAPORAMA SA a pu prouver que cette dernière avait assumé le coût du développement pendant plus de trois années.
- D'ailleurs l'expert qui avait été désigné dans le dossier opposant la Société MAPORAMA S.A. à la Société GEO CONCEPT reconnaît que les logiciels examinés montrent des différences fondamentales.
- Les logiciels examinés par l'expert montrent des différences fondamentales entre le logiciel GEO CONCEPT et celui de MAPORAMA S.A. et il est prouvé que le logiciel mis au point par la Société MAPORAMA SA a nécessité un nombre d'années/hommes de développement éliminant toute possibilité de copie et prouvant un véritable savoir-faire détenu par l'équipe de recherche et développement de la Société MAPORAMA S.A..
- Ainsi, les repreneurs ont décidé lors de la création de MAPORAMA INTERNATIONAL d'exclure toute utilisation du code sur lequel portait la suspicion et MAPORAMA INTERNATIONAL a développé en interne pour son activité un moteur de géocodage capable d'absorber des charges de production pour son activité. Ceci afin d'empêcher toute discussion et ambiguïté.

4.9 Glossaire

ARPU (Average Revenue per user) : Revenu moyen par usager

ASP (Application Service provider) : Fournisseur d'application en mode service ou « à la demande ». Dans ce contexte l'entreprise utilisatrice n'a pas à installer ni gérer l'environnement informatique d'exploitation de l'application ou du service utilisée. L'ensemble étant hébergé par le prestataire, l'entreprise se dégage de toutes les préoccupations de coûts d'infrastructure, de garantie de fonctionnement, et de dimensionnement des ressources mises à disposition. A la clé, une plus grande souplesse dans le déploiement de l'application, une maîtrise parfaite des coûts associés au service.

Bannière : voir formats publicitaires

Cell-ID : voir localisation Cell-ID

CRM (Customer Relationship Management) : Terme désignant des progiciels destinés à gérer la relation client. Leurs principaux atouts sont l'automatisation et l'optimisation du suivi après-vente, du support, des mécanismes de fidélisation, et d'amélioration de l'encours commercial.

Customer Care : C'est le département du suivi clients. Dans le contexte de Maporama International, ce département a pour vocation de suivre la bonne implémentation de ses solutions chez le client et de faire remonter d'éventuelles requêtes et demandes d'amélioration au département Recherche & Développement.

Datacenter : Centre informatique concentrant la totalité des informations & l'infrastructure technique destinées à l'exploitation des services offerts par Maporama International.

ERP (Enterprise Resource Planning) : Sous ce terme sont rassemblés les progiciels dits de « Gestion de Production ». Dédiés initialement aux entreprises industrielles ou comportant des processus de production ou de distribution complexes, ces progiciels pénètrent au cœur de tous les secteurs d'activité et de toute taille d'entreprise et englobent, gestion de production, processus logistiques, (cf. SCM), etc...

Firewall (Pare-Feu) : Ce terme caractérise des techniques logicielles ou matérielles destinées à sécuriser des systèmes informatiques en les préservant de toute intrusion mal intentionnée. De plus en plus sophistiquées ces solutions permettent le filtrage sélectif des accès, l'isolement total de certaines parties du système pour en assurer l'intégrité permanente.

Formats Publicitaires : Maporama.com intègre tous les formats spécifiés par l'IAB (Interactive Advertising Bureau)

- Bannières (468x60) – bandeau horizontal, souvent positionné en tete de page
- Méga bannières(768x90) – bandeau horizontal
- Skyscrapers (120x60) – format colonne, disposé sur le coté droit de la page sur toute la longueur
- Méga skyscrapers (160x600)
- format colonne
- Carrés (250x250) – format publicitaire inséré dans le corps de la page
- Pavés (300x250) – format publicitaire inséré dans le corps de la page

Géocentrique : Qualifie tout type d'information relatif à la localisation : cartes, itinéraires, recherche de proximité et tout type d'information exploité en association avec des données cartographiques.

Par exemple, la combinaison des cartes d'une ville + les adresses des distributeurs de billet de banque sur cette ville + les adresses des médecins, des transports publics, etc.

IP (internet Protocol) : Terme qualifiant de manière générique, les techniques employées pour le transport des informations (communication) au format numérique en utilisant le protocole internet.

Localisation Cell-ID : Cette méthode dite "à la cellule près" est la plus simple et la moins coûteuse, c'est pourquoi la majorité des opérateurs l'ont choisie. Les réseaux mobiles se composent d'un ensemble de stations de base (antennes relais) qui échangent des signaux avec les mobiles situés dans leurs zones de couverture radio, appelées encore cellules radio. L'opérateur sait donc de quelle station dépend chacun de ses clients. A l'aide de cette information recoupée avec les caractéristiques géographiques de la cellule, il est possible de déterminer la position approximative d'un utilisateur (quelques centaines de mètres en milieu urbain et jusqu'à plusieurs kilomètres en milieu rural).

Maporama Drive Me : Lancée en octobre 2004, cette solution de navigation offboard est connectée au système d'information de l'entreprise et au poste de travail du collaborateur disposant d'un service de reconnaissance vocale.

MGSF (Maporama Geocentric Services Framework) : Infrastructure technique et de services développée par Maporama Intl et regroupant la totalité des briques technologiques et applicatives mises à disposition des clients et partenaires de Maporama.

Road Map : Ce terme définit le planning des travaux du département de Recherche & Développement.

SCM (Supply Chain Management) : Caractérise les progiciels destinés à la l'automatisation (suivi, optimisation..) et à la gestion des flux de distribution ou d'acheminement d'un bien vers son point de vente.

SFA (Sales Force Automation) : Terme regroupant tous les logiciels destinés à l'automatisation des forces de vente. Ces logiciels utilisés par les directions et équipes commerciales ont pour vocation d'améliorer l'analyse et le suivi de portefeuille commercial (prospection et clôture des affaires), la performance et le suivi des équipes, la planification des actions commerciales. Dans ce contexte l'apport des fonctionnalités cartographiques est fondamental.

SkyScrapers – voir formats publicitaires

SOAP/XML : Le SOAP (Simple Object Access Protocol) est un protocole de communication indépendant des plates-formes et des langages de programmation destiné aux services web. Il permet d'utiliser des applications invoquées à distance par Internet. Se basant sur la technologie XML le SOAP a été défini et standardisé pas le consortium normatif W3C.

Triangulation : Le système de la triangulation GSM repose sur le traitement croisé des informations provenant en permanence de trois relais émetteur et récepteur qui changent au fur et à mesure que l'antenne hertzienne utilisée par le portable de l'utilisateur se déplace. Par ce biais il est possible de localiser l'utilisateur du téléphone portable concerné.

Ce système nécessite l'installation d'une application sur la carte SIM du téléphone portable.

Le temps de localisation est un peu plus long qu'avec la technologie Cell ID, environ 5 secondes, mais la précision est meilleure, puisqu'elle est de 125 mètres en milieu urbain et de 4 kilomètres en milieu rural.

XML (Extensible Markup Language) : XML est un format de communication simple et flexible. Initialement défini pour la publication de documents électroniques volumineux, XML s'est imposé du fait de l'interactivité grandissante présente au cœur des échanges web et du dialogue d'application à application.

VAR (Value Added Reseller) : Ce terme qualifie les sociétés dont la vocation est à la fois de distribuer des produits et d'apporter des prestations de services associées.

Web Services : Le terme "WebServices" regroupe un ensemble de technologies basées sur XML, permettant de créer des composants logiciels distribués, de décrire leurs interfaces et de les utiliser indépendamment du langage d'implémentation choisi et de la plate-forme d'hébergement.

Les web services offrent aux entreprises un ensemble de fonctions de base qui peuvent être utilisées pour de construire rapidement et aisément des applications.

Les Web Services facilitent le dialogue d'application à application via le web au travers de techniques normalisées de communication.

5 Patrimoine – Situation financière – résultats

5.1 Comptes annuels au 31 octobre 2004

5.1.1 Rapport général du commissaire aux comptes

En exécution de la mission qui m'a été confiée lors de la constitution de la société, je vous présente mon rapport relatif à l'exercice clos le 31 Octobre 2004 sur :

- le contrôle des comptes annuels de la SAS MAPORAMA, tels qu'ils sont annexés au présent rapport,
- la justification des appréciations,
- les vérifications et informations spécifiques prévues par la Loi.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le Président.

Il m'appartient, sur la base de notre 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 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, 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.

Sans remettre en cause l'opinion exprimée ci-dessus, j'attire votre attention sur les mentions portées en ANNEXE au bilan au 31 octobre 2004 concernant :

- 1 - le litige avec la société GEOCONCEPT qui n'a fait l'objet d'aucune provision,
- 3-1 - l'activation en immobilisations incorporelles des logiciels développés par la société pour un montant de 300 584 €
- 3-15 - les modalités de prise en compte du chiffre d'affaires réalisé durant l'exercice dont notamment le produit de la vente des licences non réparti sur l'année d'utilisation des droits.

II – JUSTIFICATION DES APPRECIATIONS

En application des dispositions de l'article L.225-235 du Code de commerce relatives à la justification de mes appréciations, introduites par la loi sur la sécurité financière du 1er août 2003, et applicables pour la première fois à cet exercice, les appréciations auxquelles j'ai procédé ont porté sur les principes comptables appliqués.

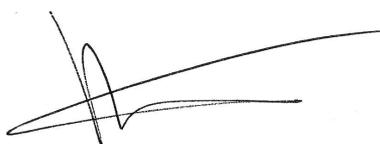
Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le cadre de la démarche d'audit des comptes annuels pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de mon opinion exprimée dans la première partie de ce rapport.

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 Président et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels.

A Paris, le 30 novembre 2004



Charles BRAHMI
Commissaire aux Comptes

(Membre de la Compagnie Régionale de Paris)

5.1.2 Comptes au 31/10/2004

→ BILAN

ACTIF (en €)	31/10/2004		
	Brut	Amortissements	Net
Capital souscrit non appelé	75 000		75 000
ACTIF IMMOBILISE			
Immobilisations incorporelles			
Frais d'établissement	11 000	1 838	9 162
Concessions, brvts, licences, logiciels, drts & val.similaires	441 557	107 404	334 153
Fonds commercial	30 000		30 000
Immobilisations corporelles			
Autres immobilisations corporelles	126 763	36 007	90 756
Immobilisations financières			
Autres immobilisations financières	31 528	0	31 528
TOTAL IMMOBILISATIONS	640 848	145 249	495 598
ACTIF CIRCULANT			
Créances			
Avances et acomptes versés sur commandes	3 000		3 000
Clients et comptes rattachés	818 438	139 487	678 952
Autres créances	94 555		94 555
Divers			
Disponibilités	159 145		159 145
Charges constatées d'avance	169 408		169 408
TOTAL ACTIF CIRCULANT	1 244 546	139 487	1 105 060
Ecarts de conversion actif	19 299		19 299
TOTAL GENERAL	1 979 694	284 737	1 694 957

PASSIF (en €)	31/10/2004
CAPITAUX PROPRES	
Capital social	150 000
Résultat de l'exercice	-1 093 509
TOTAL CAPITAUX PROPRES	-943 509
AUTRES FONDS PROPRES	
Avances conditionnées	10 000
TOTAL AUTRES FONDS PROPRES	10 000
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	
Provisions pour risques	19 299
TOTAL PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	19 299
DETTES	
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	171 407
Emprunts et dettes financières divers	689 816
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	687 305
Dettes fiscales et sociales	486 421
Autres dettes	4 548
Produits constatés d'avance	562 433
TOTAL DETTES	2 601 930
Ecarts de conversion passif	7 237
TOTAL GENERAL	1 694 957

→ COMPTE DE RESULTAT

En €	31/10/2004
PRODUITS D'EXPLOITATION	
Production vendue de biens et services	2 054 686
- France	649 575
- Exportation	1 405 112
Ventes de marchandises	13 000
Chiffre d'affaires net	2 067 686
Production immobilisée	300 584
Reprises sur amortissements et provisions, transferts de charges	1 422
Autres produits	2 142
TOTAL PRODUITS D'EXPLOITATION	2 371 834
CHARGES D'EXPLOITATION	
Achats de marchandises	8 300
Autres achats et charges externes	855 083
Impôts, taxes et versements assimilés	48 773
Salaires et traitements	1 275 823
Charges sociales	541 100
Dotations aux amortissements sur immobilisations	145 250
Dotations aux provisions sur actif circulant	139 487
Autres charges	712 010
TOTAL DES CHARGES D'EXPLOITATION	3 725 825
RESULTAT D'EXPLOITATION	-1 353 991
PRODUITS FINANCIERS	
Autres intérêts et produits assimilés	-255
Différences positives de change	10 230
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement	930
TOTAL DES PROUITS FINANCIERS	10 904
CHARGES FINANCIERES	
Dotations financières aux amortissements et provisions	19 299
Intérêts et charges assimilés	3 639
Différences négatives de change	83 981
TOTAL DES CHARGES FINANCIERES	106 920
RESULTAT FINANCIER	-96 016
RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS	-1 450 006

PRODUITS EXCEPTIONNELS	
Produits exceptionnels sur opérations en capital	458 982
TOTAL DES PRODUITS D'EXPLOITATION	458 982
CHARGES EXCEPTIONNELLES	
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion	102 485
TOTAL DES CHARGES EXCEPTIONNELLES	102 485
RESULTAT EXCEPTIONNEL	356 497
RESULTAT NET	-1 093 509

5.1.3 Annexes aux comptes 31/10/2004

ANNEXE AU BILAN DU 31 OCTOBRE 2004				
N° ordre		Produites	Non Produites	
			N/S	N/A
I	Règles et méthodes comptables	I		
II	Immobilisations (N°2054)	II		
III	Amortissements (N°2055)	III		
IV	Immobilisations incorporelles	IV		
V	Immobilisations financières	V		
VI	Ecarts de réévaluation sur immobilisations amortissables			N/A
VII	Variation de la réserve de réévaluation			N/A
VIII	Provisions (N°2056)	VIII		
IX	Etat des échéances des créances et des dettes (N°2057)	IX		
X	Eléments relevant de plusieurs postes du bilan : entreprises liées			N/A
XI	Eléments relevant de plusieurs postes du bilan: effets de commerce			N/A
XII	Produits à recevoir			N/A
XIII	Comptes de régularisation	XIII		
XIV	Charges à payer	XIV		
XV	Ecarts de conversion Actif - Passif	XV		
XVI	Crédit- Bail			N/A
XVII	Engagements financiers particuliers			N/A
XVIII	Dettes garanties par des sûretés réelles			N/A
XIX	Identité des sociétés - mères consolidant les comptes de la société			N/A
XX	Ventilation de l'impôt sur les sociétés			N/A
XXI	Obligations convertibles			N/A
XXII	Différences d'évaluation sur éléments fongibles de l'actif circulant			N/A
XXIII	Composition du capital social - parts de fondateur	XXIII		
XXIV	Rémunération des dirigeants	XXIV		
XXV	Accroissements et allègement de la dette future d'impôts			N/A
XXVI	Ventilation de l'effectif moyen	XXVI		
XXVII	Filiales et participations			N/A
XXVIII	Détail du résultat exceptionnel			N/A

NOTE A LA DECLARATION FISCALE (Valant mention expresse - Article 1732 du C.G.I.)

1. FAITS MARQUANTS DE L'EXERCICE

Par décision de l'assemblée générale extraordinaire en date du 25 octobre 2004, il a été décidé de changer la date de clôture de l'exercice qui est désormais le 31 octobre à compter de l'exercice en cours.

Le 31 décembre octobre 2003, la société GEOCONCEPT a assigné la société MAPORAMA INTERNATIONAL devant le Tribunal de commerce de Paris pour une audience fixée le 23 janvier 2004. Dans le cadre de cette procédure, en cours à la clôture de l'exercice, la société GEO CONCEPT entend obtenir à l'encontre de MAPORAMA INTERNATIONAL, outre une expertise judiciaire, au titre d'un prétendu préjudice, la somme de €2 407 622,46 constituée principalement de :

- un préjudice matériel pour €7 622,46 hors taxes, correspondant au prix d'un logiciel acheté pour le compte de MAPORAMA,
- un préjudice matériel consistant à des travaux préparatoires de deux années/homme pour €250 000,
- un préjudice commercial pour €2 000 000
- un préjudice moral pour €150 000

L'absence de provision repose sur les analyses des avocats de la société telles qu'elles résultent des conclusions générales dans l'intérêt de la société MAPORAMA INTERNATIONAL auprès du Tribunal de Commerce de Paris.

Ainsi, la société MAPORAMA INTERNATIONAL conteste catégoriquement que la société GEO CONCEPT puisse être titulaire des droits du logiciel dont elle se prévaut.

En effet, le logiciel que la société GEO CONCEPT avait acquis le 17 avril 2000 de la société OPTIMAP avait été fourni, dès février 2000, par cette même société OPTIMAP à la société MAPORAMA.

A titre subsidiaire, la société MAPORAMA INTERNATIONAL a demandé au Tribunal de constater que le logiciel acheté par la société GEO CONCEPT, l'avait été, pour le compte de la société MAPORAMA, cette dernière en ayant assumé le coût du développement pendant plus de trois années.

2. PRINCIPES ET METHODES COMPTABLES

MAPORAMA INTERNATIONAL SAS développe et exploite des systèmes et produits informatiques et plus particulièrement des sites et des portails Internet. MAPORAMA INTERNATIONAL commercialise le portail de service géocentrique MAPORAMA.COM, proposant des cartes et plans de tous les pays, connu sous l'enseigne MAPORAMA.

Les comptes annuels de l'exercice clos le 31 octobre 2004, premier exercice d'activité couvrant la période du 6 novembre 2003 au 31 octobre 2004, de la S.A.S. MAPORAMA INTERNATIONAL sont présentés et évalués selon les normes définies au Code de Commerce, dans les textes pris pour son application, suivant notamment le principe de continuité d'exploitation.

Les comptes annuels au 31 octobre 2004 ont été établis en Euros.

3. PRINCIPALES METHODES UTILISEES ET COMMENTAIRES SUR LES COMPTES

Les principales méthodes utilisées sont les suivantes :

Immobilisations corporelles et incorporelles

Les immobilisations corporelles et incorporelles sont évaluées à leur coût d'acquisition (prix d'achat et frais accessoires, hors frais d'acquisition des immobilisations).

Un amortissement exceptionnel est constaté, le cas échéant, pour prendre en compte les dépréciations complémentaires résultant d'une réduction de la durée de vie des immobilisations.

Une dépréciation est constatée sur le fonds de commerce dès lors que sa valeur d'utilité est jugée inférieure à son coût historique.

Au cours de l'exercice, clos le 31 octobre 2004, la société a créé et développé des logiciels, avec pour objectif d'améliorer les services offerts, d'augmenter les fonctionnalités des produits existants et de proposer de nouveaux produits à la clientèle, en particulier sur de nouveaux supports, tel que la navigation assistée par téléphone GSM. Ces logiciels sont :

- Géocodeur Maporama
- Driverne
- Moteurs itinéraires
- WS : optimisateur tournées
- WS : démo JAVA
- WS : weather
- MGSF : mobile forces
- MSF : modeler
- MGSF : manager
- MGSF : explorer
- MAPIL : Search Delux
- MAPIL : Locator
- Géocodeur : Intersections
- Moteur d'affichage : Ecussons US
- Web services : Winter édition
- Web services : Iti module
- Data Modules : switch and to ADC

Ces logiciels ayant permis de signer un certain nombre de contrats, soit avec de nouveaux clients, soit en complément de contrats existants, ils ont été activés en immobilisations incorporelles pour un montant de €300 584.

Les amortissements pour dépréciation sont calculés suivant le mode linéaire en fonction de la durée de vie prévue :

- Logiciel GP WARE	3 ans
- Logiciels activés	3 ans
- Matériel et mobilier de bureau	1 à 5 ans

Immobilisations financières

Figure à ce poste le montant des dépôts de garantie versés.

Clients et comptes rattachés

Les créances clients ont été inscrites pour leur valeur nominale. Une provision pour dépréciation est constituée lorsqu'il existe un risque d'irrecouvrabilité.

Autres créances

Les autres créances sont valorisées à leur valeur nominale. Une provision pour dépréciation est pratiquée, lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur comptable.

Disponibilités

Figurent aux comptes de disponibilités, les soldes débiteurs des comptes de banques à la clôture de l'exercice.

Charges constatées d'avance

Il s'agit des charges d'exploitation pour leur quote-part rattachable à l'exercice suivant.

Créances et dettes en monnaie étrangère

Les créances et dettes libellées en devises sont converties en euros sur la base des taux en vigueur à la date de clôture.

Les écarts résultant de cette actualisation sont portés en écart de conversion au bilan.

Les pertes de change latentes font l'objet de provisions pour risque.

Capital social

Le capital social est constitué de 1 500 actions de 100 euros chacune, libérées de la moitié de même catégorie.

Avances conditionnées

L'Agence Nationale de Valorisation de la Recherche (ANVAR) a accordé à la SAS MAPORAMA INTERNATIONALE une aide d'un montant de €20 000, en deux versements, remboursable au plus tard le 31 mars 2006.

Emprunts et dettes auprès d'établissements de crédit

Figurent à ce poste, les soldes créditeurs des comptes de banques à la clôture de l'exercice.

Emprunts et dettes financières diverses

Les emprunts et dettes financières diverses représentent les avances en compte courant d'associés, lesquelles ne sont pas rémunérées.

Dettes fournisseurs et comptes rattachés

Parmi les dettes fournisseurs et comptes rattachés figure le montant des factures à payer pour un montant, toutes taxes comprises, de €687 305 dont €147 530 de factures non parvenues.

Dettes fiscales et sociales

Les dettes fiscales et sociales ont fait l'objet de provisions correspondant aux charges de l'exercice.

Produits constatés d'avance

Selon le principe de l'indépendance des exercices, ont été constatés d'avance les produits couvrant une période afférente à l'exercice suivant.

Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires est constitué principalement :

- De licences correspondant à un droit d'utilisation du ou des produits de la société accordés pour une durée d'un an.
- D'un crédit de requête, correspondant à un nombre déterminé d'intégration des serveurs MAPORAMA dans le cadre de l'utilisation du ou des produits.

Il a été décidé de constater la totalité du revenu correspondant aux licences lors de la facturation.

Le revenu relatif au crédit de requête est étalé sur la période du contrat en considérant une utilisation linéaire.

Immobilisations	Valeur brute des immobilisations au début de l'exercice	Augmentations, acquisitions, créations, apports et virements de poste à poste
Incorporelles		
Frais d'établissement, de recherche et de développement		11 000
Autres postes d'immobilisations incorporelles		471 557
Corporelles		
Autres immobilisations corporelles/ Matériel de bureau et informatique, mobilier		126 763
Financières		
Prêts et autres immobilisations financières		31 528
Total Général		640 848

Immobilisations	Valeurs brute des immobilisations à la fin de l'exercice
Incorporelles	
Frais d'établissement, de recherche et de développement	11 000
Autres postes d'immobilisations incorporelles	471 557
Corporelles	
Autres immobilisations corporelles/ Matériel de bureau et informatique, mobilier	126 763
Financières	
Prêts et autres immobilisations financières	31 528
Total Général	640 848

AMORTISSEMENTS		
Situations et mouvements de l'exercice		
Immobilisations amortissables	Montant des amortissements au début de l'exercice	Montant des amortissements à la fin de l'exercice
Frais d'établissement, de recherche et de développement	1 838	1 838
Autres immobilisations incorporelles	107 404	107 404
Autres immobilisations corporelles/ Matériel de bureau et informatique, mobilier	36 007	36 007
Total Général	145 249	145 249

VENTILATION DES DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS DE L'EXERCICE	
Immobilisations amortissables	Amortissements linéaires
Frais d'établissement, de recherche et de développement	1 838
Autres immobilisations incorporelles	107 404
Autres immobilisations corporelles/ Matériel de bureau et informatique, mobilier	36 007
Total Général	145 249

En € AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	Valeurs brutes	Durée d'amortissements
Frais d'établissements	11 000	5 ans
Eléments de fonds commercial		
<i>Eléments incorporels achetés</i>	30 000	
Autres immobilisations incorporelles		
<i>. Logiciels activés</i>	300 584	3 ans
<i>. Logiciel GP WARE</i>	140 973	3 ans
Total	441 557	

En € IMMOBILISATIONS FINANCIERES	
Autres immobilisations financières	31 528
<i>. Dépôts versés</i>	31 528
TOTAL DES IMMOBILISATIONS FINANCIERES	31 528

PROVISIONS INSCRITES AU BILAN

Nature des provisions	Montant au début de l'exercice	Augmentations: Dotations de l'exercice	Diminutions: Reprises de l'exercice	Montant à la fin de l'exercice
Provisions pour risques et charges				
Provisions pour pertes de change		19 299		19 299
Provisions pour dépréciation				
Sur comptes clients		139 487		139 487
TOTAL GENERAL	0	158 786	0	158 786

ETAT DES CREANCES

	Montant brut	A 1 an au plus	A plus d'un an
De l'actif immobilisé			
Autres immobilisations financières	31 528		31 528
De l'actif circulant			
Clients douteux ou litigieux	140 300	140 300	
Autres créances clients	678 139	678 139	
Personnel et comptes rattachés	32 850	32 850	
Etat et autres collectivités publiques/ Taxe sur la VA	56 690	56 690	
Débiteurs divers (dont créances relatives à des opérations de pension de titres)	5 015	5 015	
Charges constatés d'avance	169 408	169 408	
TOTAL	1 113 930	1 082 401	31 528

ETAT DES DETTES	Montant brut	A 1 an au plus	A plus d'1 an et 5 ans au plus	A plus de 5 ans
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit à 1 an maximum à l'origine	171 407	171 407		
Fournisseurs et comptes rattachés	687 305	687 305		
Personnel et comptes rattachés	203 813	203 813		
Sécurité sociale et autres organismes sociaux	194 909	194 909		
Etat et autres collectivités publiques/ Taxe sur la VA	49 306	49 306		
Etat et autres collectivités publiques/ Autres impôts, taxes et assimilés	38 394	38 394		
Groupe et associés	689 816			689 816
Autres dettes (dont dettes relatives à des opérations de pension de titres)	4 548	4 548		
Produits constatés d'avance	562 433	537 928	24 505	
TOTAL	2 601 930	1 887 609	24 505	689 816

En €		
COMPTES DE REGULARISATION		
	Produits	Charges

Charges et produits constatés d'avance

Produits/Charges d'exploitation	562 433	169 408
---------------------------------	---------	---------

DETAILS DES CHARGES A PAYER (en €)

Fournisseurs, factures non parvenues	147 530
Dettes fiscales et sociales	185 938
Dettes sociales	147 544
<i>Provisions Primes à payer</i>	6 752
<i>Congés à payer</i>	71 330
<i>Commissions à payer</i>	24 726
<i>Charges sociales s/congés à payer</i>	32 098
<i>Charges sociales s/primes à payer</i>	1 688
<i>Charges sociales s/congés à payer</i>	10 950
Dettes fiscales	38 394
<i>Taxe d'apprentissage</i>	5 175
<i>Formation continue</i>	18 273
<i>Participation à l'effort de construction</i>	4 815
<i>Taxe sur les véhicules de sociétés</i>	838
<i>Organic</i>	3 907
<i>Taxe Professionnelle</i>	5 386
TOTAL DES CHARGES A PAYER	333 468

CHARGES A PAYER

Montant des charges à payer inclus dans les postes suivants du bilan (en €)	Montant déductibles	Non déductible
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	147 530	
Dettes fiscales et sociales	176 378	9 560
TOTAL	323 908	9 560

En €

ECARTS DE CONVERSION

	Total	Provisions
Actif	8 861	8 861
Passif	3 807	3 807

COMPOSITION DU CAPITAL SOCIAL

Différentes catégories de titres	A la clôture de l'exercice	Créés pendant l'exercice	Remboursés pendant l'exercice	Valeur nominale
Actions	1 500			100

REMUNERATION DES DIRIGEANTS

Cette information conduirait à fournir une rémunération individuelle et n'est donc pas produite.

VENTILATION DE L'EFECTIF MOYEN

	Personnel salarié	Personnel mis à la disposition de l'entreprise
Cadres	24	0
Employés	2	0
TOTAL	26	0

5.2 Comptes au 28 /02 2005

5.2.1 Rapport du commissaire aux comptes

A la suite de la demande qui nous a été faite en notre qualité de commissaire aux comptes de la société MAPORAMA, nous avons effectué un examen limité des comptes intermédiaires de MAPORAMA relatifs à la période du 01/11/2004 au 28/02/2005, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Ces comptes ont été établis sous la responsabilité du Président. Il nous appartient, sur la base de notre examen limité, d'exprimer notre conclusion sur ces comptes.

Nous avons effectué cet examen selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en oeuvre de diligences limitées conduisant à une assurance, moins élevée que celle résultant d'un audit, que les comptes intermédiaires ne comportent pas d'anomalies significatives. Un examen de cette nature ne comprend pas tous les contrôles propres à un audit, mais se limite à mettre en oeuvre des procédures analytiques et à obtenir des dirigeants et de toute personne compétente les informations que nous avons estimées nécessaires.

Sur la base de notre examen limité, nous n'avons pas relevé d'anomalies significatives de nature à remettre en cause, au regard des règles et principes comptables français, la régularité et la sincérité des comptes intermédiaires et l'image fidèle qu'ils donnent du résultat des opérations de la période de 1/11/2004 au 28/02/2005 écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cette période.

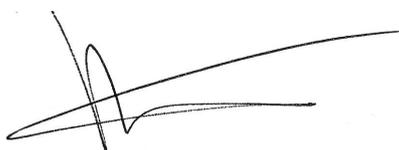
Néanmoins, nous attirons votre attention sur les mentions portées en ANNEXE aux comptes établis au 28 février 2005 et concernant :

2-1 – l'activation en immobilisations incorporelles des logiciels développés par la société pour un montant de 300 584 euros, et en immobilisations incorporelles en cours pour un montant de 137 719 euros.

2-15 – les modalités de prise en compte du chiffre d'affaires réalisé durant l'exercice dont notamment le produit de la vente des licences non réparti sur l'année d'utilisations des droits.

1- Le litige avec la société GEOCONCEPT qui n'a fait l'objet d'aucune provision.

A Paris, le 19 mai 2005



Charles BRAHMI
Commissaire aux Comptes
(Membre de la Compagnie Régionale de Paris)

5.2.2 Comptes

→ BILAN

ACTIF (en €)	28/02/2005		31/10/2004	
	Brut	Amort.	Net	
Capital souscrit non appelé	67 500		67 500	75 000
ACTIF IMMOBILISE				
Immobilisations incorporelles				
Frais d'établissement	11 000	2 562	8 438	9 162
Concessions, brvts, licences, logiciels, drts & val.similaires	443 042	156 180	286 862	334 153
Fonds commercial	30 000		30 000	30 000
Autres immobilisations incorporelles	137 719			
Immobilisations corporelles				
Autres immobilisations corporelles	138 990	51 481	87 508	90 756
Immobilisations financières				
Autres immobilisations financières	31 528	0	31 528	31 528
TOTAL IMMOBILISATIONS	792 279	210 223	582 056	495 598
ACTIF CIRCULANT				
Créances				
Avances et acomptes versés sur commandes	3 000		3 000	3 000
Clients et comptes rattachés	995 313	139 487	855 826	678 952
Autres créances	87 861		87 861	94 555
Divers				
Disponibilités	315 016		315 016	159 145
Charges constatées d'avance	56 453		56 453	169 408
			0	
TOTAL ACTIF CIRCULANT	1 457 642	139 487	1 318 155	1 105 060
Ecarts de conversion actif	8 861		8 861	19 299
TOTAL GENERAL	2 326 282	349 709	1 976 572	1 694 957

PASSIF (en €)	28/02/2005	31/10/2004
CAPITAUX PROPRES		
Capital social	150 000	150 000
Report à nouveau	-1 093 509	
Résultat de l'exercice	-334 229	-1 093 509
TOTAL CAPITAUX PROPRES	-1 277 738	-943 509
AUTRES FONDS PROPRES		
Avances conditionnées	10 000	10 000
TOTAL AUTRES FONDS PROPRES	10 000	10 000
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES		
Provisions pour risques	8 861	19 299
TOTAL PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	8 861	19 299
DETTES		
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	324 032	171 407
Emprunts et dettes financières divers	767 738	689 816
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	690 687	687 305
Dettes fiscales et sociales	602 126	486 421
Autres dettes		4 548
Produits constatés d'avance	847 060	562 433
TOTAL DETTES	3 231 642	2 601 930
Ecarts de conversion passif	3 807	7 237
TOTAL GENERAL	1 976 572	1 694 957

→ COMPTE DE RESULTAT

En €	28/02/2005	31/10/2004
PRODUITS D'EXPLOITATION		
Production vendue de biens et services	1 143 869	2 054 686
- France	446 461	649 575
- Exportation	697 408	1 405 112
Ventes de marchandises		13 000
Chiffre d'affaires net	1 143 869	2 067 686
Production immobilisée	137 719	300 584
Reprises sur amortissements et provisions, transferts de charges		1 422
Autres produits	4	2 142
TOTAL PRODUITS D'EXPLOITATION	1 281 593	2 371 834
CHARGES D'EXPLOITATION		
Achats de marchandises		8 300
Autres achats et charges externes	357 857	855 083
Impôts, taxes et versements assimilés	12 596	48 773
Salaires et traitements	473 295	1 275 823
Charges sociales	206 787	541 100
Dotations aux amortissements sur immobilisations	64 973	145 250
Dotations aux provisions sur actif circulant		139 487
Autres charges	477 047	712 010
TOTAL DES CHARGES D'EXPLOITATION	1 592 554	3 725 825
RESULTAT D'EXPLOITATION	-310 961	-1 353 991
PRODUITS FINANCIERS		
Autres intérêts et produits assimilés	-285	-255
Reprises sur provisions et transferts de charges	19 299	
Différences positives de change	926	10 230
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement		930
TOTAL DES PROUITS FINANCIERS	19 940	10 904
CHARGES FINANCIERES		
Dotations financières aux amortissements et provisions	8 861	19 299
Intérêts et charges assimilés	8 529	3 639
Différences négatives de change	10 034	83 981
TOTAL DES CHARGES FINANCIERES	27 424	106 920
RESULTAT FINANCIER	-7 484	-96 016
RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS	-318 445	-1 450 006

PRODUITS EXCEPTIONNELS		
Produits exceptionnels sur opérations en capital		458 982
TOTAL DES PRODUITS D'EXPLOITATION	0	458 982
CHARGES EXCEPTIONNELLES		
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion	15 785	102 485
TOTAL DES CHARGES EXCEPTIONNELLES	15 785	102 485
RESULTAT EXCEPTIONNEL	-15 785	356 497
RESULTAT NET	-334 229	-1 093 509

5.2.3 Annexes aux comptes 28/02/2005

ANNEXE AU BILAN DU 28 FEVRIER 2005				
N° ordre		Produites	Non Produites	
			N/S	N/A
I	Règles et méthodes comptables	I		
II	Immobilisations (N°2054)	II		
III	Amortissements (N°2055)	III		
IV	Immobilisations incorporelles	IV		
V	Immobilisations financières	V		
VI	Ecarts de réévaluation sur immobilisations amortissables			N/A
VII	Variation de la réserve de réévaluation			N/A
VIII	Provisions (N°2056)	VIII		
IX	Etat des échéances des créances et des dettes (N°2057)	IX		
X	Eléments relevant de plusieurs postes du bilan : entreprises liées			N/A
XI	Eléments relevant de plusieurs postes du bilan: effets de commerce			N/A
XII	Produits à recevoir			N/A
XIII	Comptes de régularisation	XIII		
XIV	Charges à payer	XIV		
XV	Ecarts de conversion Actif – Passif	XV		
XVI	Crédit- Bail			N/A
XVII	Engagements financiers particuliers			N/A
XVIII	Dettes garanties par des sûretés réelles			N/A
XIX	Identité des sociétés - mères consolidant les comptes de la société			N/A
XX	Ventilation de l'impôt sur les sociétés			N/A
XXI	Obligations convertibles			N/A
XXII	Différences d'évaluation sur éléments fongibles de l'actif circulant			N/A
XXIII	Composition du capital social - parts de fondateur			N/A
XXIV	Rémunération des dirigeants	XXIII		
XXV	Accroissements et allègement de la dette future d'impôts	XXIV		
XXVI	Ventilation de l'effectif moyen			N/A
XXVII	Filiales et participations	XXVI		
XXVIII	Détail du résultat exceptionnel			N/A

NOTE A LA DECLARATION FISCALE (Valant mention expresse - Article 1732 du C.G.I.)

1. PRINCIPES ET METHODES COMPTABLES

MAPORAMA INTERNATIONAL SAS développe et exploite des systèmes et produits informatiques et plus particulièrement des sites et des portails Internet. MAPORAMA INTERNATIONAL commercialise le portail de service géocentrique MAPORAMA.COM, proposant des cartes et plans de tous les pays, connu sous l'enseigne MAPORAMA.

La situation comptable au 28 février 2005 couvrant la période du 1er novembre 2004 au 28 février 2005, de la S.A.S. MAPORAMA INTERNATIONAL est présentée et évaluée selon les normes définies au Code de Commerce, dans les textes pris pour son application, suivant notamment le principe de continuité d'exploitation.

2. PRINCIPALES METHODES UTILISEES ET COMMENTAIRES SUR LES COMPTES

Les principales méthodes utilisées sont les suivantes :

2.1. Immobilisations corporelles et incorporelles

Les immobilisations corporelles et incorporelles sont évaluées à leur coût d'acquisition (prix d'achat et frais accessoires, hors frais d'acquisition des immobilisations).

Un amortissement exceptionnel est constaté, le cas échéant, pour prendre en compte les dépréciations complémentaires résultant d'une réduction de la durée de vie des immobilisations.

Une dépréciation est constatée sur le fonds de commerce dès lors que sa valeur d'utilité est jugée inférieure à son coût historique.

Au cours de l'exercice, clos le 31 octobre 2004, la société a créé et développé des logiciels, avec pour objectif d'améliorer les services offerts, d'augmenter les fonctionnalités des produits existants et de proposer de nouveaux produits à la clientèle.

Les logiciels, en cours de réalisation au 28 février 2005 sont :

- Moteurs itinéraire Maporama,
- Driverne-Java Platform,
- Driverne-AGPS
- Driverne-module admin 1 configuration,
- Moteurs itinéraires-iti pédestres/nouveau moteur,
- My Way-lancement prototype,
- Chine-adaptation moteurs aux spécifiés affichage,
- SpotMe.

Ces logiciels ayant permis de signer un certain nombre de contrats, soit avec de nouveaux clients, soit en complément de contrats existants, ils ont été activés en immobilisations incorporelles pour un montant de €137 719.

Les amortissements pour dépréciation sont calculés suivant le mode linéaire en fonction de la durée de vie prévue :

- | | |
|------------------------------------|-----------|
| ▪ - Logiciel GP WARE | 3 ans |
| ▪ - Logiciels activés | 3 ans |
| ▪ - Matériel et mobilier de bureau | 1 à 5 ans |

Immobilisations financières

Figure à ce poste le montant des dépôts de garantie versés.

Clients et comptes rattachés

Les créances clients ont été inscrites pour leur valeur nominale.
Une provision pour dépréciation est constituée lorsqu'il existe un risque d'irrecouvrabilité.

2.2. Autres créances

Les autres créances sont valorisées à leur valeur nominale. Une provision pour dépréciation est pratiquée, lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur comptable.

2.3. Disponibilités

Figurent aux comptes de disponibilités, les soldes débiteurs des comptes de banques à la clôture de l'exercice.

2.4. Charges constatées d'avance

Il s'agit des charges d'exploitation pour leur quote-part rattachable à l'exercice suivant.

2.5. Créances et dettes en monnaie étrangère

Les créances et dettes libellées en devises sont converties en euros sur la base des taux en vigueur à la date de clôture.

Les écarts résultant de cette actualisation sont portés en écart de conversion au bilan.

Les pertes de change latentes font l'objet de provisions pour risque.

2.6. Capital social

Le capital social est constitué de 1 500 actions de 100 euros chacune, libérées de la moitié de même catégorie.

2.7. Avances conditionnées

L'Agence Nationale de Valorisation de la Recherche (ANVAR) a accordé à la SAS MAPORAMA INTERNATIONALE une aide d'un montant de €20 000, en deux versements, remboursable au plus tard le 31 mars 2006.

2.8. Emprunts et dettes auprès d'établissements de crédit

Figurent à ce poste, les soldes créditeurs des comptes de banques à la clôture de l'exercice.

2.9. Emprunts et dettes financières diverses

Les emprunts et dettes financières diverses représentent les avances en compte courant d'associés, lesquelles ne sont pas rémunérées.

2.10. Dettes fournisseurs et comptes rattachés

Parmi les dettes fournisseurs et comptes rattachés figure le montant des factures à payer pour un montant, toutes taxes comprises, de €690 687 dont €214 271 de factures non parvenues.

2.11. Dettes fiscales et sociales

Les dettes fiscales et sociales ont fait l'objet de provisions correspondant aux charges de l'exercice.

2.12. Produits constatés d'avance

Selon le principe de l'indépendance des exercices, ont été constatés d'avance les produits couvrant une période afférente à l'exercice suivant.

2.13. Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires est constitué principalement :

- de licences correspondant à un droit d'utilisation du ou des produits de la société accordés pour une durée d'un an.

- d'un crédit de requête, correspondant à un nombre déterminé d'intégration des serveurs MAPORAMA dans le cadre de l'utilisation du ou des produits.

Il a été décidé de constater la totalité du revenu correspondant aux licences lors de la facturation.

Le revenu relatif au crédit de requête est étalé sur la période du contrat en considérant une utilisation linéaire.

3. LITIGES EN COURS

Le 31 octobre 2003 la société GEO CONCEPT a assigné MAPORAMA INTERNATIONAL devant le Tribunal de Commerce de Paris pour une audience fixée le 23 janvier 2004. Dans le cadre de cette procédure, en cours à la clôture de l'exercice, la société GEO CONCEPT entend obtenir à l'encontre de MAPORAMA INTERNATIONAL, outre une expertise judiciaire, au titre d'un prétendu préjudice, la somme de €2 407 622,46 constituée principalement de :

- un préjudice matériel pour €7 622,46 HT, correspondant au prix d'un logiciel acheté pour le compte de MAPORAMA,
- un préjudice matériel consistant à des travaux préparatoires de deux années/hommes pour €250 000,
- un préjudice commercial pour €2 000 000,
- un préjudice moral pour €150 000.

L'absence de provisions effectuée dans le cadre de la clôture des comptes annuels pour l'exercice clos le 31 octobre 2004 repose sur les analyses des avocats de la société telle qu'elles résultent des conclusions générales dans l'intérêt de la société MAPORAMA INTERNATIONAL auprès du Tribunal de commerce de Paris.

Ainsi, la société MAPORAMA INTERNATIONAL conteste catégoriquement que la société GEO CONCEPT puisse être titulaire des droits du logiciel dont elle se prévaut.

En effet, le logiciel que la société GEO CONCEPT avait acquis le 17 avril 2000 de la société OPTIMAP avait été fourni, dès février 2000 par cette même société OPTIMAP à la société MAPORAMA.

A titre subsidiaire, la société MAPORAMA INTERNATIONAL a demandé au Tribunal de constater que le logiciel acheté par la société GEO CONCEPT, l'avait été, pour le compte de la société MAPORAMA, cette dernière en ayant assumé le coût du développement pendant plus de 3 années.

Immobilisations	Valeur brute des immobilisations au début de l'exercice	Augmentations, acquisitions, créations, apports et virements de poste à poste
Incorporelles		
Frais d'établissement, de recherche et de développement	11 000	
Autres postes d'immobilisations incorporelles	471 557	135 997
Corporelles		
Autres immobilisations corporelles/ Matériel de bureau et informatique, mobilier	126 763	12 227
Financières		
Prêts et autres immobilisations financières	31 528	
Total Général	640 848	148 224

Immobilisations	Valeur brute des immobilisations à la fin de l'exercice
Incorporelles	
Frais d'établissement, de recherche et de développement	11 000
Autres postes d'immobilisations incorporelles	610 761
Corporelles	
Autres immobilisations corporelles/ Matériel de bureau et informatique, mobilier	138 990
Financières	
Prêts et autres immobilisations financières	31 528
Total Général	792 279

AMORTISSEMENTS			
Situations et mouvements de l'exercice			
Immobilisations amortissables	Montant des amortissements au début de l'exercice	Augmentations : dotations de l'exercice	Montant des amortissements à la fin de l'exercice
Frais d'établissement, de recherche et de développement	1 838	724	2 562
Autres immobilisations incorporelles	107 404	48 776	156 180
Autres immobilisations corporelles/ Matériel de bureau et informatique, mobilier	36 007	15 474	51 481
Total Général	145 250	64 974	210 223

VENTILATION DES DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS DE L'EXERCICE	
Immobilisations amortissables	Amortissements linéaires
Frais d'établissement, de recherche et de développement	724
Autres immobilisations incorporelles	48 776
Autres immobilisations corporelles/ Matériel de bureau et informatique, mobilier	15 474
Total Général	64 974

En € AUTRES IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	Valeurs brutes	Durée d'amortissements
Frais d'établissements	11 000	5 ans
Eléments de fonds commercial		
<i>.Eléments incorporels achetés</i>	30 000	
Autres immobilisations incorporelles		
<i>. Logiciels activés</i>	300 584	3 ans
<i>. Logiciel GP WARE</i>	140 973	3 ans
<i>. Immobilisations en cours</i>	137 719	
	579 276	

En € IMMOBILISATIONS FINANCIERES	Montant net
Autres immobilisations financières	31 528
<i>. Dépôts versés</i>	31 528
TOTAL DES IMMOBILISATIONS FINANCIERES	31 528

PROVISIONS INSCRITES AU BILAN

Nature des provisions	Montant au début de l'exercice	Augmentations: Dotations de l'exercice	Diminutions: Reprises de l'exercice	Montant à la fin de l'exercice
Provisions pour risques et charges				
Provisions pour pertes de change	19 299	8 861	19 299	8 861
Provisions pour dépréciation				
Sur comptes clients	139 487			139 487
TOTAL GENERAL	158 786	8 861	19 299	148 348

ETAT DES CREANCES

	Montant brut	A 1 an au plus	A plus d'un an
De l'actif immobilisé			
Autres immobilisations financières	31 528		31 528
De l'actif circulant			
Clients douteux ou litigieux	140 300	140 300	
Autres créances clients	855 013	855 013	
Personnel et comptes rattachés	38 787	38 787	
Etat et autres collectivités publiques/ Taxe sur la VA	44 059	44 059	
Débiteurs divers (dont créances relatives à des opérations de pension de titres)	5 015	5 015	
Charges constatés d'avance	56 453	56 453	
TOTAL	1 171 155	1 139 626	31 528

ETAT DES DETTES	Montant brut	A 1 an au plus	A plus d'un an
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit à 1 an maximum à l'origine	324 032	324 032	
Emprunts et dettes financières divers	6 225	6 225	
Fournisseurs et comptes rattachés	690 687	690 687	
Personnel et comptes rattachés	275 639	275 639	
Sécurité sociale et autres organismes sociaux	247 242	247 242	
Etat et autres collectivités publiques/ Taxe sur la VA	49 670	49 670	
Etat et autres collectivités publiques/ Autres impôts, taxes et assimilés	29 575	29 575	
Groupe et associés	761 512	761 512	
Produits constatés d'avance	847 060	847 060	
TOTAL	3 231 642	3 231 642	0

En €	COMPTES DE REGULARISATION	
	Produits	Charges

Charges et produits constatés d'avance

Produits/Charges d'exploitation	847 060	56 453
---------------------------------	---------	--------

En €	DETAILS DES CHARGES A PAYER	
------	-----------------------------	--

Fournisseurs, factures non parvenues 214 271

Dettes fiscales et sociales 219 263

Dettes sociales 189 688

Provisions Primes à payer	17 622
Congés à payer	88 593
Commissions à payer	24 726
Charges sociales s/congés à payer	39 867
Charges sociales s/prime à payer	7 930
Charges sociales s/congés à payer	10 950

Dettes fiscales 29 575

Taxe d'apprentissage	7 572
Formation continue	4 425
Participation à l'effort de construction	6 105
Autres taxes	11 473

Total des charges à payer 433 534

ECARTS DE CONVERSION		
	Total	Provisions
Actif	8 861	8 861
Passif	3 807	3 807

COMPOSITION DU CAPITAL SOCIAL				
Différentes catégories de titres	A la clôture de l'exercice	Créés pendant l'exercice	Remboursés pendant l'exercice	Valeur nominale
Actions	1500,00			100 €

6 Gouvernement d'entreprise

6.1 Le conseil d'administration

■ COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Nom et Prénom ou dénomination social du membre	Date de première nomination	Date d'échéance du mandat	Fonction principale dans la société	Fonction principale et mandats exercés en dehors de la société
Sydney Drahy	06 juin 2005	06 juin 2008 Le renouvellement de cette mission sera proposé lors de l'Assemblée Générale amenée à se prononcer sur les comptes de l'exercice clos au 31 octobre 2008	Président Directeur Général	Aucune
		06 juin 2008 Le renouvellement de cette mission sera proposé lors de l'Assemblée Générale amenée à se prononcer sur les comptes de l'exercice clos au 31 octobre 2008		
Yves Drahy	06 juin 2005	06 juin 2008 Le renouvellement de cette mission sera proposé lors de l'Assemblée Générale amenée à se prononcer sur les comptes de l'exercice clos au 31 octobre 2008	Aucune	Néant
		06 juin 2008 Le renouvellement de cette mission sera proposé lors de l'Assemblée Générale amenée à se prononcer sur les comptes de l'exercice clos au 31 octobre 2008		
Isabelle Haddad	06 juin 2005	06 juin 2008 Le renouvellement de cette mission sera proposé lors de l'Assemblée Générale amenée à se prononcer sur les comptes de l'exercice clos au 31 octobre 2008	Aucune	Néant
		06 juin 2008 Le renouvellement de cette mission sera proposé lors de l'Assemblée Générale amenée à se prononcer sur les comptes de l'exercice clos au 31 octobre 2008		
Michael Haddad	06 juin 2005	06 juin 2008 Le renouvellement de cette mission sera proposé lors de l'Assemblée Générale amenée à se prononcer sur les comptes de l'exercice clos au 31 octobre 2008	Aucune	Néant
		06 juin 2008 Le renouvellement de cette mission sera proposé lors de l'Assemblée Générale amenée à se prononcer sur les comptes de l'exercice clos au 31 octobre 2008		

■ FREQUENCE DE REUNION DES CONSEILS D'ADMINISTRATION ET DE TENUE DES ASSEMBLEES GENERALES

Le premier Conseil d'Administration de Maporama International s'est tenu le 06 juin 2005 et un second s'est déroulé le 07 juin 2005. Tous les membres du Conseil d'Administration étaient présents. Le taux de présence était donc de 100 %.

Depuis la création de la société au mois de décembre 2003, quatre Assemblées Générales se sont déroulées :

- Assemblée Générale Extraordinaire du 25 octobre 2004,
- Assemblée Générale Ordinaire du 17 décembre 2004,
- Assemblée Générale Extraordinaire du 07 mars 2005,
- Assemblée Générale Extraordinaire du 06 juin 2005.

▪ **LES DELIBERATIONS DU CONSEIL (article 17 des statuts) :**

Le Conseil d'Administration se réunit aussi souvent que l'intérêt de la Société l'exige, sur la convocation de son Président. Si le Conseil ne s'est pas réuni depuis plus de deux mois, le tiers au moins des membres du Conseil peut demander au Président de convoquer celui-ci sur un ordre du jour déterminé.

Dans l'hypothèse où la Direction de la Société est assumée par un Directeur Général, ce dernier peut demander au Président du Conseil d'Administration de convoquer le conseil sur un ordre du jour déterminé.

Dans les deux hypothèses visées ci-dessus, le Président est lié par les demandes qui lui sont adressées.

Les convocations sont faites par tous moyens et même verbalement.

La réunion a lieu soit au siège social, soit en tout autre endroit indiqué dans la convocation.

Le Conseil ne délibère valablement que si la moitié au moins des administrateurs sont présents. 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.

Deux membres du Comité d'entreprise, désignés parmi ses membres, assistent, avec voix consultative, à toutes les séances du conseil d'administration.

Il est tenu un registre de présence qui est signé par les administrateurs participant à la séance du Conseil tant en leur nom personnel que comme mandataire.

Les délibérations du Conseil d'Administration sont constatées dans des procès-verbaux établis conformément aux dispositions légales en vigueur et signés du président de séance et d'au moins un administrateur. En cas d'empêchement du président de séance, il est signé par deux administrateurs au moins.

Les copies ou extraits de ces procès-verbaux sont certifiés par le Président du Conseil d'Administration, le Directeur Général, un Directeur Général Délégué, l'administrateur délégué temporairement dans les fonctions de Président ou un fondé de pouvoirs habilité à cet effet.

▪ **LES POUVOIRS DU CONSEIL (article 18 des statuts)**

Le Conseil d'Administration détermine les orientations de l'activité de la société et veille à la mise en œuvre. Dans les limites de l'objet social et sous réserve des pouvoirs expressément attribués par la loi aux assemblées d'actionnaires, 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 opportuns.

Chaque administrateur reçoit toutes les informations nécessaires à l'accomplissement de sa mission et peut se faire communiquer tous les documents qu'il estime utiles.

Dans les rapports avec les tiers, la Société est engagée même par les actes du Conseil d'Administration 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.

6.2 Rémunération des organes de direction, d'administration et de contrôle

6.2.1 Rémunération des mandataires sociaux

La rémunération des mandataires sociaux au cours de l'exercice clos au 31 octobre 2004 a été la suivante :

Nom et prénom	Fonction	Rémunération 2003/04	Rémunération N-1	Avantage(s)
DRAHY Sydney	Président	0	/	0
DRAHY Yves	Aucune	0	/	0
DRAHY Isabelle	Aucune	0	/	0
DRAHY Michael	Aucune	0	/	0

Sydney DRAHY n'a perçu aucune rémunération au titre de son mandat social.

Sydney DRAHY n'a pas de contrat de travail.

Aucun programme de stocks options n'a été mis en place.

Sydney DRAHY ne bénéficie d'aucun avantage en nature ??

La société n'a pas prévu de prime d'arrivée ou de départ pour les mandataires sociaux et l'absence de régimes complémentaires de retraite spécifiques.

Pour l'exercice clos au 31 octobre, la société ne revêtait par la forme d'une Société Anonyme avec un Conseil d'Administration. Aucun jeton de présence n'a donc été versé.

6.2.2 Intérêts des dirigeants dans le capital de l'émetteur, dans celui d'une société qui en détient le contrôle, dans celui d'une filiale de l'émetteur, ou chez un client ou un fournisseur significatif de l'émetteur

Néant

6.3 Information relative au contrôle interne

Du fait de sa transformation de SAS en SA, Maporama International devra rendre compte, conformément aux dispositions prévues par l'Article 225-37 du Code de Commerce, des conditions de

préparation et d'organisation des travaux du Conseil d'Administration ainsi que des procédures de contrôle interne mises en place par la société.

Un groupe de travail sera formé par Maporama International afin de pouvoir satisfaire à cette obligation.

Dans ce cadre, les axes de travail prévus en 2005 porteront notamment :

- sur les procédures de contrôle interne par cycle principal et les méthodes de travail de l'entreprise ;
- ainsi que sur la répartition du pouvoir des organes dirigeants qui conduisent aux décisions prises par ces derniers.

Procédures de contrôle interne existantes

Néanmoins, Maporama International a d'ores et déjà mis en place un certain nombre de procédures internes afin de prévenir et maîtriser les risques résultant de l'activité de l'entreprise et les risques d'erreurs ou de fraudes, en particulier dans les domaines comptable et financier. Cependant, comme tout système de contrôle, il ne peut fournir une garantie absolue que ces risques sont totalement éliminés.

Le contrôle interne mis en place au sein de la société s'appuie sur les outils suivants :

- l'établissement de reportings mensuels,
- un suivi hebdomadaire de la trésorerie,
- une revue régulière de points définis dans des cadres formalisés.

Les acteurs privilégiés du contrôle interne sont :

- le Directeur Général,
- la Directrice des Opérations (COO),
- le Directeur Exécutif (CEO),
- le Responsable Comptable.

Le contrôle interne repose sur la mise en place de :

- Procédures internes de contrôle et d'autorisation
- Procédures externes de contrôle

1. Les procédures internes de contrôle et d'autorisation

1.1 La mise en place de programmes de contrôle au niveau de la Direction Générale

Les données comptables et budgétaires mensuelles sont examinées et analysées avec le service comptable de la société.

1.2 La mise en place de procédures de contrôle au niveau opérationnel

Le contrôle interne est effectué au moyen de méthodes adéquates définies par la Direction Générale.

1.3 Cycle trésorerie

Les signataires autorisés sont :

- le Président Directeur Général,
- la Directrice des Opérations.

Les rapprochements bancaires sont effectués sur la base mensuelle par le service comptable.

1.4 Cycle social

Les éléments variables de la paie sont vérifiés par la Direction Générale. Les ordres de paiement sont signés après vérification par la Direction Générale.

1.5 Cycle achat

Les demandes d'achat sont effectuées par chaque service et sont approuvées par la Direction Générale.

D'une manière générale, les factures d'achat sont visées par le service concerné et par la Direction Générale avant leur mise en paiement.

1.6 Cycle vente

La société facture ses prestations de services en fonction des contrats. Les factures sont établies par l'administration des ventes, au vu des bons de commandes, et basculées en comptabilité automatiquement.

L'administration des ventes est en charge du recouvrement de ces factures.

2. Procédures externes de contrôle

2.1. La société a recours à un cabinet d'expertise comptable qui a pour mission de l'assister dans l'établissement des reportings mensuels et des comptes annuels ainsi que pour toute autre mission permettant d'améliorer ou renforcer le bon fonctionnement de l'entreprise.

2.2. Le Commissaire aux Comptes : il a une mission permanente et indépendante de vérifier les valeurs et documents comptables de la société, de contrôler la conformité de la comptabilité aux règles en vigueur, ainsi que de vérifier la concordance avec les comptes annuels et la sincérité 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 de la société.

2.3. Les prestataires extérieurs spécialisés : la société se réserve par ailleurs le recours ponctuel à des prestataires extérieurs spécialisés, notamment sur le plan informatique.

7 Evolution récente et perspectives

■ Tableau synthétique

En K€	31/10/04*	28/02/2005 (4 mois)**	31/10/2005 e	31/10/2006 p	31/10/2007 p
CA	2 067	1 144	4 673	9 800	12 500
Dont PCA	562	847	/	/	/
REX	-1354	-311	31	894	1 240
Résultat net	-1093	-334	21 ***	599 ***	831 ***

*: *audité – certifié*

** : *examen limité*

*** : *le résultat net a été estimé avec un IS de 33,33 %*

Le chiffre d'affaires cumulé depuis le début de l'exercice en cours et réalisé à fin mai s'élève à 2 397 K€ ce qui conforte la réalisation pour l'année 2005 de l'estimation.

7.1 Evolutions récentes

L'évolution du chiffre d'affaires entre 2004 et 2007 est directement corrélée à plusieurs éléments :

Comme évoqué précédemment, Maporama International a concrétisé de nombreux projets économiques lui permettant d'asseoir sa position sur son Marché.

La société est résolument orientée dans une dynamique de croissance forte qui s'illustre, au niveau de l'entreprise, par :

Une croissance du chiffre d'affaires se basant sur plusieurs axes :

- La commercialisation et la montée en charge des nouvelles gammes de produits (« entreprise solutions ») facilitées par le renforcement de la structure commerciale.
- La vente de solutions additionnelles à la base clients actuelle
- Le maintien de l'avance technologique :
 - o Nouvelles fonctionnalités sur les offres historiques (intelligent dealer locator)
 - o Expansion des fonctionnalités de la plate-forme technique et de service MGSF
- Le développement d'une quatrième offre à partir de 2005 : les outils d'aide à la mobilité et au déplacement.
- La montée en puissance de revenus publicitaires sur le site www.maporama.com
- La mise à disposition de nouveaux produits innovants sur chacune des offres permettra à Maporama International de bénéficier de nouveaux relais de croissance.

Comme évoqué dans le paragraphe 4.2.4 intitulé « l'offre produits », les revenus de Maporama International seront désormais issus de 4 offres :

1- L'offre « Intelligent Dealer Locator »

2- L'offre « Entreprises solutions » (de type Maporama Explorer ou Spot me)

3- L'offre liée aux outils d'aide à la mobilité et au déplacement (de type Drive me) baptisée « Mobile Solutions »

4- Les revenus publicitaires issus du site www.maporama.com

en Keuros	31-oct-04			31-oct-05			31-oct-06			31-oct-07			
	Nombre de clients	CA moyen par contrat	Total	Nombre de clients	CA moyen par contrat	Total	Nombre de clients	CA moyen par contrat	Total	Nombre de clients	CA moyen par contrat	Total	
Intelligent Dealer Locator	Anciens clients	410	2,7	1 105,4	414	4,0	1 656,0	418	6,0	2 508,0	420	6,2	2 604,0
	Nouveaux clients	50	2,7	134,8	50	4,3	213,2	100	9,2	922,0	20	7,3	146,0
	Total	460	2,7	1 240,2	464	4,0	1 869,2	518	6,6	3 430,0	440	6,3	2 750,0
Entreprises Solutions	Anciens clients	150	3,8	573,6	180	5,0	900,0	216	8,0	1 728,0	253	10,0	2 530,0
	Nouveaux clients	50	3,8	191,2	60	8,4	501,9	90	13,5	1 212,0	100	12,2	1 220,0
	Total	200	3,8	764,8	240	5,8	1 401,9	306	9,6	2 940,0	353	10,6	3 750,0
Mobile Solutions	Anciens clients	0	0,0	0,0	0	0,0	0,0	41	28,0	1 134,0	34	35,0	1 190,0
	Nouveaux clients	0	0,0	0,0	45	26,0	1 168,3	40	32,9	1 316,0	80	39,8	3 185,0
	Total	0	0,0	0,0	45	26,0	1 168,3	81	30,4	2 450,0	114	38,4	4 375,0
Revenus publicitaires	Anciens clients	5	6,0	30,0	9	8,0	72,0	29	10,0	290,0	79	12,5	987,5
	Nouveaux clients	4	8,0	32,0	20	8,1	161,7	50	13,8	690,0	50	12,8	637,5
	Total	9	6,9	62,0	29	8,1	233,7	79	12,4	980,0	129	12,6	1 625,0
Nombre total de clients	520			550			600			700			
Nombre total de contrats	669	3	2 067	778	6	4 673	984	10	9 800	1 036	12	12 500	

7.2 Commentaires associés aux comptes prévisionnels

Le chiffre d'affaires se ventile de la manière suivante selon les offres commercialisées ou qui seront commercialisées dans les prochains exercices.

1- L'offre « Intelligent Dealer Locator »

Cette offre historique lancée en 2001 représentait sur l'exercice 2004, 60 % du chiffre d'affaires. Ce segment de marché étant concurrentiel, mature et frappé par une pression à la baisse sur les prix, il ne constituera pas pour Maporama International un axe de développement clé.

Ainsi, la valeur moyenne des ventes sur ce segment progressera moins que sur les autres offres (il y aura d'ailleurs une légère diminution de la valeur moyenne entre 2006 et 2007).

Maporama International souhaite toutefois développer les fonctionnalités de son offre « Intelligent Dealer Locator », ce qui lui permettra de conquérir de nouveaux clients sur ce segment.

En outre, le développement de nouvelles offres (entreprise solutions et outils d'aide à la mobilité et au déplacement) va mécaniquement faire diminuer relativement cette offre par rapport aux autres solutions. Ainsi, cette offre représentera 40 % du chiffre d'affaires en 2005, 35 % en 2006 et 22 % en 2007, ce qui représente une augmentation des ventes en valeur absolue entre 2005 et 2006, et une baisse entre 2006 et 2007.

2- L'offre « Entreprises solutions » (de type Maporama Explorer ou Spot me)

Cette offre commercialisée depuis 2002 est complémentaire à la première et touchée par un fort engouement de la part des clients. Cette offre a représenté 37 % du chiffre d'affaires en 2004 et va ensuite représenter 30 % du chiffre d'affaires en 2005 et 2006, et 35% en 2007. Les revenus issus de cette offre vont augmenter en valeur absolue de 83,31 % entre 2004 et 2005, de 109,72 % entre 2005 et 2006 et 48,81 % entre 2006 et 2007.

3- L'offre « Mobile Solutions »

Sans conteste, cette offre elle celle qui présente les perspectives de développement les plus fortes. Cette offre développée fin 2004 et commercialisée depuis début 2005 n'a pas généré de chiffre d'affaires sur l'exercice 2004. Cependant, le développement fort observé sur ce segment devrait générer un chiffre d'affaires de 1 168 Keuros pour l'exercice 2005. Celui-ci devra connaître une croissance de 109 % entre 2005 et 2006 et 53,06% entre 2006 et 2007.

4- Les revenus publicitaires issus du site www.maporama.com

Maporama International n'a pas eu pour l'instant pour objectif de développer les revenus publicitaires de son site www.maporama.com. Le volume des ventes générées par la publicité s'est élevé à 3 % du chiffre d'affaires de l'exercice 2004. Maporama International a contracté avec la régie Real Media pour développer ce segment du chiffre d'affaires.

Différents éléments en plus de la notoriété de Maporama International, qui devrait être notamment confortée avec l'inscription sur le Marché Libre (impact qui reste franco-français) justifient cette augmentation des revenus :

- 1) la notoriété internationale d'ores et déjà acquise et non exploitée du site,
- 2) l'optimisation des revenus publicitaires grâce à la régie internationale RealMedia et aux objectifs fixés avec cette régie pour le développement des marchés anglais, US,

italiens (qui constitue d'ores et déjà des marchés sur lesquels le potentiel de revenus a été validé).

- 3) un objectif global de croissance du nombre d'annonceurs pays par pays

Cette notoriété et l'audience vont s'accroître, grâce aux travaux de référencement en cours, qui viendront renforcer la légitimité à utiliser le site www.maporama.com pour communiquer.

- 4) la montée en charge des revenus issus de l'affiliation et notamment BSA (Brand search Around) - liens présents sur les pages d'affichage des cartes et pour lesquels Maporama est commissionné sur les ventes générées (ex : Accor, Bookings, Hotels.com, Best Western), ..

A titre indicatif à fin mai 2005, les revenus générés par Maporama.com sont de 123K€

L'accroissement du nombre d'annonceurs, entraînera une augmentation du chiffre d'affaires en valeur absolue de 233 K€ en 2005 à 1 625 K€ en 2007, soit une multiplication par 7 de ces revenus.

7.3 Hypothèses de construction des comptes prévisionnels

Ces performances s'expliquent d'une part par une demande du marché de plus en plus importante, et d'autre part par une montée en puissance des moyens, notamment commerciaux, qui seront déployés en interne afin d'étendre le champs d'application des solutions Maporama International.

Effectivement, sur le premier point, le segment BSS (solutions logicielles packagées destinées à accroître l'efficacité des entreprises) augmente de 27% par an selon IDC.

Egalement, le renforcement de la présence commerciale de Maporama International s'organisera de la manière suivante courant 2005 et 2006 :

En 2005, Maporama International embauchera 4 commerciaux free lance ainsi que 4 commerciaux au siège de l'entreprise.

Le renforcement de la présence commerciale se poursuivra courant 2006 avec l'embauche de 2 commerciaux siège et 4 commerciaux free lance et courant 2007 avec l'embauche de 4 commerciaux free lance et 2 au siège.

Département	31/05/2005	31/10/2005 e	31/10/2006 p	31/10/2007 p
Recherche et développement	9	9	11	12
Vente / Administration des ventes	9	17	23	29
Administration des ventes	1	1	1	1
Commerciaux free lance	5	9	13	17
Commerciaux siège	3	7	9	11
Marketing et communication	3	3	5	5
Customer Care	3	3	5	5
Administratif	3	3	4	4
Total effectif	27	35	48	55

Au total, entre fin 2004 et fin 2005, l'effectif commercial total aura doublé, tandis que le chiffre d'affaires aura augmenté de 126%. Cette différence s'explique par des gains de productivité : une augmentation de la productivité des salariés de 13% en moyenne, chaque salarié réalisant environ 292 K€ de chiffre d'affaires annuel contre 258K€ auparavant.

Entre fin 2005 et fin 2006, l'effectif commercial total aura augmenté de 37%, alors que le chiffre d'affaires aura été multiplié par plus de 2. Cet écart traduira une très forte augmentation de productivité de 52% en moyenne, avec 445K€ de chiffre d'affaires annuel réalisé par commercial.

Cette forte augmentation de la productivité par commercial sera liée à plusieurs éléments :

- ⇒ une stratégie marketing offensive
- ⇒ une offre diversifiée

L'apprentissage des produits par les commerciaux (anciens et nouveaux) tempère cet accroissement de productivité.

Entre fin 2006 et fin 2007, l'effectif commercial total aura augmenté de 27,2%, et le chiffre d'affaires aura augmenté dans les mêmes proportions. Le chiffre d'affaires réalisé par commercial sera alors de 446K€

Cette stratégie commerciale permettra à Maporama International de pénétrer de nouveaux pays, les nouveaux commerciaux free lance devant être opérationnels dans les régions Etats-Unis, Australie, Allemagne, Benelux, et pays Nordiques, et donc de renforcer sa présence internationale.

Le Business Plan prévisionnel issu de ces hypothèses est le suivant :

	31-oct-04	31/10/2005 e	31/10/2006 p	31/10/2007 p
Produits d'exploitation				
Chiffre d'affaires	2 067	4 673	9 800	12 500
Variation	-	126%	110%	28%
Charges d'exploitation				
Cartographie	744	1 610	3 332	4 250
Marge brute	64%	66%	66%	66%
Charges de personnel	1 800	1 813	3 364	4 170
Marketing et communication	53	37	585	770
Résultat d'exploitation	-1354	31	894	1 290
Marge d'exploitation	NS	0,7%	9,1%	10,3%
Résultat net	-1093	21	599	864
Marge nette	NS	0,4%	6%	7%

7.4 Analyse de sensibilité sur les principales hypothèses du Business Plan

1) Le facteur de sensibilité qui peut directement affecter la réalisation de ce Business Plan concerne le nombre de commerciaux embauchés.

Le tableau suivant expose les variations de chiffres d'affaires subséquentes à une baisse possible de 50% du nombre de commerciaux embauchés, ou à une hausse de 50%.

Ce tableau retrace les variations de chiffre d'affaires par année, en considérant l'augmentation des embauches de commerciaux des autres années égale à 100%.

De plus, ce tableau est réalisé toutes choses égales par ailleurs, c'est-à-dire en laissant inchangées les hypothèses de dépenses marketing, de forte demande pour la nouvelle offre « Mobile Solutions ».

Les prix également restent inchangés par rapport à l'hypothèse initiale.

	Hypothèse de départ 100%		50%			150%		
	Nombre commerciaux supplémentaires	CA (en K€)	Nombre commerciaux supplémentaires	CA (en K€)	Variation	Nombre commerciaux supplémentaires	CA (en K€)	Variation
2005	8	4 673	4	3 505	-25%	12	5 841	25%
2006	6	9 800	3	8 464	-14%	9	11 136	14%
2007	6	12 500	3	11 161	-11%	9	13 839	11%

2) L'entreprise pourrait être amenée à ne pas pouvoir pratiquer les prix qu'elle a prévu dans le business plan initial à cause de la concurrence sur le segment « Intelligent Dealer Locator »

Le prix moyen d'un contrat « Intelligent Dealer Locator » est un paramètre à étudier.

Etant donné la structuration de la concurrence, nous n'envisagerons que des hypothèses de baisse du chiffre d'affaires et non de hausse.

	Hypothèse de départ 100%		95%			90%		
	Tarif par contrat (en K€)	CA (en K€)	Tarif par contrat (en K€)	CA (en K€)	Variation	Tarif par contrat (en K€)	CA (en K€)	Variation
2005	4,0	4 673	3,8	4 580	-2%	3,6	4 486	-4%
2006	6,6	9 800	6,3	9 629	-2%	6,0	9 457	-4%
2007	6,3	12 500	5,9	12 363	-1%	5,6	12 225	-2%

3) Egalement, si la demande pour les produits mobilité n'augmente pas dans les proportions prévues par Maporama International, le chiffre d'affaires en sera impacté.

	Hypothèses de départ 100%		90%			110%		
	Nombre de clients	CA (en K€)	Nombre de clients	CA (en K€)	Variation	Nombre de clients	CA (en K€)	Variation
2005	45	4 673	40,5	4 556	-3%	49,5	4 790	3%
2006	81	9 800	72	9 555	-3%	89	10 045	3%
2007	114	12 500	103	12 063	-4%	125	12 938	4%

* * *
* *