



Société anonyme au capital de 2.578.197 €  
Siège social : 161 avenue de Verdun  
94200 Ivry-sur-Seine  
RCS Créteil 324 357 151

## DOCUMENT DE BASE



En application des articles 211-1 à 216-1 de son Règlement Général, l'Autorité des Marchés Financiers a enregistré le présent document de base sous le N° I 06- 105 en date du 26 juin 2006. Ce document de base ne peut être utilisé à l'appui d'une opération financière que s'il est complété par une note d'opération visée par l'Autorité des marchés financiers.

Ce document de base a été établi par l'émetteur et engage la responsabilité de ses signataires. Cet enregistrement effectué après examen de la pertinence et de la cohérence de l'information donnée sur la situation de la société, n'implique pas l'authentification par l'Autorité des marchés financiers des éléments comptables et financiers présentés..

*Ce document est disponible sans frais au siège social de la Société MGI Digital Graphic, ainsi qu'en version électronique sur le site de l'AMF ([www.amf-France.org](http://www.amf-France.org)) et sur celui de la société ([www.mgi-fr.com](http://www.mgi-fr.com)).*

<b>TABLE DES MATIERES</b>
---------------------------

1	PERSONNES RESPONSABLES	6
	1.1 Responsable du document de base	6
	1.2 Attestation du responsable du document de base	6
2	Contrôleurs légaux des comptes	7
	2.1 Commissaire aux comptes titulaire	7
	2.2 Commissaire aux comptes suppléant	7
	2.3 Commissaire aux comptes ayant démissionné ou non renouvelé	7
3	INFORMATIONS FINANCIÈRES SÉLECTIONNÉES	8
4	FACTEURS DE RISQUE	9
	4.1 Risques liés à l'activité de la Société	9
	4.2 Risques juridiques	10
	4.3 Autres risques	12
	4.4 Autres facteurs de risques	14
	4.5 Faits exceptionnels et litiges	14
5	INFORMATIONS CONCERNANT L'EMETTEUR	15
	5.1 Histoire et évolution de la Société	15
	5.2 Investissements	17
6	APERÇU DES ACTIVITÉS	18
	6.1 Présentation générale de l'activité de la Société	18
	6.2 Le marché du numérique	27
	6.3 Environnement concurrentiel : Positionnement et avantages de M.G.I	33
	6.4 Stratégie de développement	35
	6.5 Organisation opérationnelle du groupe MGI	37

7	ORGANIGRAMME JURIDIQUE	51
8	PROPRIETES IMMOBILIERES, USINES ET EQUIPEMENTS	52
	8.1 Propriétés immobilières louées	52
	8.2 Question environnementale	52
9	EXAMEN DE LA SITUATION FINANCIÈRE ET DU RESULTAT	53
	9.1 Chiffres comparés entre le 31 décembre 2005 et le 31 décembre 2004	53
	9.2 Chiffres comparés entre le 31 décembre 2004 et le 31 décembre 2003	54
10	TRÉSORERIE ET CAPITAUX	55
	10.1 Capitaux de l'émetteur	55
	10.2 Commentaires sur les flux de trésorerie	55
	10.3 Conditions d'emprunt et structure de financement.	56
	10.4 Restrictions éventuelles à l'utilisation des capitaux	56
	10.5 Sources de financements attendues, nécessaires pour honorer les engagements	56
11	RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT, BREVETS ET LICENCES	57
12	INFORMATION SUR LES TENDANCES	58
	12.1 Principales tendances constatées depuis le 1 <sup>er</sup> janvier 2006	58
	12.2 Tendances et perspectives de la Société	58
13	PREVISIONS OU ESTIMATIONS DU BENEFICE	59
14	ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION ET DE SURVEILLANCE ET DIRECTION GÉNÉRALE	60
	14.1 Dirigeants et administrateurs de la Société	60
	14.2 Conflits d'intérêts au niveau des organes d'administration, de direction et de surveillance et de la direction générale	61
15	RÉMUNÉRATION ET AVANTAGES	62
	15.1 Rémunération des administrateurs et dirigeants	62
	15.2 Sommes provisionnées par la Société aux fins de versement de pensions, retraites et	

	autres avantages	62
16	FONCTIONNEMENT DES ORGANES D'ADMINISTRATION ET DE DIRECTION	63
16.1	Composition du conseil d'administration	63
16.2	Contrats entre les administrateurs et la Société	63
16.3	Comités d'audit et de rémunération	63
16.4	Gouvernement d'entreprise	63
16.5	Rapport sur les procédures et le contrôle interne	64
17	SALARIÉS	70
17.1	Organisation des effectifs de la Société	70
17.2	Participations et stock options des administrateurs et dirigeants	70
17.3	Participation des salariés dans le capital de la Société	70
18	PRINCIPAUX ACTIONNAIRES	71
18.1	Actionnaires significatifs non représentés au conseil d'administration	71
18.2	Droits de vote des principaux actionnaires.	71
18.3	Contrôle de la Société	71
18.4	Accords pouvant entraîner un changement de contrôle	71
19	OPÉRATIONS AVEC DES APPARENTÉS	72
20	INFORMATIONS FINANCIÈRES CONCERNANT LE PATRIMOINE, LA SITUATION FINANCIÈRE ET LES RÉSULTATS DE L'ÉMETTEUR	73
20.1	Informations financières historiques	73
20.2	Informations financières pro forma	112
20.3	États financiers	112
20.4	Vérification des informations financiers annuelles historiques	113
20.5	Date des dernières informations financières	121
20.6	Informations financières intermédiaires et autres	121
20.7	Politique de distribution des dividendes	121

20.8	Procédures judiciaires et d'arbitrage	121
20.9	Changement significatif de la situation financière ou commerciale.	122
20.10	Honoraires du commissaire aux comptes et des membres du réseau	122
21	INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES	123
21.1	Capital social	123
21.2	Acte constitutif et statuts	126
22	CONTRATS IMPORTANTS	135
23	INFORMATIONS PROVENANT DE TIERS, DÉCLARATIONS D'EXPERTS ET DÉCLARATIONS D'intérêts	136
24	DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC	136
25	INFORMATIONS SUR LES PARTICIPATIONS	136

## **1 PERSONNES RESPONSABLES**

### **1.1 Responsable du document de base**

Monsieur Edmond ABERGEL, Président Directeur Général de MGI Digital Graphic Technology (ci-après « MGI » ou « la Société »).

### **1.2 Attestation du responsable du document de base**

A ma connaissance, et après avoir pris toute mesure raisonnable à cet effet, les informations contenues dans le présent document de base 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 la Société ; elles ne comportent pas d'omissions de nature à en altérer la portée.

La Société a obtenu de son contrôleur légal des comptes une lettre de fin de travaux, dans laquelle il indique avoir procédé, conformément à la doctrine et aux normes professionnelles applicables en France, à la vérification des informations portant sur la situation financière et les comptes donnés dans le présent document de base ainsi qu'à la lecture d'ensemble du document de base.

Enfin,

- les comptes consolidés de MGI au titre des exercices clos les 31 décembre 2005, 2004 et 2003 ont fait l'objet de la part du commissaire aux comptes d'un audit ayant conduit à une certification sans réserve, ni observation.

Edmond ABERGEL  
Président Directeur Général

## **2 Contrôleurs légaux des comptes**

### **2.1 Commissaire aux comptes titulaire**

Thierry YOUNES  
11 rue Tronchet  
75008 Paris

Date de nomination : nommé par l'assemblée générale du 1<sup>er</sup> septembre 1999 et mandat renouvelé par l'assemblée générale du 27 mai 2005 pour une durée de 6 exercices sociaux.

Fin de mandat : le mandat prendra fin à l'issue de l'assemblée générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2010.

### **2.2 Commissaire aux comptes suppléant**

Monsieur Claude ESPERON-DESSAUX  
89 Boulevard Malesherbes  
75008 Paris

Date de nomination : nommé par l'assemblée générale du 1<sup>er</sup> septembre 1999 et mandat renouvelé par l'assemblée générale du 27 mai 2005 pour une durée de 6 exercices sociaux.

Fin de mandat : le mandat prendra fin à l'issue de l'assemblée générale appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2010.

### **2.3 Commissaire aux comptes ayant démissionné ou non renouvelé**

Néant.

### 3 INFORMATIONS FINANCIÈRES SÉLECTIONNÉES

#### Comptes consolidés

En K€	2005	2004	2003
Chiffre d'affaires	8 172	6 498	4 282
Total produits exploitation	8 851	6 858	5 357
Résultat d'exploitation	501	-387	-875
Résultat courant	542	-427	-1 318
Résultat avant amo écart acq	746	-384	-1 026
Dotation amo écart acqui	0	179	301
Résultat net (groupe)	746	-563	-1 327
Actif immobilisé net	1 413	1 025	1 053
Capitaux propres	3 669	2 867	3 390
Dettes financières LT	820	946	1 153
Total bilan	6741	6130	6343

L'évolution constatée ci-dessus traduit les évolutions contrastées de deux structures composant le groupe : à savoir MGI France et MGI USA.

#### Comptes sociaux MGI France

En K€	2005	2004	2003
Chiffre d'affaires	8 029	6 206	3 929
Total produits exploitation	8 736	7 084	5 084
Résultat d'exploitation	723	312	-329
Résultat courant	659	272	-339
Résultat net	798	96	-199

#### MGI USA

(Par simplification, les chiffres ci-dessous sont extraits des comptes de la filiale établis en USD convertis au taux de clôture \$/€ au 31 décembre 2005).

	2005	2004	2003
Chiffre d'affaires	1 850	499	893
Résultat d'exploitation	115	(388)	(464)
Résultat net	10	(388)	(863)

## **4 FACTEURS DE RISQUE**

*Les investisseurs sont invités à prendre en considération l'ensemble des informations figurant dans le présent document de base, y compris les risques décrits dans le présent paragraphe, avant de se décider à acquérir des actions de la Société. Les risques présentés dans le présent paragraphe sont ceux que la Société considère, à la date du présent document de base, comme étant susceptibles d'avoir un effet défavorable significatif sur la Société, son activité, sa situation financière, ses résultats ou son développement. La Société ne peut exclure, toutefois, que d'autres risques puissent se matérialiser à l'avenir et avoir un effet défavorable significatif sur la Société, son activité, sa situation financière, ses résultats ou son développement.*

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

#### **4.1.1 Risques technologiques**

De 2001 à 2003, MGI a subi à l'instar des autres intervenants de l'impression numérique, la crise des nouvelles technologies ayant induit une phase de récession et d'hésitation de la part des clients quant au choix des meilleures technologies d'impression, à l'effet de préserver leur propre profitabilité.

Dans cette période, plusieurs acteurs ont disparu alors que la société MGI a pu résister à cette phase de consolidation du marché grâce à ses choix technologiques pertinents, et rebondir pour se situer à la pointe de l'innovation et profiter d'un marché désormais en pleine croissance.

La Société estime aujourd'hui, qu'une nouvelle rupture technologique de cette ampleur est peu vraisemblable en raison de la durée des cycles d'innovation industrielle constatée sur des marchés arrivant à maturité (similaire à celui de la xérophotographie qui existe depuis 1960), d'autant plus que le coût d'élaboration et de stabilisation d'une nouvelle technologie nécessite des investissements considérables qui doivent être rentabilisés.

Toutefois, assurer une veille technologique et engager des efforts de R&D significatifs constituent les meilleurs moyens de se prémunir contre de tels cas de figure.

#### **4.1.2 Risques liés à la concurrence**

Depuis 1990, MGI développe ses activités dans un secteur concurrentiel où évoluent plusieurs concurrents. On ne peut pas exclure une intensification de la concurrence.

En complément des innovations technologiques qui font le succès des solutions d'impression de la société MGI, sa connaissance du marché, son rôle de dynamisation de ce marché (présence aux salons, conférences thématiques, tables rondes, interviews par la presse spécialisée, etc.) et sa capacité de réactivité en matière de R&D en font autant de barrières de protection.

Dans ces conditions, MGI est d'autant plus attentive aux évolutions du marché et aux nouveaux acteurs potentiels et conduit en permanence une activité de veille concurrentielle.

#### **4.1.3 Risques clients**

Le portefeuille clients de MGI compte plus de 1.000 références actives. Au 31 décembre 2005, la contribution respective au chiffre d'affaires du premier des cinq et dix premiers clients a été de 2,56%, 11,42% et 18,32% (contre respectivement 5,84%, 18,79% et 31,1% au titre de 2004).

MGI n'est pas non plus confrontée à des problèmes de solvabilité clients compte tenu du cycle de paiement mis en place. La vente d'équipement fait l'objet d'un versement à la commande de 30% du prix de vente, le solde étant réglé à l'expédition, quel que soit le canal de distribution (direct ou via un distributeur).

Les contrats de maintenance sont pour leur part réglés d'avance par prélèvements mensuels alors que le règlement des ventes de consommables bénéficie d'un délai client de 30 jours en date de facture.

Cependant afin de couvrir les risques d'impayés sur ces derniers risques, MGI a souscrit un contrat d'assurance-crédit.

Depuis la clôture des comptes au 31 décembre 2005, aucune provision pour créance douteuse n'a été constituée et enregistrée par le Groupe M.G.I.

Les contrats de ventes ne comprennent pas de clause de reprise de matériel.

#### **4.1.4 Risques fournisseurs**

MGI n'est pas exposée à une quelconque dépendance vis-à-vis de fournisseurs, qui peuvent être soit des fournisseurs de matières premières (résistances ...) ou sous-ensembles (moteurs, etc...), des tôliers ou encore, des assembleurs.

Pour chaque composant entrant dans la fabrication des équipements et consommables, MGI a toujours veillé à disposer d'au moins une source d'approvisionnement alternative. Dans la mesure du possible, la société inscrit la relation avec ses fournisseurs dans la durée dès lors que ceux-ci disposent de l'offre à la pointe de la nouveauté.

Concernant les assembleurs, ils sont tous basés en France, le nombre d'unités produites en moyenne par an ne justifie en rien une éventuelle délocalisation.

Au 31 décembre 2005, les 1er, cinq et dix plus importants fournisseurs ont représenté respectivement 22,19%, 39,63% et 46,64% des achats de la période contre 22,32%, 50,78% et 62,95% en 2004.

En termes de risque, MGI veille également à ne pas représenter une part trop significative du chiffre d'affaires de ses fournisseurs.

#### **4.1.5 Risque lié à la production / garantie.**

Néant. A l'exception de quelques opérations clés du processus dont elle a choisi de conserver la réalisation, MGI sous-traite l'ensemble de sa production auprès d'assembleurs, à qui elle remet des « paniers garnis » de pièces et sous-ensembles ainsi qu'un cahier de charges précis quant au montage, évitant ainsi tout risque lié à un éventuel transfert de technologie.

Chaque équipement bénéficie d'une garantie contractuelle de 1 an. Compte tenu de l'historique extrêmement faible des défaillances des machines, aucune provision pour garantie n'a jamais été comptabilisée.

Ainsi, dans son mode de fonctionnement actuel, MGI détient l'ensemble des actifs nécessaires à son exploitation.

#### **4.1.6 Risques liés aux stocks**

Les stocks sont essentiellement constitués :

- des matières premières (résistances, ...) ou sous-ensembles. La société produisant en flux quasi tendus, le risque d'obsolescence est quasiment nul.
- Des consommables : là encore, compte tenu de la vitesse de rotation des stocks, il n'existe pas de risque d'obsolescence.

MGI a fait de le choix d'assurer l'approvisionnement en matières première afin de s'assurer de la qualité des composants, de la qualification des fournisseurs et surtout, de veiller à une gestion de stock rigoureuse afin d'éviter notamment toute rupture de stocks susceptibles de bloquer la production.

Il n'y a pas à proprement parler de stocks de produits finis car les équipements une fois assemblés, sont expédiés au siège de MGI où un contrôle qualité individuel est réalisé juste avant l'expédition au client final.

La société s'est prémunie de tout risque de vol de ses stocks grâce à la mise en place d'une protection par télésurveillance doublée d'un gardiennage de l'immeuble permanent (7 jours sur 7, 24 heures sur 24).

Depuis son origine, la société n'a subi aucun vol.

## **4.2 Risques juridiques**

### **4.2.1 Propriété intellectuelle**

La Société peut être amenée, en tant que de besoin, à insérer dans ses contrats, tant vis-à-vis de ses distributeurs que de ses collaborateurs, des clauses de confidentialité et de propriété dans le but de

limiter le risque de révélation d'informations relatives aux savoir-faire développés par la Société. Il ne peut cependant y avoir aucune garantie que ces accords contractuels ou que les autres précautions prises par la Société pour protéger ses droits de propriété intellectuelle s'avèrent suffisants pour prévenir les détournements de technologies ou des créations intellectuelles utilisées ou pour dissuader une tierce partie de mettre en place des infrastructures similaires.

De plus, dans la mesure du possible le groupe protège ses éléments de propriété intellectuelle. Selon l'opportunité, ces protections sont étendues aux zones géographiques représentatives des principaux débouchés commerciaux du groupe (France, Europe, et Amérique du Nord).

Ainsi la société a déposé au cours de ces 10 dernières années 5 brevets dont trois au cours des 3 dernières années. Ces 5 brevets représentent plus d'une cinquantaine de revendications dans différents domaines : électronique, procédés impression et mécanique.

- Dispositif d'alimentation d'un substrat d'impression en bande continue enroulée à une imprimante de type Laser non prévue à cet effet,
- Unité de façonnage et de massicotage à couteaux circulaires et guillotine,
- Procédé et presse de lamination de substrats obtenus par impression numérique avec encre en poudre,
- Imprimante Laser numérique et procédé d'impression de documents sur supports plastiques
- Machine numérique à jet pour dépose d'un revêtement sur un substrat

Malgré ces dépôts, MGI estime toutefois que seul le maintien d'une politique de recherche & développement active viendra conforter et sécuriser son avance technologique.

Le nom « MGI Digital Graphic Technology » et sa déclinaison semi-figurative ont été déposés auprès de l'INPI au nom de la société.

Les marques Meteor DP, PressCard, PunchCard, UFA3, PowerLam, MasterCity sont déposées tant en France qu'aux Etats-Unis.

Les noms de domaines suivants : [www.mgi-fr.com](http://www.mgi-fr.com), [www.mgi-usa.com](http://www.mgi-usa.com) sont enregistrés auprès de l'AFNIC.

#### **4.2.2 Assurances**

MGI a souscrit différentes polices d'assurances synthétisées quant aux risques couverts et niveau de couverture dans le tableau ci-dessous :

Risques couverts	Assureur	Expiration	Franchise	Montants couverts
<b>Responsabilité civile exploitation et avant livraison</b>	<b>GENERALI ASSURANCE</b>	renouvelable annuellement par tacite reconduction		7.622.450 € 1.000.000 € par sinistre et par année
<b>Responsabilité civile après livraison</b> Dommages matériels et immatériels	<b>GENERALI ASSURANCE</b>	renouvelable annuellement par tacite reconduction		1.525.000 € 1.000.000 € par sinistre et par année
<b>Multirisques</b> Incendie —catastrophes naturelles- attentat- vandalisme dégâts des eaux appareils électriques vol perte d'exploitation	<b>SWISS LIFE</b>	renouvelable annuellement par tacite reconduction	3.353 €    3 jours ouvrés	2.614.825 € 453.440 € 34.245 € 171.881 € 3.964.000 €
<b>Marchandises transportées</b> garantie en France métropolitaine avec extension sur demande Expositions	<b>HELVETIA ASSURANCES</b>	renouvelable annuellement par tacite reconduction		Valeur déclarée Valeur déclarée
<b>Tous risques informatiques</b> Dommages matériels Reconstitution des informations & Frais supplémentaires d'exploitation Transport des matériels	<b>A.G.F.</b>	renouvelable annuellement par tacite reconduction		137.000 € 74.000 € 26.000 €
<b>Multirisque automobile</b> Responsabilité civile  Vol- Incendie- catastrophes naturelles Dommages tous accidents Protection du conducteur	<b>NATIONALE SUISSE ASSURANCES</b>	renouvelable annuellement par tacite reconduction		Illimitée (sauf si conducteur non autorisé : couverture réduite à 500.000 pour les dommages matériels)  Valeur à dire d'expert Valeur à dire d'expert 305.000 €

La Société estime avoir mis en œuvre une politique de couverture des principaux risques liés à son activité et susceptibles d'être assurés, et continuera à appliquer la même politique dans le cadre du développement futur de son activité.

Le montant total des primes payées au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2005 s'élève à 45 k€ pour la France.

### 4.3 Autres risques

#### 4.3.1 Risque de change

En matière de risque de change, le groupe MGI est confronté à deux types de risques :

- le premier résultant de la conversion dans ses états financiers des comptes de sa filiale américaine tenus en US\$,
- le second provenant de l'activité opérationnelle de la société.

Comme indiqué dans l'annexe aux comptes, la sensibilité du chiffre d'affaires et du résultat d'exploitation consolidé 2005 de M.G.I. Inc. par rapport à une hypothèse de hausse de 10% du dollar US s'analyse en pourcentage comme suit :

Chiffre d'affaires ..... + 2,15%  
 Résultat d'exploitation ..... +2,2%

Le tableau suivant doit permettre de calculer le risque de perte en devises sur les actifs, passifs et engagements hors bilan du fait d'une hypothèse d'évolution défavorable et uniforme de un centime d'euros par rapport à la devise concerné.

En K€	USD
Actifs	251
Passifs	-
<b>Position nette avant gestion</b>	<b>251</b>
Position hors bilan	
<b>Position nette après gestion</b>	<b>251</b>
<i>Evolution de 1 centime d'€ / US\$</i>	2

Ainsi, la Société estime ne pas être confrontée à un risque de change significatif. Afin de couvrir néanmoins ce risque, MGI a recours à des opérations de type ventes à terme de dollars. Aucune n'existait au 31 décembre 2005.

#### 4.3.2 Risque de taux

Au 31 décembre 2005, l'essentiel de la dette financière est relative à un emprunt convertible de 800 K€ de nominal souscrit au taux fixe annuel de 3% ainsi qu'au solde de deux emprunts moyen terme souscrits en 2003 à taux fixe qui seront soldés courant 2006 (reliquat fin 2005 : 146 K€).

L'emprunt obligataire devant être converti sous condition suspensive de l'admission aux négociations des titres MGI et à compter du jour de début des négociations. Ainsi, une fois la société cotée, MGI ne disposera plus d'une dette financière très réduite. Cette conversion sera effective même si l'augmentation de capital venait à être réduite à 75% du montant initialement prévu.

La Société considère donc ne pas être exposée à un risque de taux significatif.

#### 4.3.3 Risque de liquidité

La Société dispose d'une trésorerie de 493 K€ au 31 décembre 2005 ainsi que des lignes de financement court terme suivantes :

- découvert bancaire : 200.000 €
- escompte de papier commercial ou LCR télétransmises : 50.000 €
- change à terme de devises professionnelles : 100.000 €

Le capital social de MGI au 31 décembre 2005 s'élève à 2.578.197 € et les capitaux propres consolidés à 3.669 K€.

Compte tenu des flux nets de trésorerie dégagés par l'activité et des disponibilités et autorisations de financement court terme existantes, la Société estime ne pas être confrontée à un risque de liquidité.

#### 4.3.4 Risque actions

Néant, la Société n'est pas confrontée à un risque actions.

#### **4.3.5 Risque environnemental**

Néant.

La Société ne produit aucun déchet toxique ou dangereux. Toutefois, MGI a spontanément mis en place une politique de récupération de consommables utilisés auprès de ses clients directs. Les éléments récupérés sont ensuite confiés à une entreprise de recyclage.

#### **4.4 Autres facteurs de risques**

##### **4.4.1 Dépendance vis-à-vis d'hommes clés**

L'atout majeur de MGI est d'avoir su réunir un ensemble de collaborateurs-clés aux postes stratégiques du groupe. Le capital humain de la Société est un des facteurs clés de la pérennité et du développement du groupe.

La société profitera de la liquidité créée par l'introduction en bourse, pour mettre en œuvre des plans de fidélisation de collaborateurs au capital par le biais d'outil du type plan de souscription d'actions et/ou d'attribution gratuite d'actions.

La croissance de la Société pourrait nécessiter d'intégrer, en France et à l'étranger, de nouveaux collaborateurs qualifiés notamment pour accompagner le développement de nouveaux marchés comme celui du tirage photo.

Malgré sa détermination à fidéliser ses collaborateurs, la Société ne peut garantir qu'elle ne se trouvera pas confrontée à un horizon plus ou moins proche au départ d'un collaborateur-clé.

##### **4.4.2 Risques liés à d'éventuelles opérations de croissance externe**

Le développement du groupe sera principalement fondé sur de la croissance organique mais en fonction des opportunités, des opérations de croissance externe pourraient intervenir en vue notamment d'élargir l'offre produits ou d'acquérir des technologies complémentaires.

La Société ne peut garantir que de telles opportunités d'acquisition se présenteront, ni que les acquisitions auxquelles elle procédera se révéleront rentables. Cette stratégie d'acquisition pourrait exiger une attention importante de la part de l'équipe dirigeante ainsi que de l'infrastructure opérationnelle et financière de la Société et requérir des capitaux importants de celle-ci.

L'acquisition d'autres sociétés pourrait le cas échéant être rémunérée en titres et/ou titres donnant accès au capital de la Société, ce qui pourrait entraîner une dilution immédiate ou différée de la participation des actionnaires existants. Ces acquisitions pourraient également avoir pour effet d'affecter défavorablement le résultat net de la Société et en conséquence le bénéfice par action, d'accroître le niveau d'endettement et la charge d'intérêts de la Société ou de l'exposer à des risques comptables et fiscaux.

#### **4.5 Faits exceptionnels et litiges**

Se reporter au 20.8.

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

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

#### **5.1.1 Raison sociale et nom commercial de la Société**

MGI France

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

Registre du Commerce et des Sociétés de Créteil sous le numéro 324 357 151.

#### **5.1.3 Date de constitution et durée**

La Société a été constituée le 2 décembre 1982.

La Société a été constituée pour une durée de 99 ans, soit jusqu'au 1er décembre 2081, sauf prorogation ou dissolution anticipée.

#### **5.1.4 Siège social de la Société, forme juridique, législation régissant ses activités**

Créée sous forme de société anonyme à responsabilité limitée, la Société a été transformée en société anonyme à conseil d'administration par décision de l'assemblée générale extraordinaire du 1<sup>er</sup> septembre 1999. La Société, régie par le droit français, est soumise pour son fonctionnement aux articles L. 225-1 et suivants du Code de Commerce.

Le siège social de la Société est sis au 161 Avenue de Verdun, 94200 Ivry-sur-Seine. Son numéro de téléphone est le 01 45 21 06 60.

#### **5.1.5 Événements importants dans le développement des activités de la Société**

**1982** : Création par Edmond Abergel, de MGI SSII développant des solutions progiciels destinées notamment aux domaines financier (intégration fiscale) et du paramédical.

**1990** : A l'issue du développement d'un logiciel spécifique aux industries graphiques, les dirigeants ont identifié le segment de marché professionnel ne disposant pas de solutions dédiées : l'impression à la demande (Print on Demand, Données variables, Court et Moyen Tirages).

La société, a travers son centre de R&D conçue et développé la première Presse Numérique, solution d'impression répondant parfaitement aux attentes des professionnels des Industries Graphiques.

La première génération des Presses Numérique Monochrome "Master Carte" rencontre un succès commercial dès 1991 et incite la société MGI à poursuivre ses efforts de R & D afin d'élargir sa gamme.

**1995** : Lancement d'une nouvelle Presse Numérique dont les qualités d'impression, de rapidité et de flexibilité répondent aux principales exigences des professionnels.

MGI conforte ses parts de marché en France et décide de se développer à l'international notamment par la création d'une filiale de distribution MGI USA basée en Floride (Etats-Unis) et chargée de couvrir l'ensemble du continent nord et sud américain.

Fin 1995, le CA atteint 1,9 M€ dont 22 % à l'export.

**1997** : En reconnaissance de son savoir-faire technologique, MGI se voit décerner le "SIPPA d'Or" à l'occasion du Salon International du Papier et Arts graphiques à Paris.

**1998** : Lancement d'une nouvelle Presse Numérique Quadrie (4 couleurs) intégrant de nouvelles performances techniques, ainsi qu'un logiciel de colorimétrie développé par la société. Cette nouvelle génération de solution d'impression commercialisée sous le nom de "Master Carte 2400 Quadri", est récompensée par une "Nef d'Or" décernée par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris.

**1999** : Entrée au capital de deux Fonds de Développement (Finances & Stratégies et SNVB Participations). Ce tour de table de 10 MF (1,52 M€) permet à MGI d'entamer une nouvelle étape de développement et conforter son rythme soutenu de croissance.

**2000** : Poursuite de la stratégie de développement avec l'ouverture d'une filiale de distribution en Allemagne (M.G.I. GmbH).

Une nouvelle distinction couronne le succès technologique et commercial rencontré par la Société. qui reçoit la médaille d'Or du salon Poligrafia tenu à Poznan (Pologne).

L'exercice 2000 est caractérisé par le développement de la cinquième génération de Presse Numérique sous la marque « Evolutiv ».

Fin 2000, le Groupe M.G.I. enregistre un chiffre d'affaires consolidé de 61,8 MF (soit 9,3 M€) et dégagé un résultat net consolidé de 8,51 MF (soit 1,3 M€).

**2001** : Dans la tourmente boursière du printemps 2001, le projet d'introduction en bourse de MGI sur le Nouveau Marché est reporté. Toutefois la société opte en juillet pour un placement privé auprès de CLAM Private Equity pour un montant de 3,5 M€. Après le 11 septembre 2001, l'éclatement de la bulle technologique affecte également l'ensemble des métiers des industries graphiques qui voit à la fois la disparition de certains fabricants précurseurs ainsi que le début d'opérations de rapprochement et de consolidations entre certains autres.

**2002** : La crise économique touche de plein fouet l'industrie des arts graphiques et l'ensemble des acteurs économique liés à ce marché. Afin de faire face à une période de désinvestissement importante des professionnels du marché qui a pour conséquence une décroissance de son chiffre d'affaire, la société poursuit ses investissements R &D afin de mettre au point une nouvelle technologie d'impression permettant d'imprimer sur support Plastiques (PVC, polycarbonate, vynil, polyester...). Ces solutions d'impression intègrent également le développement d'une presse à lamination pour supports plastiques et un outil de finition (découpe), offrant ainsi une solution complète d'impression et de production de cartes plastiques unique sur le marché.

La société décide de réduire ses coûts de distribution par la fermeture de sa filiale allemande.

**2003** : MGI concentre ses efforts de R&D dans la mise au point d'une nouvelle génération de Presse Numérique capable d'imprimer simultanément sur des supports Papiers & Plastiques, offre qui doit devenir le produit phare du groupe dès 2004. Dans cet optique et afin de mettre en œuvre sa stratégie de retournement commercial, la société réalise avec ses actionnaires fondateurs et investisseurs une augmentation de capital par émission d'un emprunt obligataire de 800 K€.

A cette occasion, elle ouvre son capital à monsieur JP Gérard, précédemment Senior Vice-Président de XEROX Europe et directeur Général du groupe Gilbert (Enseigne du groupe PPR), qui prendra également en charge la direction de la Communication du groupe.

En parallèle, la société réalise le lancement commercial au dernier trimestre de la ligne « Master City » (petite presse numérique dédiée aux imprimeries de labours pour les travaux de ville) qui sera particulièrement bien accueillie par le marché.

La société met en œuvre son plan de retournement commercial afin de renouer avec la croissance.

Le total de produits d'exploitation consolidé atteint est de 5,4 M€ avec une perte de (1,3) M€, provenant pour l'essentiel (85 %) de sa filiale américaine

**2004** : Lancement commercial en début d'année en France, lors du salon Intergraphic 2004 (Paris) de la nouvelle gamme METEOR DP 30, première Presse Numérique capable d'imprimer sur des supports Papiers & Plastiques. Cette nouvelle génération de Presse Numérique reçoit un accueil enthousiaste de la part des professionnels des industries graphiques. Accueil confirmé lors de son lancement international au salon DRUPA 2004 (Düsseldorf, Allemagne), salon réunissant tout les 4 ans l'ensemble des acteurs des industries graphiques au niveau mondial (430.000 visiteurs, 2.000 exposants, 4.100 journalistes pendant 15 jours).

Les ventes en France et en Europe rencontrent le succès programmé dans la stratégie de retournement de la société. MGI affiche un chiffre d'affaires consolidé de 6,9 M€ en croissance de 28 %. Le résultat net s'établit à (0,6) M€, imputable à sa filiale américaine, qui n'a pas bénéficié au titre de cet exercice du lancement de cette nouvelle gamme.

En France, la société devient numéro 2 des fabricants en placement de presse numérique (source constructeurs, Sicogif) avec 28 % de part de marché.

**2005** : Le groupe MGI poursuit son rythme de croissance important et renoue de façon significative avec les profits.

Le chiffre d'affaire consolidé est de 8,8 M€ en croissance de 29% et le résultat affiche un retour au bénéfice du groupe avec un profit consolidé de 0,75 M€, contre une perte nette de (0,6) M€ l'année précédente.

La filiale américaine réalise le lancement commercial sur son marché de la gamme METEOR DP avec succès, son chiffre d'affaire passant de 0,5 M€ à 1,8 M€ aboutissant également à un retour à l'équilibre (résultat de 0,01) M€.

L'exercice a été marqué par la mise place d'un nouveau réseau de distribution à l'international, se traduisant par la signature de 15 contrats de distributions sur des marchés majeurs (Grande-Bretagne, Espagne, Portugal, Grèce, Turquie, Russie, République Tchèque, Maroc, Océan Indien, Japon, Inde, Australie, Brésil, Argentine, Chili).

En France, MGI confirme sa position d'acteur incontournable confirmant son statut de 2ème fabricant de Presses Numériques derrière Xerox et devant HP, Kodak, OCE par le nombre de machines installées (source : constructeurs).

Maintenant ses efforts de R & D, la société présente en fin d'exercice sa nouvelle gamme de Presse Numérique METEOR DP 40. qui répond aux attentes du marché en termes de productivité et de baisse de coûts de production.

## 5.2 Investissements

### 5.2.1 Principaux investissements réalisés

En K€	2005	2004	2003
Incorporels	24	15	114
Corporels	700	548	421
Financiers	32	0	0
<b>Total</b>	<b>756</b>	<b>563</b>	<b>535</b>

Les investissements concernent pour l'essentiel :

- Immobilisations incorporelles : des achats de brevets et licences informatiques,
- Immobilisations corporelles des matériels informatiques dédiés à la R&D et dans une moindre mesure pour les bureaux. En outre, au titre de 2005, l'agrandissement du siège social a généré des frais d'agencements de locaux ;
- Immobilisations financières : il s'agit de dépôts de garantie et pour 2005, du montant de la prise de participation dans la filiale MGS, non consolidée car son 1<sup>er</sup> exercice n'est pas clôturé.

### 5.2.2 Investissements en cours

Les seuls investissements en cours sont des investissements courants concernant des montants similaires à ceux mentionnés au paragraphe précédent.

### 5.2.3 Investissements à venir

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

## **6 APERÇU DES ACTIVITÉS**

### **6.1 Présentation générale de l'activité de la Société**

#### **6.1.1 Le métier**

Acteur sur le marché des Industries Graphiques, M.G.I. conçoit, développe, et commercialise en France et à l'international, une gamme complète et innovante de Solutions d'Impression Numérique et de Finitions Multi-Supports Papiers & Plastiques.

La société concentre ses activités autour de 3 pôles à forte valeur ajoutée :

1 - La Recherche et le Développement de nouvelles solutions comprenant la conception des produits, et l'intégration de technologies,

2 - Le Développement Commercial au niveau National (au travers de sa force de vente dédiée) et International (au travers de sa filiale américaine et de son réseau de distributeurs).

3 - Le développement de consommables propriétaires et de services associés permettant de générer un chiffre d'affaire récurrent pour toutes presses numériques installées pendant 5 ans en moyenne ( soit 23,4 % du CA 2005).

La fabrication des équipements pour partie est réalisée par des sous-traitants qualifiés.

Soucieuse de répondre à l'évolution des besoins de ses clients et du marché, MGI propose des solutions d'impression tant au niveau de sa gamme de Presses Numériques que des équipements de finitions dédiés aux supports Papiers et Plastiques.

Ce savoir à l'écoute des attentes des professionnels et du marché des industries graphiques, à permis à la société de devenir un acteur incontournable dans des segments de marché très différents (Imprimeries traditionnelles et numériques, Sérigraphie, Packaging, Industriels de la carte plastique, agence de communication, Editeurs, Imprimeries Intégrées, Grandes Administrations, Prestataires de Services...).

La diversité de son offre commerciale, permet à la société de répondre aux demandes d'un marché en croissance et évolution (croissance annuelle du marché de l'impression numérique évalué à +15 % de 2003 à 2008 Europe & USA – source Interquest). La convergence du media imprimé et du numérique se traduit par une demande croissante de produits personnalisés, de courts et moyens tirages, mais également de nouveaux médias tels que la Carte Plastique Personnalisées (cartes de fidélité, d'identité, cartes sans contact, cartes cadeaux...), le tirage de Photos Numérique (Borne multimédia, Internet, Albums Personnalisées...), ou encore l'E-printing (commerce électronique, impression délocalisée...).

Les solutions proposées par la société MGI permet ainsi aux professionnels des industries graphiques de répondre aux besoins de leurs clients, de les fidéliser, de se différencier et de produire de la valeur ajoutée.

#### **6.1.2 Des solutions Innovantes destinées aux professionnels**

MGI propose une offre des plus innovante et performante du marché. Sa stratégie de différenciation repose sur 3 points essentiels :

1) L'offre Technologique et Commerciale s'appuie sur le principe de la convergence des médias imprimés et de la complémentarité des Technologies Offset et Numérique.

2) L'innovation porte principalement sur la capacité d'imprimer sur des supports Papiers et Plastiques et de fournir des Solutions d'Impression et de finition complètes, clés en main, et évolutives.

3) Le Positionnement Tarifaire est volontairement agressif avec un différentiel pouvant aller de 1 à 3 par rapport à la concurrence qui n'intègre pas pour autant, les innovations technologiques développées par la société (impression sur supports plastiques, table de marge Offset, chargeur pneumatique, système d'auto calibration colorimétrique, logiciel de gestion de données variables,...).

### 6.1.2.1 Des solutions d'Impression et de Finitions clés en main

Les solutions d'impression et de finition développées par la société MGI sont totalement évolutives. Elles se composent de la gamme de Presses Numériques METEOR DP et des équipements de Finitions pour supports Papiers & Plastiques.

#### Exemple de solution d'impression et de finition pour supports papier



#### Exemple de solution d'impression et de finition pour cartes plastiques



#### **A La Gamme de Presses Numériques METEOR DP :**

MGI décline son offre à travers la marque Meteor incluant différents modèles permettant de s'adapter aux environnements de production et aux contraintes budgétaires.

Il est ainsi possible aux professionnels des industries graphiques d'acquérir un des modèles de la gamme et de le faire évoluer, et d'adjoindre des modules de finitions en fonctions de l'évolution de ses besoins sans pour autant remettre en cause son investissement initial.

# METEOR DP40 PRO® Des Avantages Concurrentiels Déterminants ...

## 1 CHARGEUR PNEUMATIQUE GRANDE CAPACITE 2500 FEUILLES

- Chargeur d'une capacité de 2500 feuilles, 3845 format, 311 x 457 mm, avec système d'entraînement à air permettant l'autoaction par suction des substrats (Papiers épais jusqu'à 300 gr (Bristol, Papier Couché Mat, Brillant, Chromaklar, Verge®, ...) et de substrats Plastiques de 100 à 320 µ (PET, Polycarbonate, Polyester, Telex®, ...).
- Recto/Verso automatique cassettes et chargeur

## 2 VERITABLE TABLE DE MARCE

- Technologie issue de l'offset permettant un collage de grande précision des substrats, éliminant ainsi les problèmes de bords et de repasse à l'impression.
- Système de détection double feuillet permettant une production sans interruption.

## 3 ALIMENTATION PAR TIROIRS MULTI-FORMATS

- Alimentation papier par tiroirs A4, A3, Formats personnalisés de 60 à 140 mm (A6) à 311 x 457 mm (A3+) de 70 à 300 gr.
- Chargeurs d'épaisseur maximum de 850 feuilles.

## 4 RECTO/VERSO AUTOMATIQUE JUSQU'A 260 GR

- La fonction Recto/Verso automatique est disponible quelque soit le mode d'alimentation papier jusqu'à 260 gr.

## 5 SCANNER à TABLE DE CONTRÔLE

- Scanner 2400 DPI avec calibration automatique (étape), permettant la reproduction de documents imprimés jusqu'au format A3+ (en mode copie).
- Chargeur automatique de documents, Recto/Verso de 100 pages.
- Panneau de contrôle et de commande (Scanner, Table de litage etc...)

## La Preuve par 9



## RIP : GESTION COLORIMETRIQUE ET WORKFLOW 6

- RIP Flyer intégré permettant la gestion complète de Workflow et des fonctionnalités Colorimétriques spécifiques :
- Autoalignement des couleurs par densitométrie (étape garantie) et une grande stabilité colorimétrique en cours de production et lors des rétirages.
- Calibration par spectrophotomètre-étalon externe (DTP 41), création de profil à partir de substrats (Papiers & Plastiques).
- Gestion complète des profils CMYK & RGB.
- Fonction "SPOT COLOR" : Gestion des références Pantone® automatique
- Archivage et interprétation des travaux à la demande.

## PILOTE PAPIER & PLASTIQUE 7

- Fonctionnalité unique sur le marché autorisant un réglage automatique des paramètres d'impression selon les types et épaisseurs de substrats papier et plastique à l'impression sans restriction de la vitesse d'impression.

## DOSSIER VARIABLES 8

- Série logiciels : GENEDGE ...
- Logiciels de traitement de données variables.
- Gestion de travail par autoalignement, import de bases de données, données variables textes et images, ramasse-feuillets automatique, gestion des codes barres...
- Fonctionnalités "FREE FORM" permettant la liasse de fichiers.

## TONERS HAUTE DEFINITION 9

- Nouvelle génération de toner polymère noir Italien permettant une grande qualité d'impression qualité et retouchement des aplats et des dégradés.
- Impression couleur certifiée Pantone®.
- Fonction "SURBIL LANCÉ" disponible.

## METEOR DP 40 PRO

Cette version de Presse Numérique haut de gamme, combinant la technologie Offset et la puissance de la puissance du numérique marque une véritable rupture avec les technologies concurrentes actuelles du marché. C'est en effet la seule Presse Numérique permettant l'impression sur supports plastiques non traités (de 100 à 320 µm) avec la même qualité que celle obtenue sur supports papiers 5 de 60 à 300 grammes)

Sachant concilier les attentes de productivité, de qualité, de flexibilité et de fiabilité exigées par le marché des Industries Graphiques, la gamme Meteor répond aux besoins de Personnalisation sur le marché de l'impression à la Demande et Court et Moyen Tirage (mailing personnalisé, plaquettes commerciales, brochures, enveloppes, tête de Lettres, cartes de visite ou commerciale, documents fiduciaires cartes plastiques, PLV, étiquettes adhésives...)

Cette Presse Numérique présente de très nombreux atouts technologiques issus d'un savoir-faire de plus de 15 années de R & D :



**Impression Multi-Supports :** Fonctionnalité unique sur le marché permettant l'impression sur supports Papiers & Plastiques.

**Vitesses d'impression :** les vitesses sont constantes, quels que soient les grammages ou le type de support d'impression maintenant ainsi un niveau de productivité constant :

- Couleur : 2.100 pages A4/heure et 1.050 pages A3+/heure,
- Noir & monochrome : 2.700 pages A4/heure et 1.350 pages A3+/heure,
- Cartes plastiques au format ISO : 20.000 cartes /heure

### Qualité haute définition :

- Qualité d'Impression 1800 Dpi, Trame type offset 200 Lpi
- Technologie Electrophotographie.
- Impression couleur certifiée Pantone®.

Modèle haut de gamme de l'offre MGI, le prix de vente catalogue de la METEOR DP 40 Pro est de 115 K€. Elle s'adresse plus particulièrement aux professionnels des industries graphiques.

### METEOR DP 40 SMART

Ce modèle de presse est uniquement destiné à des impressions sur supports papiers.



Grâce à une solution logicielle intégrée, elle permet des travaux de personnalisation : enveloppes, têtes de lettre, cartes de vœux, carterie événementielle.....

Elle dispose également des fonctionnalités :

- Repiquage, repérage professionnel sur supports papiers jusqu'à 300 grammes
- Margeur pneumatique universel du format A6 au A3 et enveloppes

Son prix catalogue s'établit à 80 K€.

Evolutionnaire, cette station peut migrer vers le modèle DP 40 Pro.

### METEOR DP 40 JUNIOR

Produit d'entrée de gamme, ce modèle de presse est uniquement destiné à des impressions sur supports papiers.

Grâce à une solution logicielle intégrée, elle permet des travaux de personnalisation : enveloppes, têtes de lettre, cartes de vœux, carterie événementielle.....



- L'impression sur supports papiers jusqu'à 300 grammes
- Numérotation automatique, gestion des données variables, codes barres
- Productivité : 2.100 pages A4/heure et 1.050 pages A3 quelque soit le support et le grammage

Evolutionnaire, cette presse peut migrer vers le modèle DP 40 Pro ou Smart. Son prix catalogue s'établit à 50 k€.

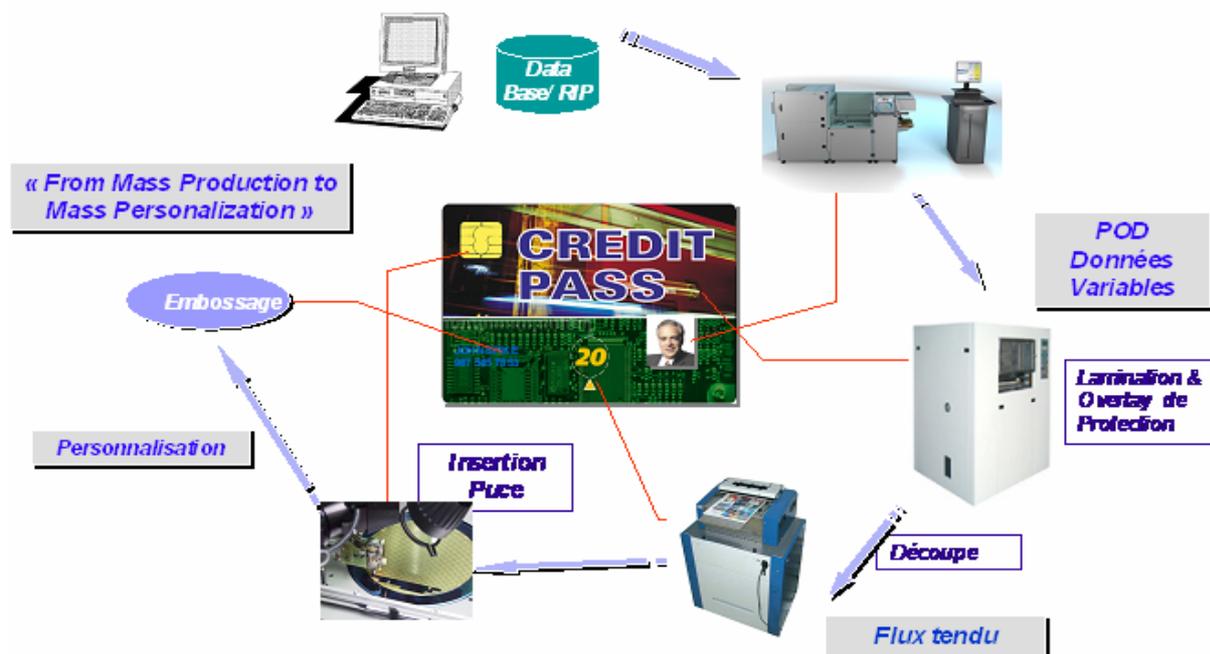
## B Les Solutions de Finitions & Façonnages

L'offre des solutions d'impressions permet aux clients de la société MGI de s'équiper de solutions de Finitions & Façonnages dédiées aux applications papiers ou plastiques.

## **B1 : Solution complète de production de Cartes Plastiques**

MGI est le seul acteur du marché qui propose une solution complète à couvrant l'intégralité de la chaîne de production de Cartes Plastiques à un niveau d'investissement sans concurrence.

### **NOUVEAU CYCLE DE PRODUCTION DANS LE DOMAINE DE LA CARTE PLASTIQUE**



**PressCard** : Unité de Production Industriel dédiée à la lamination de substrats plastiques (PVC, TESLIN, Polycarbonate, Vinyl...), préalablement imprimées à partir d'une Meteor DP 40 PRO ou d'autres presses offset .



La PressCard intègre une technologie unique à base de circuits chauffants et de contrôle de pression individuelle pour la fabrication des cartes plastiques mais aussi PLV, étiquettes, signalétiques...

Entièrement automatisée, elle peut produire de 1.000 à 1.500 cartes /heure au format ISO CR 80, jusqu'à 850 microns.

Son prix catalogue est de 50 k€.

**PunchCard Hydraulic** : La Punch-Card est une station autonome et automatisée de découpe de cartes plastique, polyester, PVC & Papiers.



Unité de façonnage Hydraulique et Automatique pour découpe de carte plastique au format CR 80. Equipée de 3 outils de découpe simultanés . Le PunchCard Hydro ® découpe chaque planche A3 en 21 ou 24 cartes au format ISO CR-80 (86mm X 54mm) avec coins arrondis, jusqu'à une épaisseur de 850 microns– Plastique et Papier, avec une vitesse de production de 10 000 cartes par heure

Ce module permet la réalisation de nombreux documents de type : cartes de fidélité, cartes d'accès, cartes prépayées, cartes d'identité, cartes de séjour, permis de conduire,... Elle s'adresse donc prioritairement aux industriels du monde de la Cartes Plastiques. Son prix catalogue est de 22 k€.

## B2 Solution de Façonnage pour supports Papiers

**UFA3** : Cette unité de façonnage automatique A3 + , très conviviale, permet simultanément la découpe, le rainage longitudinal et transversal ainsi que la perforation.

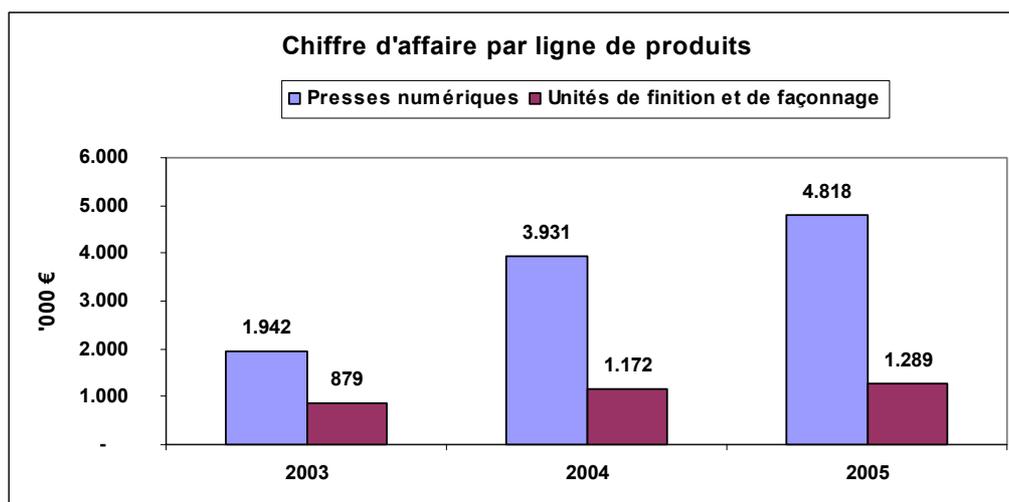


Piloté par un logiciel dédié avec :

- Chargeur automatique de 1 000 feuilles
- Bac automatique de récupération des formats façonnés
- Logiciel de réglage du façonnage
- Coupe longitudinale par pression
- Découpe transversale par cisaillement
- Réglage automatique des hauteurs de coupe après validation du modèle par logiciel

Son prix catalogue s'établit à 17 K€.

## Répartition du C.A Équipements (Presses Numériques, Finitions & façonnages)



Le lancement de la gamme METEOR DP début 2004, a permis d'enregistrer une croissance du chiffre d'affaires Presse Numérique entre 2003 et 2005 de 166 % et de 57 % pour les solutions de Finitions et de Façonnages.

## C Un Business Model Vertueux : Consommables Propriétaires & Services Associés

Complémentaire à l'offre d'équipements, la société fournit à ses clients et distributeurs les consommables (propriétaires) associés aux Presse Numériques ainsi qu'un large éventail de prestations de services (Maintenance sur Site par contrat annuel, Formation des opérateurs, Support Hot Line,...).

Ces consommables et services associés constituent le principe d'un business model vertueux par la récurrence de commandes qu'ils génèrent. Leur quote-part de contribution au CA consolidé 2005 s'est élevé à 23,4 %, soit 1.582 K€ en 2005. La marge brute dégagée sur la vente de consommables (qui correspond au prix de vente minoré du coût d'achat des marchandises vendues) est de l'ordre de 40 %. Ce revenu augmente de façon exponentielle grâce à l'effet de parc qui se cumule régulièrement chaque année.

## **VENTE DE CONSOMMABLES PROPRIETAIRES**

Les équipements développés et commercialisés par M.G.I. nécessitent l'emploi de consommables propriétaires. L'utilisation de consommables non conformes est détecté et rendu impossible par un dispositif de protection électronique (RFID). Les consommables MGI sont un des éléments de garantie de qualité et de rentabilité pour le client.

Le catalogue de consommables compte plus de 50 références : Toners couleurs, Blanchets électroniques, Unités de fixations, pièces détachées,...

L'avantage pour M.G.I. est de développer une récurrence de son chiffre d'affaires sur l'ensemble de son parc client (en France et à l'international). En termes de marge, cette division extériorise des taux compris entre 20 % (Distribution Indirecte) et 40 % (Distribution Directe).

Les commandes sont centralisées et traitées au siège.

## **CONTRATS DE MAINTENANCE ANNUELS**

En France et aux USA (Ventes Directes), les ventes d'équipements sont assorties de contrats de maintenance souscrits par les clients dès l'acquisition pour une durée d'un an renouvelable par tacite reconduction à la date anniversaire.

Ces contrats couvrent :

- La mise à disposition d'une hotline,
- Des interventions sur site (pièces et main d'œuvre) hors consommables
- Des mises à jour de solutions logicielles..

Effectuée sous un délai de 48 heures sur site, les opérations de maintenance sont assurées par le service technique de la société présent dans chaque agence régionale et au siège de la société. Dans la majeure partie des cas, les opérations sont effectuées par télémaintenance.

Le coût annuel de ces contrats est d'environ 4,5 % hors taxes (avec clause de révision) de la valeur de l'équipement payable par mensualités à échoir. La société constate à ce titre dans ses comptes sociaux en permanence des produits d'avance. Le taux de renouvellement constaté sur les deux derniers exercices est de l'ordre de 90 %

A l'étranger, en contrepartie de la remise accordée sur les prix catalogue, chaque distributeur assure lui-même la maintenance de son parc clients. A l'issue de la signature d'un contrat de distribution, la société MGI impose une formation technique aux techniciens dédiés par le distributeur.

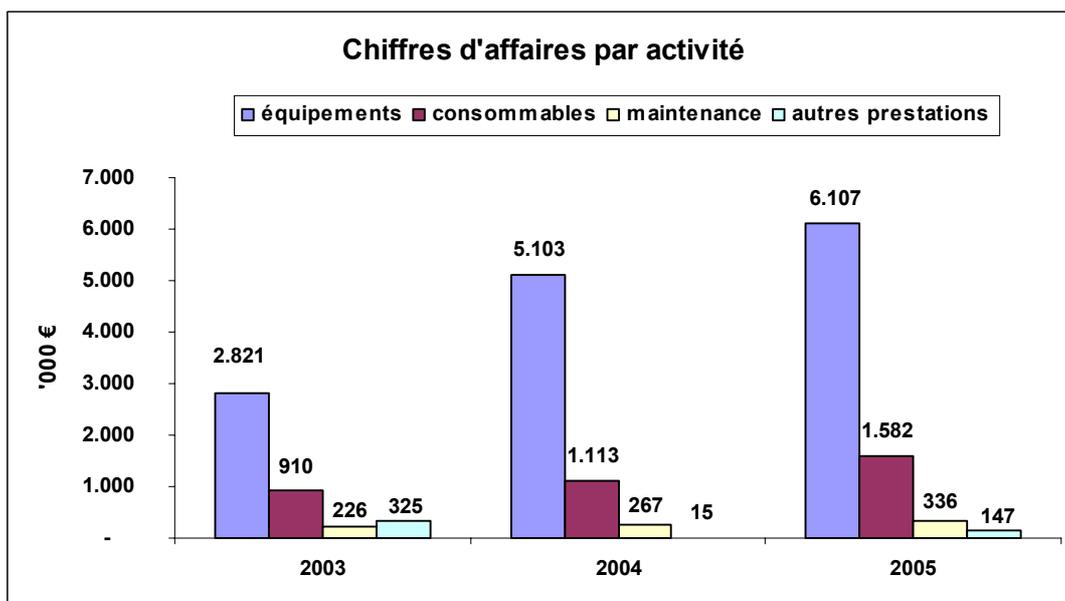
## **PRESTATIONS ASSOCIEES**

MGI assure également un ensemble de prestations de services allant de sessions de formation initiale des opérateurs suite à l'acquisition des équipements, à des sessions de formation complémentaire à la demande, ainsi qu'à de l'accompagnement de production pour des applications complexes.

La société est agréée centre de formation, permettant à ses clients d'utiliser le 1 % formation.

### **6.1.3 Répartition du chiffre d'affaires par nature d'activité**

Le business Model de la société MGI se retrouve dans la répartition et la croissance de ses sources de revenus par type d'activité (équipements, consommables, services).



Ce graphique affiche des taux de croissance plus élevés des ventes de consommables et de la maintenance démontrant par là même, le mécanisme vertueux de leur récurrence.

Ainsi, en 2005, les ventes de consommables progressent de 47 %, le CA maintenance de 26 % alors que le taux de croissance des ventes d'équipements atteint 23 %.

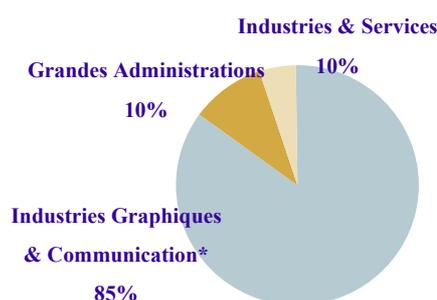
#### 6.1.4 Un portefeuille clients diversifié

Compte tenu de l'étendue de sa gamme de solution d'impression, la société MGI compte fin 2005 plus de 1000 références clients qui peuvent s'analyser en trois principales catégories :

- les Professionnels des Industries Graphiques
- Industries & Services,
- les Administrations & Grands Comptes.

#### \*Industries Graphiques & de la Communication :

- Imprimeurs Traditionnels
- Imprimeurs Numériques
- Sérigraphes
- Sociétés de Packaging
- Fabricants de Cartes Plastiques
- Agences de Communication
- Editeurs,
- etc.



**Répartition du Revenu 2004-2005 par Secteur**

Dans chacune de ces secteurs, MGI compte de nombreuses références parmi lesquelles en France :

- ☞ **Professionnels des Industries Graphiques** : Riccobono, Les Presses Flamandes, Imprimerie Chèques et Valeurs, SIB, Bayard Presses, DupliPrint, Cartonnages GIL, CORLET imprimerie, RM Etiquettes, Facelec...
- ☞ **Industries & Services** : Bourgogne & Grasset, Cogetefit, Edicolor, Colwell, Sepietaire, Imprimalog, Mecapli, Trapinex, PCL, RGI, Station Graphique, CEV...

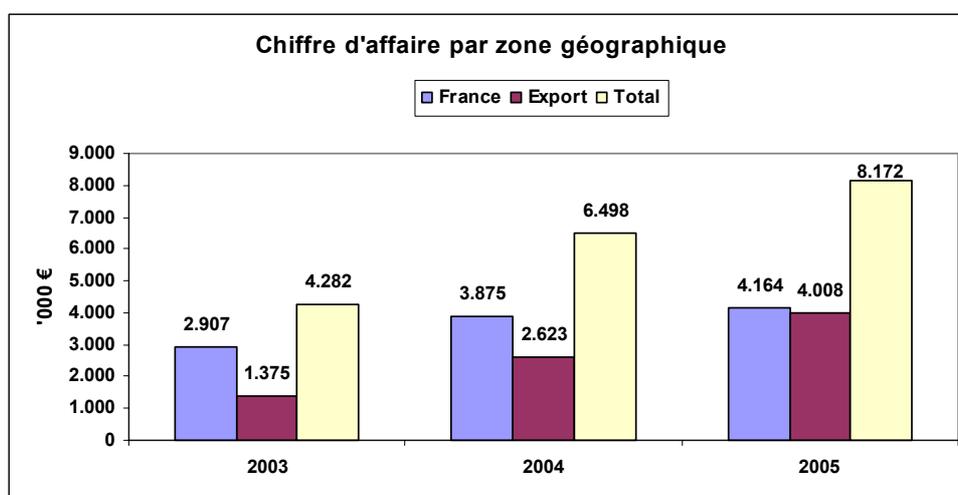
☞ **Administrations & Grands Comptes** : la Poste, Ministères (Finances, Santé, Equipements, Défense, Intérieur), Cadastre, Pompiers de Paris, Préfecture de Police de Paris, CPAM 92, OCDE, Banque de France PSA, Cofilm

Le portefeuille clients du groupe présente trois grandes caractéristiques :

**Une forte atomisation** : Fin 2005, le principal client a généré seulement 2,31% du chiffre d'affaires consolidé (se reporter au paragraphe 4.2.2) et 4,9 % fin 2004.

**Une récurrence croissante** : Le caractère stratégique de la vente de consommables prend toute son importance par la récurrence de CA générée.

**Une internationalisation marquée** : Comme le montrent les schémas ci-dessous, le groupe MGI réalise une part significative de son activité à l'international. Cet état de fait est le fruit d'une politique soutenue de redéploiement commercial entrepris par le management depuis 2003.



Entre 2003 et 2005, le C.A export augmente de 191 % et représente en 2005 49 % du C.A total de la société MGI.

Sur la même période le C.A de la société en France augmente de 43%.

#### 6.1.5 Les atouts concurrentiels de l'offre

La compétitivité de l'offre MGI repose sur un positionnement unique sur son marché. La gamme proposée permet en effet d'allier les avantages de l'impression offset traditionnelle à la puissance de la technologie numérique.

- **Une offre ciblée, innovante et compétitive, soutenue par un effort constant en matière de Recherche & Développement**

Ayant su développer un concept d'imprimerie numérique réunissant l'impression et la finition des documents, et répondre parfaitement aux exigences de qualité et de flexibilité requises, le Groupe M.G.I. occupe, en France une position de leader sur son segment de marché, grâce à une offre globale et innovante.

Une équipe de Recherche & Développement composée de 15 ingénieurs est spécifiquement dédiée à la conception et au développement de nouvelles lignes de produits. Les compétences et le savoir faire ainsi développés permettent à la Société de disposer d'une forte capacité d'innovation.

Le budget Recherche & Développement 2005 s'est élevé à 530 K€.

- **Un savoir-faire historique représenté par de fortes compétences technologiques**

Issu de l'univers de l'informatique et des hautes technologies, le management du Groupe M.G.I a su fédérer de nombreux savoir-faire, bien au-delà de ses compétences historiques. La conception des Presses Numériques professionnelles a nécessité le recrutement de collaborateurs disposant notamment de compétences en matière d'intelligence artificielle, d'informatique, d'électronique, de thermodynamique et de colorimétrie. Ayant accompagné la naissance d'un marché, la Société anticipe parfaitement les attentes de ses clients mais aussi des consommateurs finaux.

De même, le Groupe M.G.I. est le seul acteur à disposer des techniques nécessaires à la réalisation d'une offre globale. L'ensemble de ces atouts constituent de réelles barrières à l'entrée de nouveaux Concurrents.

- **Un acteur international maîtrisant parfaitement son réseau de distribution**

La Société a déjà commercialisé ses solutions dans plus de trente pays sur quatre continents différents. Pour ce faire, elle a su constituer un réseau de distribution direct et indirect lui permettant d'être référencée auprès de nombreux clients à l'étranger. La montée en puissance d'un tel réseau va se poursuivre au cours des trois prochaines années, à l'instar du développement réalisé sur le continent américain.

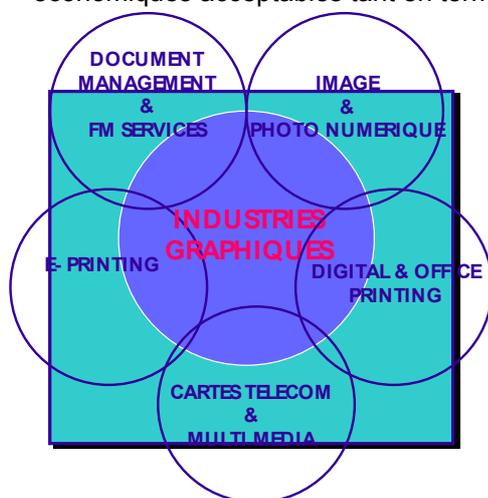
- **Un positionnement autour de deux axes : la conception et la commercialisation de solutions d'impression numériques**

M.G.I. a fait le choix de concentrer ses efforts et son activité spécifiquement sur des fonctions à forte valeur ajoutée : la conception et la commercialisation des produits. La Société ne possède pas d'outil industriel en tant que tel et conserve par conséquent une forte flexibilité par rapport au marché et à ses sous-traitants.

## 6.2 Le marché du numérique

### 6.2.1 Historique

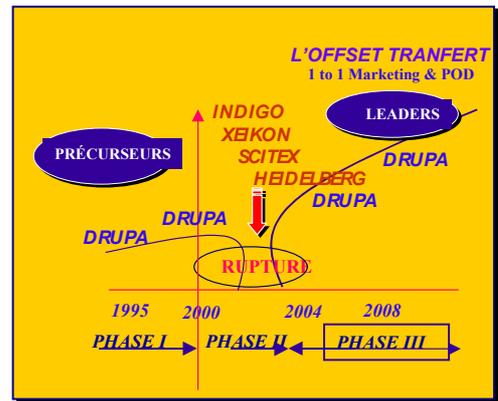
Le marché de l'impression numérique résulte historiquement du rapprochement récent des métiers de l'imprimerie et de l'informatique grâce à l'arrivée des technologies numériques. Ce rapprochement est devenu depuis 1995 une véritable convergence entre le média imprimé et l'ensemble des technologies numériques d'aujourd'hui (Internet, Informatique, Workflow,...). Elle permet de répondre à une demande insatisfaite jusqu'alors par l'industrie graphique : l'impression à la demande, les courts et moyens tirages et la personnalisation pour lesquels l'imprimerie traditionnelle ne peut apporter de réponses économiques acceptables tant en terme de coût que de délai.



On peut remarquer que les grands acteurs internationaux d'aujourd'hui proviennent des secteurs concomitants aux industries graphiques, HP du monde de l'informatique et de l'impression bureautique, Xerox de l'office printing et de la reprographie, Kodak de l'image et de la photographie. Ce changement de paradigme est accentué par l'absence des leaders industriels traditionnels offset (Heidelberg, Man rolland, Komori, Screen, Ryobi) et la convergence croissante de l'internet et de l'impression numérique (E-printing).

La révolution initiale a été l'irruption du monde numérique des documents destinés à être imprimés, au niveau de la gestion avec l'apparition de nouveaux formats (PostScript, PDF...) et de leur transmission via des supports informatiques puis via Internet grâce à l'émergence du haut débit et à sa démocratisation dès la fin des années 90.

Durant cette première période, le marché émergent a été défriché par plusieurs acteurs précurseurs, dont MGI, convaincus des avantages de la technologie d'impression numérique. La plupart d'entre eux ont aujourd'hui disparu, soit par arrêt de l'activité (Heidelberg, Man Rolland), soit par rachat tel Indigo, Scitex repris par HP, Xeikon racheté par PUNCH International, NexPress par Kodak.



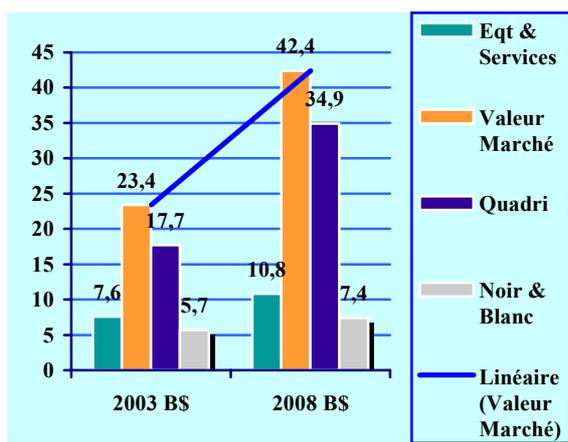
Cette phase de rupture est intervenue entre les éditions 2000 et 2004 du salon mondial de référence pour les industries Graphiques (DRUPA – Düsseldorf - Allemagne).

Concomitamment, les mutations technologiques vers le tout numérique entraînent une convergence croissante des produits de divers secteurs d'activité avec des médias imprimés (par exemple le tirage photo numérique). Le marché de l'impression numérique s'étend progressivement au-delà des industries graphiques à de nouveaux marchés tels que les tirages photographiques, le e-printing, l'impression de cartes plastiques, ...

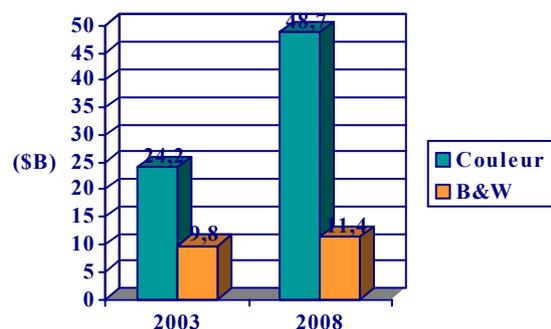
Le marché mondial de l'impression numérique est évalué à 100 milliards d'euros en 2008 (Etats-Unis 31%, Europe 34% et reste du monde 35%) et sa croissance annuelle est estimée à 15% pour la période 2003-2008 (source : Cap Venture, février 2005).

Il devrait ainsi au moins doubler de valeur entre 2003 et 2008 sur les régions Europe de l'Ouest et Etats-Unis en passant de 47 milliards de dollars US à plus de 100 milliards de dollars US à un rythme annuel moyen de 12% grâce principalement à l'essor de l'impression Couleur dont le taux de croissance est évalué à 15% par an .

**Évaluation du Marché Impression Numérique (Impression à la demande) en milliards de USD**



Europe de l'Ouest



Etats-Unis

Cette croissance importante traduit la maturité du marché de l'impression numérique acquise grâce à la fiabilité technologique éprouvée des équipements ces dernières années.

## 6.2.2 Propriétés et Atouts de l'Impression Numérique

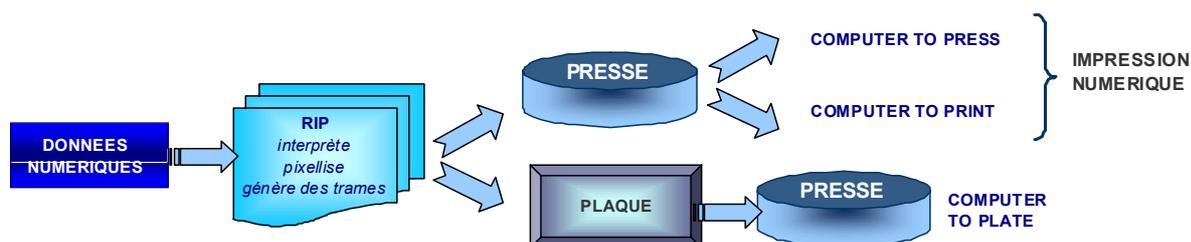
### 6.2.1.1. Propriétés de l'impression Numérique

#### *Définition de l'impression numérique*

Une presse numérique réalise de la production en série de documents imprimés, de quelques dizaines à un millier, voire plus d'exemplaires, avec une qualité proche de l'offset traditionnelle et pouvant inclure des données variables dans les documents, principalement à des fins de personnalisation.

#### *Process de l'impression numérique*

Aujourd'hui, la plupart des informations sont stockées et traitées sous forme de données numériques, au niveau du prépresse, puis envoyées vers le RIP (Raster Image Processor). Le RIP interprète et pixellise les données, puis génère les trames. Les fichiers générés par le RIP peuvent alors être envoyés sur différents types de matériels. Lorsque ces fichiers servent à isoler des plaques hors de la presse, on parle de "Computer To Plate". Par contre, lorsque ces informations arrivent directement sur la presse, on parle alors d'impression numérique.



L'impression numérique comporte deux technologies majeures

- le Computer To Press : la plaque est réalisée alors qu'elle est déjà montée sur la presse offset. Sans développement, elle est ensuite utilisée pour imprimer de 500 à 20 000 exemplaires.
- le Computer To Print : toutes les données à imprimer peuvent être modifiées à chaque tour de cylindre ; ce procédé représente l'ouverture de l'impression à la demande et la personnalisation des documents et n'est réalisable que sur une Presse Numérique.

### 6.2.1.2. Atouts de l'Impression Numérique

#### 6.2.1.2.1 La réduction des délais de production

A la base tout part des fichiers numériques, mais, le recours à l'impression numérique supprime la préparation de forme, c'est-à-dire les opérations liées aux films et plaques offset, à l'inverse du procédé traditionnel. Les presses entièrement numériques ont ainsi, un temps de mise en production largement inférieur, point clé pour répondre aux courts et moyens tirages dans des délais étroits. C'est là que réside le domaine de compétence et la compétitivité de l'impression numérique.

Par ailleurs, l'offset traditionnel oblige l'imprimeur à attendre que plusieurs commandes s'accumulent pour toutes les réunir sur un seul et même tirage pour la bonne maîtrise de ses coûts. Cette contrainte explique les délais parfois importants qu'impose l'imprimeur à ses clients pour lancer la réalisation des travaux. La technologie numérique permet de lancer les tirages dès la prise de commande (impression à la demande).

#### 6.2.1.2.2. Une qualité d'impression proche de l'offset

Traditionnellement en France, l'exigence en matière de qualité d'impression reste un critère fondamental. Sur ce point, la qualité de l'offre est très variable. Pour autant, les progrès réalisés dans le numérique permettent d'obtenir une qualité d'impression quasi similaire à celle de l'offset.

#### 6.2.1.2.3. Une finition intégrée

Les presses numériques permettent également des opérations de façonnage ou de finition, souvent déterminantes pour donner à une production toute sa valeur.

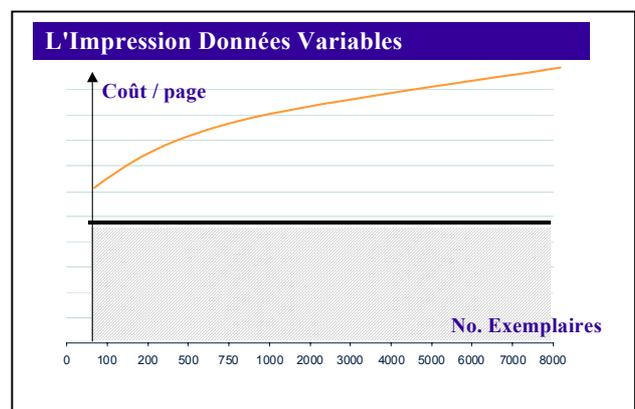
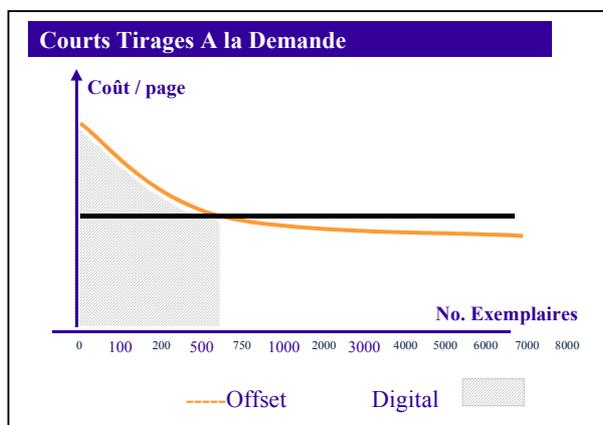
#### 6.2.1.2.4. La personnalisation des documents imprimés

L'impression numérique a autorisé la création d'applications totalement nouvelles dans le monde des industries graphiques. Les presses numériques ont permis de changer la nature et la fonction du document imprimé, transformant son caractère passif en variable active, au moyen de mises à jour, de caractérisation constituant la base de la personnalisation. Elles reposent soit sur une technologie électro-photographique à base de toner, soit sur un procédé appelé Digital Offset Couleur, basé sur des encres liquides. La variabilité est en fait permise par l'absence d'une forme physique à imprimer mais d'une forme virtuelle. En outre, l'avantage technique provient du séchage instantané des tirages, condition pour optimiser les délais.

#### 6.2.1.2.5. La rentabilité : un investissement initial lourd, un mode de facturation avantageux

L'apparition du numérique a ouvert de nouveaux horizons, mais les professionnels des industries graphiques, déjà gêné par le poids de l'investissement en presse offset, sont souvent dans l'incapacité d'équiper son parc en Presses Numériques. Si l'investissement initial reste élevé, la production des imprimés est chiffrée dans le numérique en coût par page, ce qui améliore les gains de rentabilité comparés à l'imprimerie traditionnelle.

L'explication de la mise en opposition ou de la complémentarité entre les technologies traditionnelles et numériques est à rechercher dans la structure des coûts. En type traditionnel, il y a une large part de frais fixes à travers, le flashage, la réalisation de plaques Offset, le montage et l'imposition. C'est pourquoi, les longs tirages sont nécessaires pour rentabiliser la mise en route de l'outil de production. Inversement, pour l'impression numérique, la part des coûts fixes, contenue dans le travail indispensable sur les fichiers informatiques, est marginale comparée à celle des coûts variables.



Dès lors, les courts ou moyens tirages deviennent incontestablement le domaine de prédilection de l'imprimerie numérique. Sur une presse digitale pure, les coûts unitaires sont en fait constants, ce qui rend les longs tirages non concurrentiels. Au final, l'offset reste évidemment le procédé le plus rentable pour imprimer de quelques milliers à plusieurs millions d'exemplaires. En revanche, en dessous de ce seuil, la presse numérique prend toute sa dimension.

Dès lors, les courts ou moyens tirages deviennent incontestablement le domaine de prédilection de l'imprimerie numérique. Sur une presse digitale pure, les coûts unitaires sont en fait constants, ce qui rend les longs tirages non concurrentiels. Au final, l'offset reste évidemment le procédé le plus rentable pour imprimer de quelques milliers à plusieurs millions d'exemplaires. En revanche, en dessous de ce seuil, la presse numérique prend toute sa dimension.

C'est pourquoi le numérique ne se présente pas comme une technologie concurrente à part entière, mais comme un complément aux technologies traditionnelles de l'imprimerie offset et de la reprographie.

### **6.2.3 Les leviers de croissance technologiques**

#### **6.2.2.1. La nécessité d'une communication toujours plus personnalisée**

##### *Le Customer Care, l'impression personnalisée*

La communication de masse via des imprimés évolue au profit d'un marketing individuel, appelé "marketing One to One". La personnalisation du document s'est ainsi imposée comme une nouvelle donne du marché. Cette demande préexistait à travers les cartes commerciales, les faire-part personnalisés, les étiquettes adhésives, le repiquage, le mailing, les supports publicitaires, les factures, les billetteries...

Les marchés dits de "l'impression à la demande" concomitamment à celui du "court et moyen tirage" se sont imposés comme une demande à part entière, représentant un volume significatif pour les imprimeurs ou prestataires. Les presses numériques permettent de satisfaire cette évolution.

Celle-ci se traduit par une décroissance du marché offset de - 6% en moyenne annuelle depuis 2000 alors que celui de l'impression à la demande croît de 15% l'an. (Source Strategies for Management Inc., USA 2005 : )

#### **6.2.2.2. La nécessité d'une meilleure gestion et d'une plus grande réactivité**

##### *L'éphémère, une opportunité du court tirage*

Les améliorations technologiques ont démultiplié la quantité d'informations communiquées par imprimé, permettant une mise à jour constante des contenus. Le cycle de vie du document s'est ainsi considérablement réduit. Environ 35% des documents produits sont périmés avant même d'être imprimés (Source : France Graphique – avril - 1999 N° 147). Cette contrainte s'est transposée de fait en aval de la chaîne de valeur, à savoir les imprimeurs.

De ce fait, l'impression numérique, par sa capacité à adapter rapidement les documents produits permet de réduire ces risques et les stocks correspondants. En 2005, 40% des travaux d'impression portaient sur des quantités inférieures à 2.000 exemplaires.

En contrepartie, le client final souhaite une plus grande réactivité et des délais plus courts. Selon le Rochester Institute of Technology (Printing Industry of America Study, 2005) la demande de réactivité aux USA va s'accroître de sorte qu'en 2010 la moitié des travaux devront être mis en œuvre en moins de 24 heures et 30% en moins de 8 heures.

#### **6.2.2.3. La nécessité d'un marketing innovant et vertueux**

Le développement de l'impression numérique se fait au dépend de l'offset, du copieur et de l'imprimante et s'intègre de plus en plus à Internet (Source : PIA and PrintCom). Cette convergence des technologies et de marchés auparavant distincts (informatique/ Impression Numérique/ Internet/ Cartes Plastiques/ Photo Numérique/ ...) conduit à l'émergence de nouveaux segments de marchés :

- E Printing et E commerce,
- Tirage photographique et applications dérivées (albums personnalisés, posters, ...),

- Cartes plastiques, cartes de fidélité, cartes à puces personnalisées, biométrie, RFID (technologie sans contact à transmission radio hautes fréquences),
- Marketing direct (One to One Marketing).

L'impression numérique est au cœur de cette évolution et de ces nouveaux segments.

#### 6.2.4 Les 3 principes fondamentaux du marché de l'impression numérique

Les Presses Numériques répondent principalement à trois grandes applications : l'impression à la demande, les courts et moyens tirages, l'impression personnalisée (données variables)

##### *Technologie et segments de marché*

Bien que concurrentielles, deux catégories de presses numériques s'adressent à des segments de marché bien particuliers :

Les systèmes électro-photographiques (Computer to Print), dont le temps de préparation est limité à quelques secondes (hors ripping) avec une impression qui peut être totalement différente à chaque feuille (contenu et format) s'adressent prioritairement aux marchés "à la demande" et "personnalisés" avec plusieurs dizaines de calage par jour.

Les presses offset numériques qui affichent un temps de préparation d'écriture et de nettoyage entre 12 à 20 minutes (hors ripping), avec une impression strictement identique pour un tirage donné, et des temps de séchage significatifs, sont dédiées aux moyens tirages (environ de 1.000 à 5.000 exemplaires).

##### *Le marché désormais traditionnel du court et moyen tirage*

A l'origine l'impression numérique ne concernait guère que quelques marchés dits "de niche". Aujourd'hui, son champ d'application s'élargit à l'ensemble du marché de l'impression des courts et moyens tirages. En l'espace de dix ans, elle s'est imposée comme une méthode de production sur ce segment au détriment des procédés traditionnels.

##### *Les nouveaux relais de croissances de l'impression numérique :*

En plus des applications traditionnelles papiers prises en charge par l'impression numérique, phénomène appelé par l'industrie « Offset transfert », de nouvelles applications à forte valeur ajoutée sont venues intégrer les champs applicatifs des technologies d'impression numérique.

**A) Les Cartes Plastiques** : A l'origine ce marché a été créé par les applications liées aux secteurs Bancaires et Télécommunications (technologies cartes à puces).

De nouvelles applications dans le monde de la carte plastique ont émergé ces dernières années, à savoir : Carte de Fidélité, Carte de Membre, Carte Cadeaux, Carte Identitaire, Transports, Santé, Biométrie, Pré Payé,....

La demande y est grandissante et caractérisée par des séries de plus en plus courtes, des délais de livraison de plus en plus rapides et un niveau de qualité d'impression, et de personnalisation de plus en plus soutenu.

Sur le seul marché de la carte à puce cela représente un volume de 1,7 milliard de cartes au niveau mondial, en croissance de 18 % entre 2004 et 2005 (source Eurosmart, 2005).

Le marché de la Carte de Fidélité, Santé, biométrie et Identitaire a pour sa part une croissance estimée de plus de 25 % par an. Son volume est estimé de trois à cinq fois celui des cartes à puces (source Cartes & IT 2005).

Une solution d'impression et de finition sur trois commercialisée par la société MGI est dédiée au monde de la carte plastique (source constructeur)

**B) Les tirages photographiques :** La révolution du numérique qui a touché de plein fouet les constructeurs d'appareils photographiques a entraîné une réduction croissante des tirages photographiques argentiques en laboratoire traditionnel, l'utilisateur s'orientant vers l'impression à domicile grâce à des imprimantes jet d'encre personnelles. Cependant, la qualité de ces tirages est modeste et leur coût sur ces imprimantes s'avère très onéreux.

L'impression des photographies sur presse numérique constitue une alternative de qualité qui devrait permettre aux laboratoires photographiques de proximité de reconquérir une clientèle. Grâce à des investissements dans des solutions d'impressions numériques au coût d'acquisition grandement inférieur et à un niveau de productivité nettement supérieur ( une presse Meteor DP 40 imprime 4.200 photographies format 10 x15 ou 11 x 15 à l'heure) à un laboratoire de développement chimique traditionnel, on peut envisager un basculement complet de ce marché vers l'impression numérique. L'arrêt de la production de pellicules photographiques argentiques par les acteurs majeurs de ce marché (Kodak, Konica) confirme cette évolution.

Le mode de transmission par Internet des photos pour tirage professionnel représentait 15% des volumes transmis en 2005. Son développement devrait s'accroître notamment grâce à celui du Haut Débit et constituer une opportunité significative supplémentaire.

Quelques soient les secteurs de l'impression à caractère industriel considérés - étiquettes, produits dits de spécialités, cartes plastiques- le marché est évalué sur le plan mondial à 420 milliards de US\$ et se répartit pratiquement à part égale entre l'Europe, les Etats-Unis et le Reste du Monde.

#### *Les marchés émergents de l'impression numérique*

Parmi les applications nouvelles, on observe le développement des boutiques en ligne qui permettent aux internautes (PME/PMI, professions libérales, commerçants,...) de commander leurs imprimés en ligne. Ce marché du e-printing représentait 400 M\$ aux USA en 2005 tout en ne représentant que 2,3% des ventes de détail mais en croissance annuelle de 35 % (whattheythinks.com). Il paraît donc promis à un bel avenir car il devrait permettre de répondre aux enjeux des professionnels des industries graphiques en permettant :

- une baisse des coûts commerciaux (gestion des commandes /bon à tirer en ligne, boutiques en ligne),
- une baisse des coûts de production (suppression d'étapes manuelles dans l'imprimerie via les flux numériques)
- une fidélisation client (services à valeur ajoutée perçue : e-Procurement, hotline, logistique...)
- de devenir incontournable chez leurs clients (s'interfacer aux systèmes clients pour augmenter le coût de déréférencement)
- de proposer de nouveaux imprimés (offrir une prestation globale e-Printing-impression numérique, développer de nouveaux produits).

### **6.3 Environnement concurrentiel : Positionnement et avantages de M.G.I**

#### **6.3.1 Les principaux acteurs**

La plupart des concurrents du Groupe M.G.I. sont cotés sur des marchés américains ou japonais.

Les trois acteurs majeurs sont de grands groupes dont les comptes regroupent souvent plusieurs domaines d'activité rendant difficile certaines comparaisons chiffrées.

- HP (Hewlett-Packard) , Division HP-Indigo Printing Division
- XEROX, Division Production System Group
- KODAK, Division Graphic Communication group.

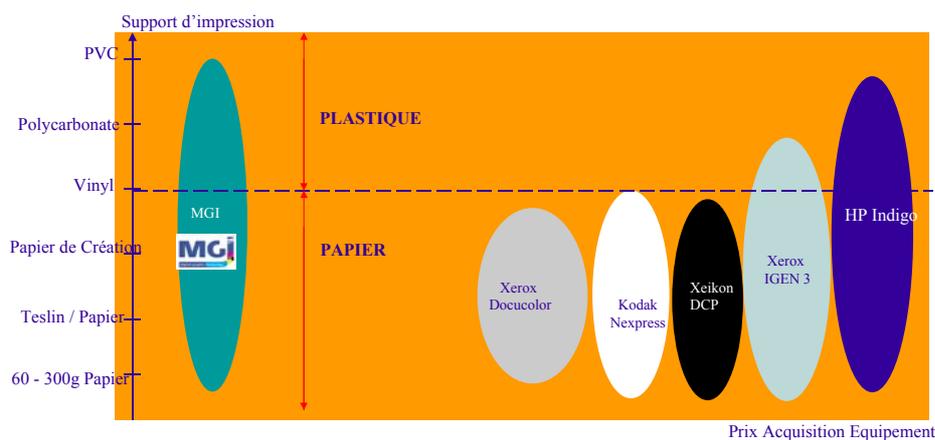
Il existe également d'autres acteurs mais de taille beaucoup réduite tels OCE, XEIKON (repris par PUNCH GRAPHIX)..etc.

Les trois premiers cités sont des acteurs industriels majeurs qui ont fortement focalisés le développement de leurs activités sur les marchés de l'impression numérique et des Industries Graphiques qui constituent

les leviers de rentabilité actuels et de croissance future particulièrement stratégiques.

### 6.3.2 Positionnement concurrentiel de MGI

Le groupe M.G.I. a fait le choix de mettre son savoir faire acquis au cours des 15 dernières années dans le développement et la prise de part de marché de l'impression numérique. Les solutions d'impressions conçues et développées par la société M.G.I. s'appuient sur la convergence des technologies offset et Numériques lui permettent d'être le seul constructeur proposant une gamme de Presses numériques capables d'imprimer sur des supports Papiers & Plastiques standards. Cet avantage concurrentiel lui permet dès 2004, de conquérir la place de numéro 2 sur le marché français des Presses Numériques



### Positionnement & Avantages Concurrentiels

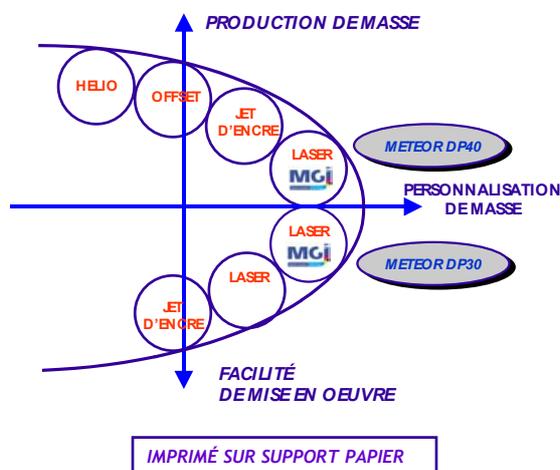
#### Le positionnement concurrentiel de MGI repose sur trois atouts complémentaires :

M.G.I. propose pour chaque type de supports (Papiers & Plastiques) des solutions de finition et de façonnage parfaitement adaptées, permettant ainsi de présenter une solution clés en main répondant aux exigences de chaque client.

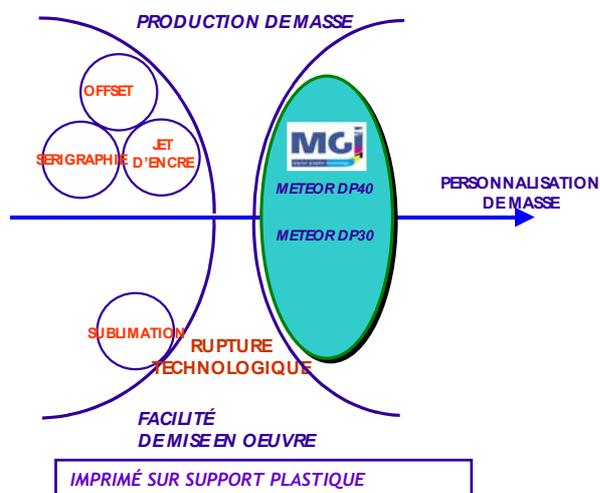
Le positionnement prix de la gamme Meteor DP est le deuxième atout concurrentiel majeur. Le prix des presses d'impression MGI sont 1 à 3 fois inférieurs à ceux des presses numériques concurrentes.

Enfin, le coût de la maintenance du matériel facturé par M.G.I, soit un coût annuel de 4,5% est largement inférieur au niveau estimé de la concurrence, 8 à 12 % sur un prix d'équipement supérieur (Source : Société M.G.I.).

- En conséquence, s'agissant de l'impression sur support Papier, l'offre de la société MGI est aujourd'hui une véritable alternative aux offres concurrentes actuelles que sont les copieurs numériques haut de gammes ou les presses numériques grâce à une politique tarifaire adaptée et agressive.
- De plus tout client METEOR DP PRO est capable d'appréhender les opportunités du marché de l'impression sur supports plastiques.



S'agissant de l'impression sur support plastiques, l'offre de la société MGI est devenu aujourd'hui incontournable pour la production de cartes plastiques, étiquettes, signalétique, publicité sur lieux de vente (PLV), packaging...



Pour les cartes plastiques il n'existe pas réellement de concurrence aux presses numériques MGI à qualité d'impression, de coût et de possibilités de personnalisation égales.

En effet, les technologies de sublimation (transfert thermique) ne permettent d'imprimer que 150 cartes par heure avec une définition de 300 dpi (imprimantes Evolis) contre 20.000 cartes par heure en 1800 dpi pour la technologie laser de MGI. Ces deux technologies ne sont donc pas concurrentes car leur positionnement est nécessairement différent.

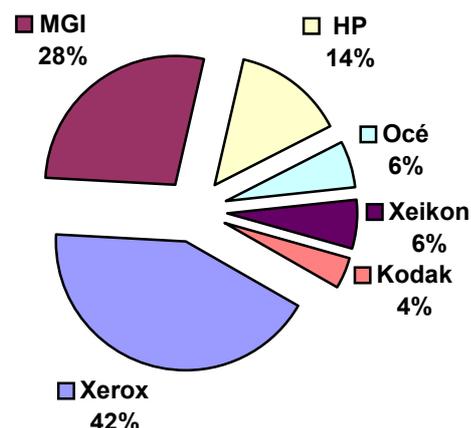
De même, l'impression par procédé offset de cartes plastiques ne permet pas l'intégration de données variables (élément de plus en plus incontournable dans l'industrie de la carte plastique), et constitue une véritable barrière concurrentielle.

Avec le lancement de la gamme Meteor en 2004, MGI est devenu un acteur majeur du marché en France. Avec 28 % de part de marché des presses numériques installées en 2004-2005 en France, il se classe second derrière Xerox.

(Source : Enquête Graphiline réalisée auprès de constructeurs fin 2005).

La société entend consolider cette position à l'avenir et a pour objectif de l'étendre à l'international en doublant chaque année le nombre de presses installées.

A moyen terme, elle vise la place de numéro deux sur certains marchés clés ou des réseaux de distributeurs ont été implantés.



#### 6.4 Stratégie de développement

Grâce à un positionnement concurrentiel fort, le groupe MGI entend mener une stratégie de développement dans la continuité de celle réalisée ces dernières années.. Elle se fonde sur les deux axes prioritaires suivants :

##### 6.4.1 Disposer d'une offre parmi les plus innovantes et performantes du marché

A l'instar de ces dernières années, l'innovation se situera au cœur de la politique produit de MGI pour conforter l'avance technologique du groupe avec pour objectif de maintenir la gamme parmi des plus performante du marché afin d'exploiter au mieux les évolutions attendues du marché de l'impression numérique. Cela se traduira par :

- Le lancement d'un nouveau modèle de la gamme Meteor DP 60 Pro présentant des performances et fonctionnalités accrues,
- Le lancement d'une unité de vernissage UV unique compatible avec l'ensemble des technologies d'impression numérique et offset du marché.

La commercialisation de ces deux nouveaux produits constituera des relais de croissance

supplémentaires.

De plus la société MGI a lancé lors des salons nationaux et internationaux en 2006, en partenariat avec des sociétés françaises spécialisées, deux nouvelles solutions d'impressions particulièrement originales. La première est une solution de commerce électronique et de E-printing, la seconde est une solution d'impression numérique destinée au monde de la photo.

► **E-Printing et E-Commerce** : MGI a lancé en mars 2006 la Meteor DP 40@ qui est la première presse d'impression numérique équipée d'un module intégré de commerce électronique en ligne. La société croit à un fort développement de ce produit dont l'aspect logiciel a été mis au point en partenariat avec la société PRINT FLUX Technology. Ce produit est une solution complète de boutique en ligne sur laquelle le client final internaute peut, sans intervention de l'imprimeur, transmettre ses documents à imprimer, déterminer les quantités et le support, et payer en ligne par carte bancaire. Il ne reste plus à l'imprimeur qu'à conditionner les documents imprimés pour livraison ou expédition au client.

► **Solution d'impression avec borne multimédia pour tirages photos** : Cette solution intègre une borne multimédia développée en partenariat avec la société RP Soft pour la partie logicielle, s'interfaçant avec l'ensemble des presses numériques Meteor.



La borne multimédia a pour fonction de télécharger, de paramétrer très simplement par l'intermédiaire d'un écran tactile l'impression de photos ou d'albums à la demande.

Destinée principalement aux petits et moyens laboratoires de tirages photographiques de ville qui ne peuvent ou ne veulent faire l'acquisition de laboratoires de développement chimiques automatisés particulièrement onéreux (environ 300 k€) et dédiés à une technologie d'ore et déjà obsolète. Elle sera un relais de croissance pour ce nouveau segment de marché.

La borne multimédia quant à elle peut s'adapter sur les matériels déjà livrés pour leur permettre d'acquérir cette fonctionnalité ouvrant ainsi un débouché nouveau à une clientèle existante.

La mise en œuvre de cette politique produit passera par le renforcement de l'équipe de R&D et le recrutement d'un responsable produit photo.

En soutien de cet axe stratégique, MGI envisage également de procéder à des opérations de croissance externe dès lors qu'elles permettront d'acquérir des compétences supplémentaires renforçant la pertinence de ses solutions et de ses choix stratégiques. Elle a déjà identifié trois opportunités destinées à :

- renforcer sa compétence sur Internet pour développer l'activité E-Printing. Celle-ci nécessite en effet d'interfacer les imprimeurs avec leurs donneurs d'ordres. Elle se développe sous l'impulsion de ces derniers qui y trouvent un grand intérêt. Outre la vente de ses équipements, cette acquisition générerait des revenus supplémentaires liés aux prestations de services complémentaires délivrées aux imprimeurs ainsi qu'aux documents commandés par ce biais.
- permettre l'intégration d'outils de contrôle optique des différentes étapes de l'impression et du traitement des documents par rapports aux données variables : cela évitera aux clients de MGI les erreurs et les rebuts, réduira leurs coûts et améliorera la qualité de leur service. La société renforcera ainsi sa présence sur le marché du marketing direct, notamment.
- accroître les fonctionnalités multimédia et l'utilisation de ses stations d'impression sur de nouveaux segments de marché émergeant de la convergence numérique. La société entend ainsi développer les implantations et les applications autour de la photographie grâce à l'acquisition de compétences en matière logicielle ; mais elle est attentive à de nouveaux débouchés possibles que cette croissance autoriserait.

#### 6.4.2 Accroître le déploiement commercial à l'échelle mondiale

La stratégie commerciale du groupe réside en l'accroissement de son réseau de distribution. Outre l'extension du réseau d'agences commerciales en France pour compléter le maillage national, avec l'ouverture d'une agence à Lille, la société MGI entend se consacrer principalement au renforcement de sa filiale américaine et de son réseau de distribution à l'étranger. Il est notamment prévu de :

- Porter le nombre de distributeurs à une soixantaine d'ici 2008 (contre 22 actuellement). Les zones prioritaires identifiées sont : le Benelux, l'Allemagne, les pays Nordiques pour l'Europe, Hong Kong, Taiwan, Singapour, Corée, Chine pour l'Asie. MGI estime cet objectif tout-à-fait réaliste dans la mesure où la même politique qualitative d'accompagnement des distributeurs sera mise en œuvre.
- Mener au travers de sa filiale américaine, une politique de développement s'appuyant sur un réseau de revendeurs sur l'ensemble des Etats-Unis. Ce réseau sera animé par une dizaine de Régional Managers et Techniciens.
- Créer des filiales à l'étranger à l'effet de se rapprocher des distributeurs pour leur apporter le soutien marketing, commercial et technique indispensable. La première implantation prévue serait dans la zone Moyen-Orient, puis la seconde dédiée à la région Asie-Pacifique, probablement à Singapour.

Ces filiales serviront aussi à prospecter leur région pour accroître le réseau de distribution, tout comme MGI USA procède actuellement sur la région Amériques.

### 6.5 Organisation opérationnelle du groupe MGI

#### 6.5.1 Organigramme opérationnel

Sous l'impulsion d'une équipe dirigeante complémentaire et très expérimentée composée de :

##### ☞ *Edmond Abergel :*

Ingénieur de formation, E.A.A.S.A, il fonde la société MGI en 1982, SSII développant des solutions progiciels destinées aux domaines financiers et du paramédical. En 1990 il donne une nouvelle orientation à sa société en lançant une des premières Presses Numériques monochrome du marché appelée "Master Cartes". A la tête de l'équipe R&D de la société dès sa création, il sera à l'origine du lancement de sept générations de Presses Numériques et de solutions d'impression et se verra décerné plusieurs prix d'innovation en France (*SIPA d'Or* en 1997, *Nef d'Or* en 1998) et à l'étranger (*Médaille d'Or* du salon Polygrafia en Pologne, en 2000).

Impliqué dans le monde économique et social il est également conseiller à la Banque de France.

##### ☞ *Victor Abergel :*

Avocat de formation, DESS de Droit des Affaires & Fiscalité et Diplômé au barreau de Paris, il commence sa carrière en 1987 en prenant la direction de MIG Diffusion, société de conseil pour l'intégration fiscale. Il rejoint la société MGI en 1989 pour en assurer la Direction Générale regroupant le Développement à l'international et la Direction Financière & Juridique. Il exercera en parallèle de 1993 à 1999 une activité d'enseignement en tant que Chargé d'enseignement en Droit Fiscal en maîtrise Droit des Affaires et Fiscalité puis Maître de Séminaire en D.E.S.S Droit des Affaires & Fiscalité à l'Université Paris I - PANTHEON SORBONNE.

Grand voyageur, impliqué dans les domaines d'échanges économiques, il est nommé en 1998 par Monsieur le Premier Ministre en Conseil des Ministres, Conseiller du Commerce Extérieur de la France.

##### ☞ *Michaël Abergel :*

Diplômé d'une maîtrise en Commerce International et d'un MBA de la Harvard Business School, Michael Abergel a poursuivi une carrière internationale en occupant des fonctions de direction générale dans des groupes internationaux, essentiellement au Canada et aux Etats Unis. Il a été un des plus jeunes Vice President of Sales de Kis Corporation jusqu'en 1986, puis Vice Président & General Manager de la

société Hawck Technologies et Director International Sales & Marketing du groupe Bombardier jusqu'en 1998. Il décide alors de rejoindre l'entreprise dirigée par son frère Edmond Abergel à l'occasion de la création de la filiale américaine de MGI en tant que Senior Executive Président, en charge du développement de la société sur l'ensemble des zones géographiques Amériques (Nord - Sud), Asie et Pacifique.

Habitué à côtoyer des cultures multiples, polyglotte, il possède la double nationalité franco américaine

☞ *Jean-Pierre Gérault :*

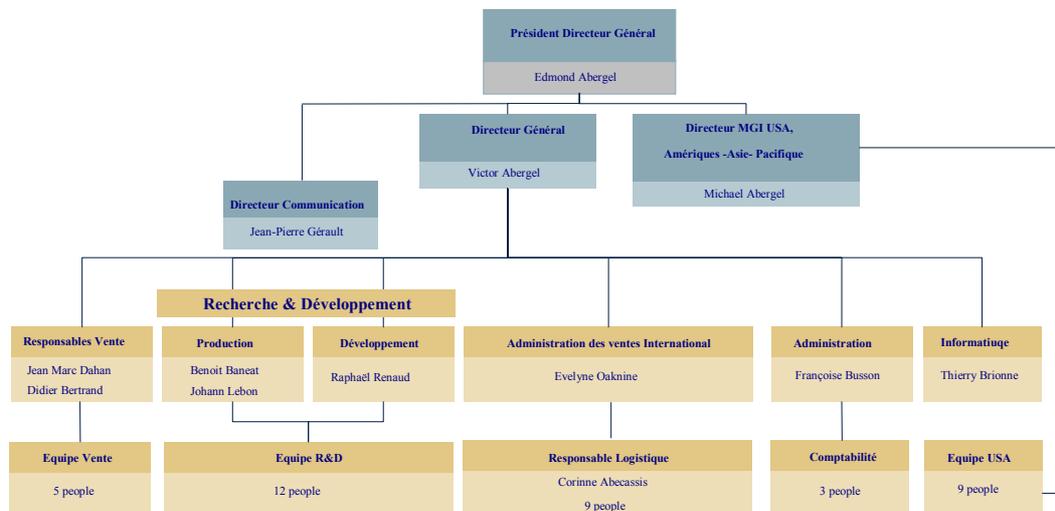
Ingénieur E.N.S.C.T, Docteur es sciences en Physique électronique, titulaire d'un MBA en Marketing Finance, ancien chercheur au CNRS et professeur au CNAM, il rejoint Xerox France en 1984 pour en devenir le Directeur Général en 1994, puis Senior Vice Président de Xerox Europe jusqu'en 2001.

Il rejoint le groupe PPR en 2001 pour prendre la Direction Générale du groupe Guilbert SA. Séduit par les capacités d'innovation de la société MGI, il en devient actionnaire et membre du conseil d'administration en 2003 et occupe la fonction de Directeur de la Communication.

Il a également mené plusieurs partenariats industriels dans le domaine des Nouvelles Technologies, innovations récompensées par le Smithsonian Institute, en 1999 et 2001 (*Washington DC, US, Media & Computer World Award*) et est l'auteur d'articles et ouvrages sur l'impact des Nouvelles Technologies sur l'évolution de l'écrit et la diffusion du savoir, parus chez Atlas (1999- *L'écrit, le savoir et le numérique* ) et Actes Sud (2001- *Le monde du livre en question* ).

L'organigramme opérationnel est structuré comme suit:

## Organigramme Opérationnel



### 6.5.2 Un process d'élaboration de l'offre très structuré

Cette organisation reflète le choix de MGI de concentrer ses ressources sur les seules opérations à forte valeur ajoutée, à savoir principalement :

- la recherche et le développement, l'intégration de technologies, la conception des produits
- le développement commercial.

Six critères guident la stratégie industrielle de MGI: **simplicité, innovation, qualité, fiabilité, intégration technologique et flexibilité**, le tout devant répondre à un objectif de coût permettant le meilleur rapport qualité - prix - produit sur le marché.

#### **Simplicité et Innovation:**

Depuis sa création MGI consacre en moyenne 15% de son Chiffre d'affaires à la R & D.

Les ingénieurs de MGI innovent sans cesse pour accroître la performance des solutions d'impression tout en travaillant sur l'optimisation des coûts des équipements dans l'objectif de démocratiser l'accès aux Presses Numériques par les professionnels des industries graphiques.

Des innovations sensibles ont été apportées par rapport aux Presses Numériques concurrentes: possibilité d'imprimer sur des supports plastiques, logiciel de gestion des paramètres d'impression en fonction des supports d'impression, qu'ils soient papiers ou plastiques, système d'alimentation type offset par succion, véritable table de marge permettant une fiabilité accrue dans le repérage d'impression en recto ou verso, système de détection de double feuille permettant d'éviter le phénomène de bourrage, etc. Toutes ces innovations simplifient l'utilisation des Presses Numériques et permettent de répondre à des besoins de fiabilité et d'extension des applications d'impression recherchées par les prestataires de service des industries graphiques.

La compacité, la robustesse et le design des presses numériques Meteor DP sont également des facteurs innovants de différenciation.

#### **Fiabilité et qualité:**

Tous les développements sont faits en choisissant des composants ou des sous ensembles (moteurs d'impression, table de marge, RIP, électronique, mécanique, ...) testés et éprouvés sur ce marché. Les sous traitants de MGI sont nationaux et apportent les meilleures compétences auxquelles MGI apportent ses propres développements mécaniques, électroniques ou informatiques.

Cette proximité permet à la société MGI de développer un réel partenariat avec ses fournisseurs avec un triple objectif: choix des meilleurs composants, contrôle de la qualité et optimisation des coûts. Cette politique permet à MGI de proposer des contrats de maintenance de l'ordre de 4 à 5% du prix de l'équipement pour en moyenne 8% pour ses concurrents.

Les solutions d'impression de MGI sont élaborées selon un processus de fabrication rigoureux ou chaque sous traitant est piloté par un chef de produit à travers un monitoring strict et des contrôles qualités réguliers qui assurent la qualité et la fiabilité de tous les équipements produits.

#### **Intégration et Flexibilité:**

L'équipe de R & D de MGI oriente ses développements de façon à faciliter l'intégration d'options technologiques différenciantes, et ceci dès la conception d'un produit.

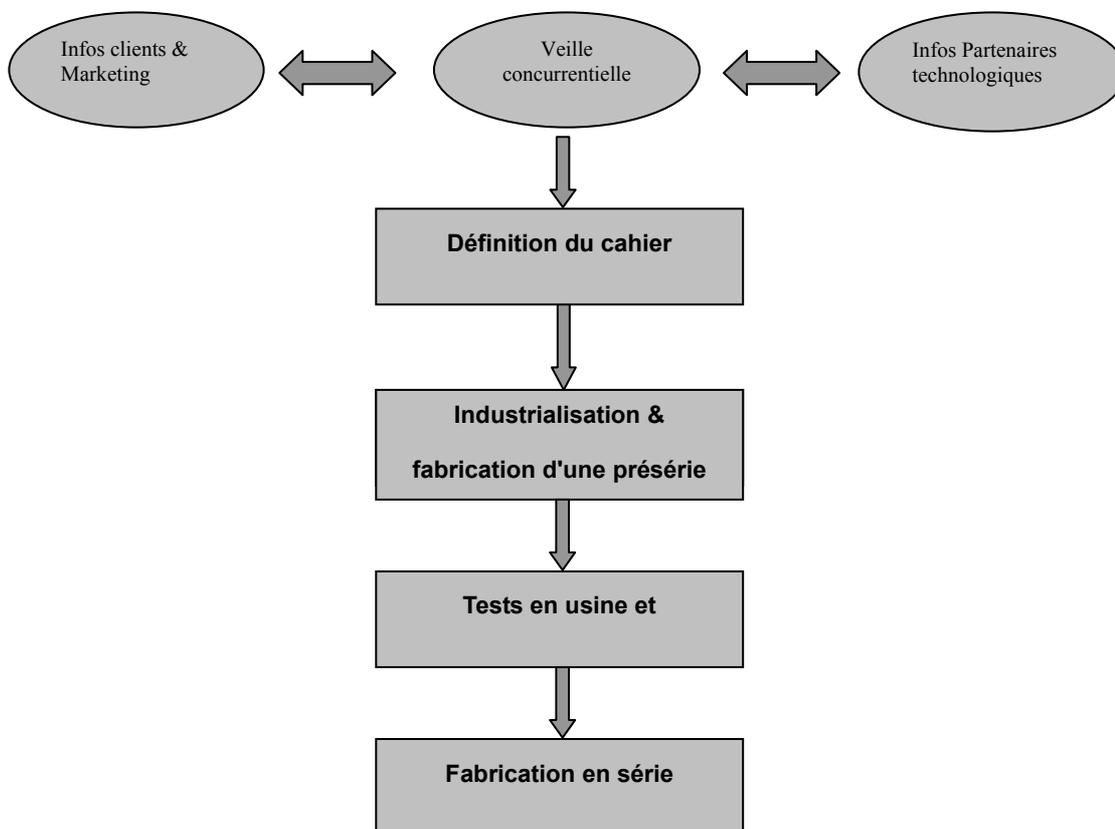
Une des forces de la société MGI est sa réactivité et sa capacité de mobilisation sur les projets, lui permettant de répondre aux besoins du marché ou émanant des professionnels des industries graphiques. Dans ce contexte, l'équipe d'ingénieurs de MGI travaille en étroite collaboration avec ses partenaires fournisseurs, ses clients afin d'intégrer de nouvelles spécificités ou de concevoir de nouvelles solutions, par exemple dans le domaine de la finition ou du façonnage.

### **1- La conception des produits**

Le cycle de vie d'un produit suit le schéma suivant:

- Veille technologique & concurrentielle, infos clients & partenaires
- Définition du cahier des charges
- Conception et fabrication d'un prototype

- Mise en présérie avec les différents fournisseurs sélectionnés
- Tests de qualité et de fiabilité ("field test")
- Mise sur le marché, fabrication en série



### 1- 1- Veille concurrentielle et collecte d'informations

La veille concurrentielle et l'analyse des besoins des clients permettent à MGI de définir les spécifications générales à intégrer dans les futurs projets de développement. Par ailleurs, en étroite collaboration avec ses principaux partenaires, MGI détermine de nouveaux axes de développements intégrant les nouvelles technologies. Son rôle d'agitateur d'idées lui permet d'échanger en permanence avec ses clients, avec des partenaires industriels ou lors de conférences et séminaires auxquelles elle est conviée.

### 1- 2- Rédaction du cahier des charges

Lors du développement de nouveaux produits, un cahier des charges incluant les spécificités techniques ainsi que l'objectif du positionnement du prix de vente et du niveau de prix de revient est élaboré.

La rédaction d'un cahier des charges, véritable définition du besoin, regroupe l'ensemble des équipes sur un projet commun qui sert de référentiel durant la phase d'élaboration. Il intègre les objectifs de coût, les spécificités techniques et définit des délais.

### 1- 3- Conception et fabrication d'un prototype de Presse Numérique

Les équipes de Recherche et Développement débutent la phase d'élaboration technique, en respectant les préconisations. Cette phase conduit à la présentation d'un prototype qui sera analysé sous tous ses aspects:

- Capacité d'industrialisation

- Fonctionnalités et avantages concurrentiels
- Design
- Simplicité de mise en œuvre et d'entretien
- Coûts.

#### **1- 4- Présérie**

La validation du prototype permet la mise en œuvre d'une présérie de quelques unités qui seront testées dans différents environnements. La présérie permet de valider l'ensemble du processus de fabrication, les outillages ainsi que la chaîne logistique associée.

#### **1- 5- Tests de qualité et de fiabilité**

Les machines produites en présérie font l'objet de multiples tests. Elles sont mises en œuvre dans des environnements divers afin de valider les modalités de fonctionnement. Des tests de qualité d'impression sur différents types et formats de substrats, de fiabilité sont réalisés. Puis une ou deux Presses numériques sont expédiées chez des clients MGI, en prêt afin d'être testées en situation réelle avec des applications d'impressions variées.

L'objectif de cette phase d'évaluation est de gommer l'ensemble des défauts constatés tant sur le produit que sur les processus de fabrication.

#### **1- 6- Mise sur le marché et fabrication en série**

À l'issue de cette présérie complétée par une phase de test, le lancement industriel du produit peut effectivement commencer.

Cette phase est l'aboutissement de plusieurs mois d'efforts de l'ensemble de la société MGI, ainsi que de ses partenaires fournisseurs.

### **2- Le sourcing**

Sur certaines pièces, certes en nombre limité, MGI a une véritable politique de sourcing en collaboration avec les sous-traitants.

Le responsable de projet, procède à une veille sur les composants afin d'allier technique et prix. Il est en recherche régulière de diversifications de certains composants ou sous ensembles, de manière à disposer en permanence d'une alternative dans les approvisionnements et cela tout au long de la vie d'un produit.

### **3- La production**

Afin d'assurer une parfaite qualité des produits livrés, MGI a mis en place un processus qualité pour chaque étape du cycle de production d'un produit.

Ce processus commence par la qualification des fournisseurs et le contrôle des composants et sous ensembles entrant dans la fabrication des produits.

Une fois cette étape validée, la phase de production de grande série se décompose en un ensemble d'étapes pour lesquelles ont été définies des critères de validation.

#### **3-1 Assurance Qualité Fournisseurs**

	<p>Le cahier des charges remis aux fournisseurs précise les exigences en terme de caractéristiques, performances et de qualité.</p> <p>Cette première étape permet de vérifier la qualité des éléments entrant dans la composition de nos produits. Moteurs d'impression, éléments mécaniques (alimentation papier, transport, etc.) et d'électroniques, RIP (station informatique de pilotage), software, etc.</p> <p>Tous les éléments sont soumis à des contrôles qualité avant mise en production.</p>
--	--

### 3.2 Assemblage

	<p>Durant cette phase, composée de plusieurs étapes successives qui conduisent à l'assemblage final des modules composant l'imprimante, des procédures très précises permettent d'assurer une grande 'répétabilité' des critères de fabrication.</p>
--	--

#### Procédure d'assemblage :

Chaque opération d'assemblage est décrite point par point dans une procédure intégrant instructions, schémas et photographies pour éviter toute incertitude quant au montage des pièces.

#### Contrôle entrée/sortie d'assemblage :

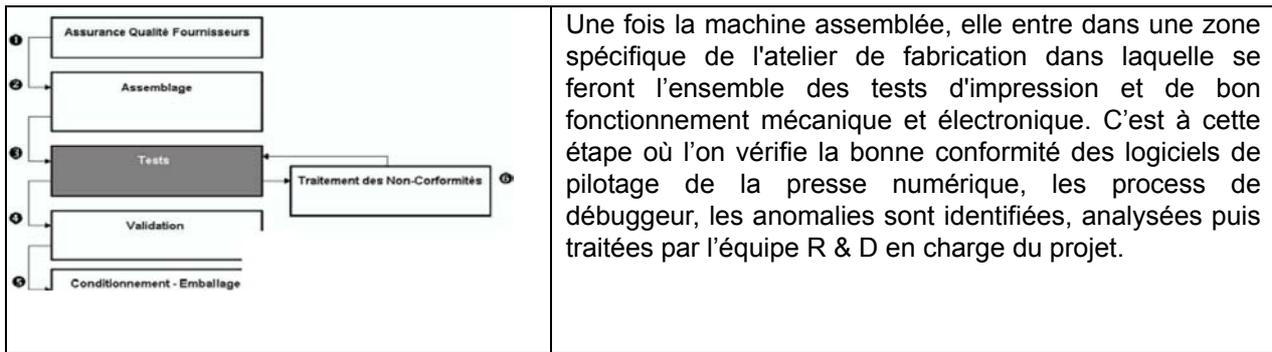
Chaque opérateur a pour mission de contrôler visuellement les pièces/assemblages arrivant et sortant de son poste.

#### Formation des opérateurs sous traitants :

Tout opérateur intervenant sur un nouvel assemblage est systématiquement formé sur ce poste avant d'intervenir seul. Toute évolution d'un produit entraîne une nouvelle formation des sous traitants sur les postes concernés.

**Contrôle interne :** Des contrôles d'assemblages sont réalisés sur les postes de travail. Une sensibilisation et une nouvelle formation des opérateurs fait suite à toute erreur d'assemblage constatée.

### 3-3 Tests



**Climatisation :**

Les zones de test et de validation des machines sont climatisées. Ce contrôle de la température permet une optimisation et une bonne « répétabilité » du réglage des presses numériques. Une bonne utilisation des presses numériques nécessite, comme pour un matériel informatique, de ne pas être exposé à des écarts de température trop importants.

**Outils de teste de contrôle :**

100% des machines sont testées et réglées après contrôle de l'ensemble des fonctionnalités de la machine.

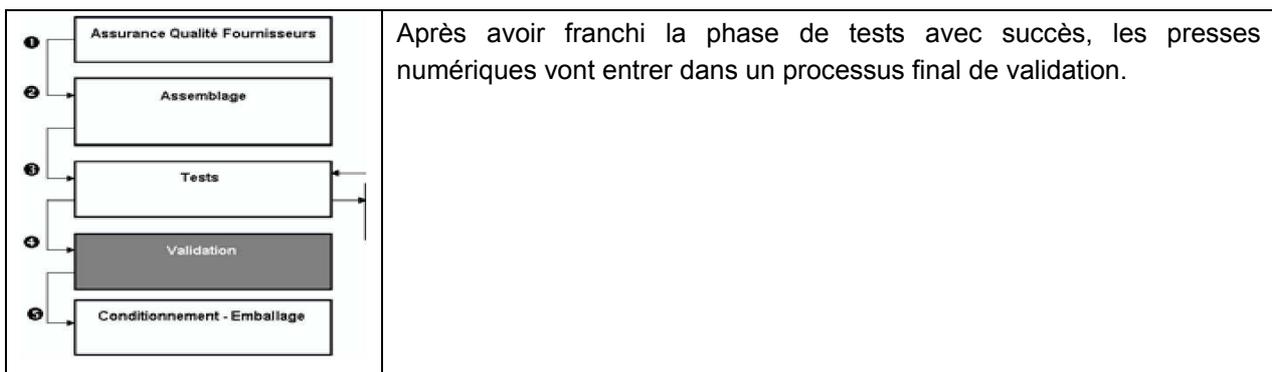
**Traçabilité**

Chaque machine passant la séquence de tests se voit attribuer un numéro de série et une fiche de suivi. La traçabilité informatique permet de conserver les paramètres usine de chaque presse numérique ainsi que toutes les informations inhérentes à sa fabrication.

Une traçabilité papier est également mise en place et est conservée pendant toute la durée de la garantie de la machine.

Cette traçabilité est existante pendant toute la durée de vie de la presse numérique, elle sera utile dans les opérations de maintenance ou d'intervention technique.

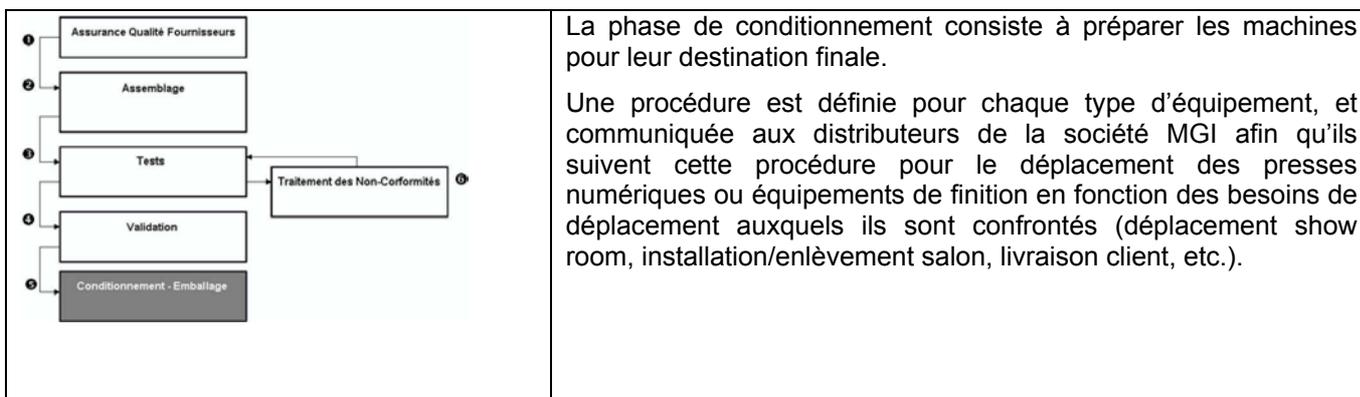
**4- Validation**



**Contrôle final :**

L'intégralité des machines subit la séquence de validation pendant laquelle on soumet la presse numérique à différents tests contrôlant les fonctionnalités majeures de celle-ci (impression en mode production, test de fiabilité, variation des formats et des substrats, etc.).

## 5- Conditionnement – Emballage



### 6.5.3 Les départements opérationnels

#### 6.5.3.1 La Recherche & Développement

Se reporter au paragraphe 11 du présent document de base

#### 6.5.3.2 La direction commerciale

Afin de maîtriser la distribution de sa ligne d'équipements à l'échelle mondiale, la Société a choisi de se combiner deux approches en se dotant de deux canaux distincts et complémentaires.

#### 6.5.3.3 Réseau de Vente directe

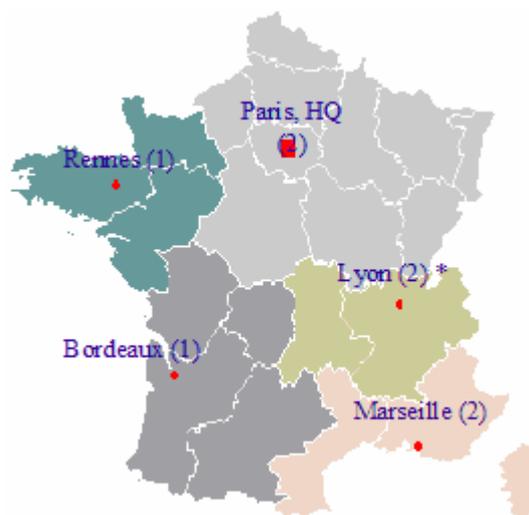
En plus du siège social en région parisienne, la société dispose en France d'un réseau commercial, composé de quatre agences régionales détenues en propre et implantées au cœur des principaux centres régionaux (Île-de-France, Sud-ouest, Sud et Ouest).

L'agence type comprend un chef d'agence, un commercial et un technicien (voire deux) pour assurer un service de maintenance de proximité et dispose d'un show-room.

Depuis septembre 2005, la société a complété son réseau de distribution en France sur la zone Rhône Alpes Auvergne en prenant une participation de 30% dans MGS, société créée par deux anciens revendeurs Xerox. Distributeur exclusif MGI, sur la zone Rhône-Alpes et Auvergne.

Il n'existe à ce jour aucun pacte ou accord entre actionnaires susceptible de faire évoluer le pourcentage de détention de MGS par MGI.

Le réseau commercial français dans son ensemble est quant à lui managé par un Directeur Commercial, auquel sont rattachés huit commerciaux.



Aux États-Unis, MGI détient une filiale basée à Melbourne (Floride) constituant une véritable plate-forme de commercialisation pour l'ensemble du continent américain (Nord et Sud).

Sa mission est double :

- réaliser des ventes directes sur certaines zones du territoire américain (Floride, Géorgie, Mississippi, Caroline du Sud et Nord) et en assurer le support clients ;
- Recruter, former et animer un réseau de distributeurs couvrant l'Amérique du Nord, le Canada ainsi que les pays d'Amérique du Sud, de même pour la zone Asie /Pacifique.

#### 6.5.3.4 Un réseau de distributeurs qualifiés à l'International

Forte d'un business model éprouvé en France avec une offre produit performante et compétitive, MGI s'est attachée à dupliquer ce modèle auprès de distributeurs qualifiés étrangers afin de déployer à grande échelle, la couverture internationale de ses solutions

La sélection des distributeurs est principalement opérée parmi des acteurs locaux dont le profil principal est d'être déjà fortement implantés dans les industries graphiques (des distributeurs de presses offset sans offre numérique). Ce profil d'acteurs est particulièrement intéressant car le bénéfice est double :

- **Pour le distributeur** : devenir distributeur des solutions MGI lui permet de compléter son offre commerciale et de répondre ainsi à des attentes jusque là insatisfaites de ses clients.
- **Pour MGI** : ces acteurs locaux disposent tous d'un portefeuille de clientèle devant permettre une montée en puissance rapide du CA généré par chaque nouveau contrat de distribution.

A cet effet, le Groupe M.G.I. s'appuie sur des missions de prospection confiées aux postes d'expansion économique auprès des consulats ou ambassades de France à partir d'un cahier des charges précis.

Chaque accord fait l'objet d'un contrat cadre définissant les obligations respectives de chacun : existence d'un show-room, participation à des salons (environ 3 par an), équipes commerciale et technique dédiées, les moyens logistiques. Des objectifs de vente sont fixés annuellement. En contrepartie, la société MGI leur assure une formation approfondie de niveau 1 (utilisateur) et 2 (technicien), un soutien technico-commercial (outils de communication, accompagnement à des salons ...) et leur livre les équipements et consommables. A chaque nouveau contrat, une « bible du distributeur », véritable manuel de procédures et d'informations marketing, est remise au nouveau partenaire.

MGI leur consent des remises catalogues sur les équipements et consommables conforme aux pratiques du marché. Les conditions de règlements imposent, un acompte à la commande de 30% du prix libellé en euros, le solde devant être payé par virement bancaire ou lettre de change irrévocable et confirmée, de sorte qu'elle n'enregistre pas d'impayés.

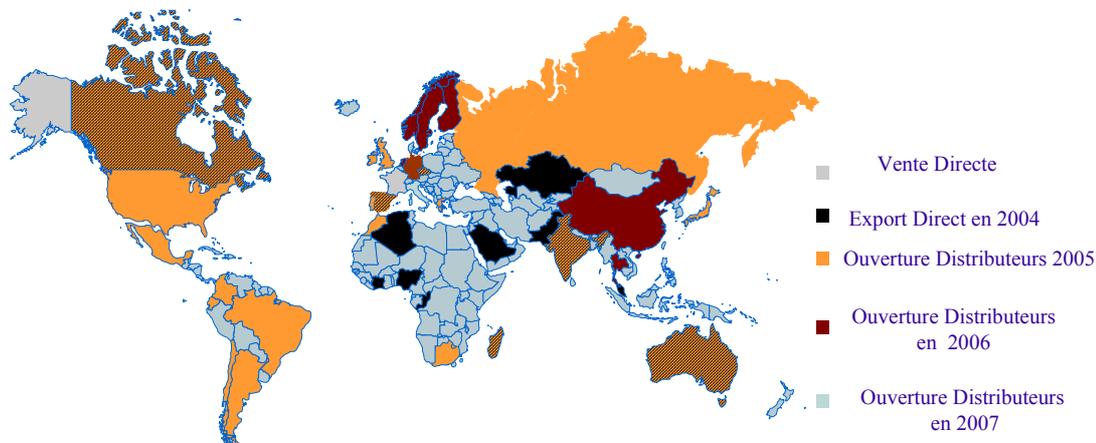
Les distributeurs sont aussi chargés d'assurer le suivi des contrats de maintenance qu'ils mettent en place sur la base d'un prix recommandé. MGI leur fournit les outils de diagnostic et de maintenance mais le revenu de ces contrats leur est acquis intégralement.

Chacun de ces réseaux s'appuie sur des forces de vente constituées de professionnels issus du monde des arts graphiques.

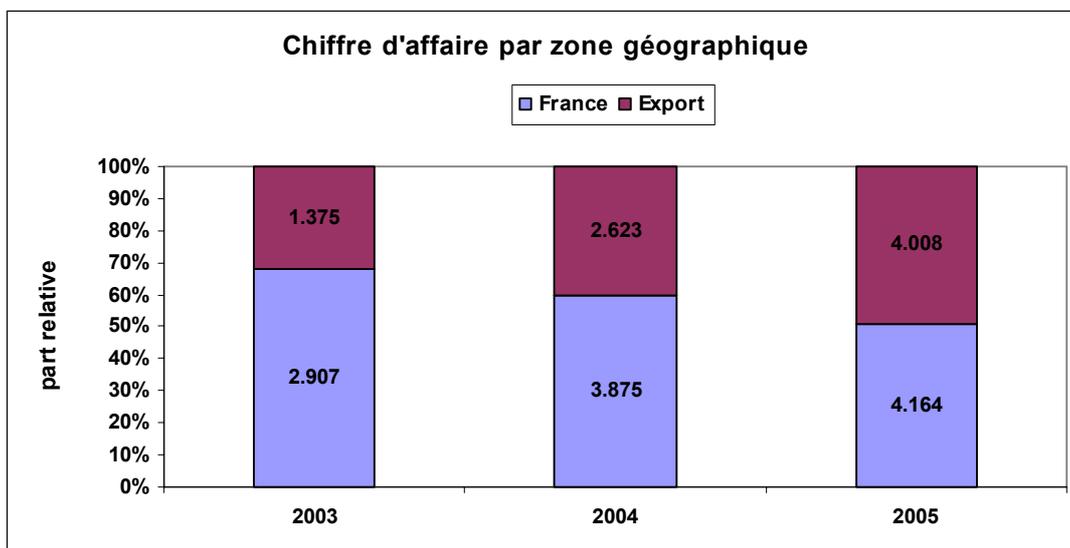
Ce réseau de distribution est supervisé par quatre personnes situées au siège de la société.

Le réseau de distribution actuel en plus de la filiale américaine (22 distributeurs contre 7 fin 2004) assure une couverture mondiale d'un marché en pleine expansion.

## N°2 Leader en France, la société étend son réseau de Distribution à l'International



Ce réseau performant a permis de réaliser un CA indirect de 3,9 M€ en 2005 contre 2,5 M€ en 2004.



Entre 2003 et 2005, le C.A export enregistre un développement très important passant 32% du chiffre d'affaires total du groupe MGI en 2005, traduisant les efforts de politique de déploiement à l'International.

### 6.5.3.5 Une politique marketing proactive

Au service de la stratégie commerciale, MGI mène une politique marketing proactive par le biais de trois canaux principaux : les Salons professionnels, le Marketing Institutionnel, les Partenariats stratégiques.

#### a) Les salons professionnels

Le Groupe M.G.I. participe directement et/ou par l'intermédiaire de ses distributeurs aux principales manifestations professionnelles relatives aux industries graphiques, et notamment au salon « DRUPA », l'évènement mondial incontournable du marché, qui se tient tous les quatre ans. En 2005, le Groupe M.G.I. a été présent sur sept salons majeurs, parmi lesquels : Intergraphic, Graphitec France, Poligrafinter (Moscou), Digital print World (Londres), Print 05 (Chicago), Print on demand (New York), Graphic Americas (Miami).

Ces manifestations ont pour principaux objectifs :

- De concrétiser des ventes et trouver de nouveaux prospects,
- D'y identifier des distributeurs potentiels, mais aussi,
- D'y trouver une reconnaissance du savoir-faire technologique du groupe et d'accroître sa notoriété.

MGI s'est notamment vu attribuer :

- un "Sippa d'Or" obtenu à l'occasion du Salon International du papier et des arts graphiques. Cette récompense couronnait l'innovation apportée par le produit Master Carte,
  - un "Nef d'Or", décerné par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris (CCIP) et récompensant la performance générale et le dynamisme de la Société.
  - la médaille d'or du salon Poligrafia (Poznan, Pologne, 2000).
- De participer à des conférences thématiques, à des tables rondes constructeurs et prestataires des industries graphiques afin de communiquer la vision de MGI sur son marché. MGI a acquis ces dernières années une véritable notoriété et une forte crédibilité, comme un acteur majeur du marché français. Cette notoriété se retrouve dans les nombreux articles de fond parus dans la presse professionnelle

Le budget global alloué à ces différentes manifestations s'est élevé en 2005 à environ 0,46 M€.

#### ***b) Le Marketing Institutionnel***

Le Marketing institutionnel a pour objectif le renforcement de la notoriété de la société MGI, de la marque de sa gamme Meteor DP, et par conséquent le développement de contacts commerciaux sur le plan national et international. Afin d'atteindre ces objectifs, le marketing institutionnel utilise les vecteurs suivants: les relations presse et le plan media, les actions de marketing direct et les outils d'aide à la vente, le marketing Réseau et le media Internet.

- **Les relations presse et le plan média**

Afin de renforcer son image de constructeur et faire connaître sa gamme de solutions d'impression numérique sur le marché, MGI a une communication presse orientée produits, avec un axe "Caractéristiques - Avantages - Bénéfices".

Ainsi la Société MGI, au delà d'actions publicitaires ciblées, choisit également de contribuer à différents articles de fond, de répondre à des interviews pour le compte de revues professionnelles, parmi lesquelles, France Graphique, Caractères, Graphiline, PAO Magazine, Digiprint ou Transaction. Il est à noter que l'accueil réservé par le marché dès le lancement de la gamme Meteor DP s'est traduit par un vif intérêt de la presse professionnelle donnant lieu également à des témoignages clients qui sont des vecteurs de communications et de notoriété importants.

- **Les actions de Marketing Direct et les outils d'aide à la vente**

La société MGI a mis en œuvre un ensemble de brochures commerciales couvrant l'ensemble de la gamme d'équipements en français et anglais. De plus, une présentation vidéo 3D, des équipements et solutions en situation a été réalisée par la société MGI, pour supporter l'ensemble des forces de ventes, en France ou pour ses distributeurs.

Elle organise également des actions de marketing direct personnalisées et originales (Lettres et enveloppes personnalisées, cartes plastiques personnalisées jointes, ...) afin de convier ses prospects à des rendez-vous de démonstration qu'elle organise à travers la France régulièrement.

- **Le Marketing Réseau**

La principale mission du Marketing Réseau est de soutenir les Partenaires de MGI dans la définition et le

support de leur plan marketing annuel, afin d'assurer la mise en œuvre d'une politique commerciale dans un calendrier défini conjointement. Le Marketing Réseau contribue fortement au développement des ventes, grâce à des outils d'aide à la vente ou des actions de support ciblées (accompagnement salon, participation à des entretiens vente, présentation lors de conférences, ...), spécifiques à chaque Partenaire.

La société fournit ainsi à chaque distributeur un guide extrêmement complet (MGI Distribution Guide), en langue anglaise. Ce document comprend:

- la documentation sur les produits de MGI, les caractéristiques des produits concurrents
- un recueil complet d'outils d'aide à la vente comprenant argumentaires de vente, présentations produits (Vidéo), analyse concurrentielle approfondie
- un "How to Guide", guide complet expliquant comment organiser un événement marketing (salon professionnel, conférence de presse, conférence thématique, campagne de mailing, action de sponsoring, campagne publicitaire, etc...)

Ces supports viennent en complément de la formation technique et commerciale des équipes des distributeurs.

Son élaboration qui a pris près d'un an, permet aux distributeurs de disposer d'une « bible » très appréciée, un véritable transfert de compétence formalisé, sans équivalent chez les concurrents.

#### • **Le média Internet**

Internet est pour MGI un véritable outil destiné à l'ensemble de ses partenaires, mais aussi aux utilisateurs.

MGI utilise Internet à travers deux axes: le site [www.mgi-fr.com](http://www.mgi-fr.com) et la communication Internet.

- Le site Internet

Le site, véritable vitrine de la société, présente les produits, solutions et services offerts ainsi que des informations sur la vie de la société, des témoignages clients, les articles parus dans la presse nationale ou internationale, les prochains salons ou conférence auxquels elle participe, etc.

Une partie du site est privée et à accès protégé. Ce site est exclusivement destiné aux distributeurs de la société MGI et met à leur disposition tous les outils marketing nécessaires à la commercialisation des produits MGI leur permettant une grande rapidité de réponse envers leurs clients.

- La communication Internet

Internet est le moyen de communication privilégié de la société MGI vers son réseau et ses prospects. En effet, MGI utilise régulièrement la MGI Newsletters (lettre trimestrielle) et les e mailings pour toutes ses communications liées aux produits, événements particuliers, salons, conférences, communiqués de presse, etc.

#### *c) Les Partenariats stratégiques*

En complément de l'offre de solutions développées par MGI, la société participe à l'élaboration de partenariats stratégiques visant à compléter son offre solution par de nouvelles solutions spécifiques particulièrement "différenciantes" et novatrices.

Par exemple, la société a lancée une opération avec un partenaire software d'e Printing, permettant de livrer avec chaque Meteor DP40 une solution de commerce électronique personnalisée pour chaque prestataire. Cette annonce effectuée en avril 2006 à Graphitec (salon français des Industries Graphiques) est unique et a reçu un accueil très favorable du marché. Elle permet à chaque imprimeur de bénéficier d'un site de commerce électronique pour la commercialisation de produits imprimés choisis (cartes de visite, têtes de lettre, brochures, enveloppes personnalisées, etc.) avec paiement en ligne et production directement en ligne avec la Meteor DP 40.

Autre exemple, la solution d'impression de tirages Photo numériques s'appuie sur une borne multimédia, spécifique à la société MGI et ses solutions d'impression sur Meteor DP40. Ce développement a été

réalisé avec un partenaire industriel, spécialisé dans l'élaboration de bornes multimédias pour grandes surfaces et centres de distribution BToC.

La société MGI a également élaboré des partenariats avec des fabricants de papiers ou de substrats plastiques qui permet à MGI de bénéficier des nouveaux supports d'impression disponibles sur le marché et de promouvoir ces mêmes supports lors des salons auxquels elle participe.

Ce dynamisme permet à la société MGI d'élaborer des offres innovantes, qui renforcent les avantages de ses solutions, apportant plus de valeur ajoutée à ses clients et lui confère également des bénéfices en terme de notoriété, de couverture presse et de visibilité sur son marché.

#### **6.5.4 Organisation de la production et relations avec les fournisseurs**

Ne disposant pas de capacités de production propres, MGI a développé toute une logistique de production auprès d'un réseau de fournisseurs et sous-traitants.

Au sein de la cellule R&D, trois ingénieurs sont également chefs de produits, chacun dans son domaine de compétence respectif : électronique, informatique et mécanique.

En liaison avec l'administration des ventes, ils assurent le référencement des fournisseurs et sont responsables de leurs achats.

##### **6.5.4.1 Approvisionnements**

Les approvisionnements concernent principalement des matières premières, des moteurs d'impression, des sous-ensembles électroniques et électromécaniques.

Cette rigueur concerne aussi la gestion de ses stocks, la société s'efforçant de réduire le nombre de références afin de minimiser tout risque d'obsolescence.

Aucune dépendance n'existe vis-à-vis d'un fournisseur. Se référer au paragraphe 4.1.4.

##### **6.5.4.2 Activités de fabrication**

Soucieux d'optimiser l'allocation de ses ressources afin d'accroître sa compétitivité, le Groupe M.G.I. a choisi de recourir à la sous-traitance industrielle concernant ses activités de fabrication et d'assemblage. Les sous-traitants permettent en effet à la Société de mettre en œuvre une politique agressive de réduction des coûts.

La Société a choisi de s'appuyer sur un panel diversifié de partenaires industriels. Souhaitant conserver l'intégralité de son savoir-faire technologique, le Groupe M.G.I. définit un cahier des charges. Choisi en fonction de leurs compétences techniques, chaque sous-traitant est alors chargé, de la bonne réalisation d'une étape précise du processus de production.

Ayant la maîtrise d'œuvre de l'ensemble des étapes nécessaires à la fabrication d'un équipement (en particulier la Recherche & Développement, l'achat des composants, le contrôle-qualité), les partenaires industriels du Groupe M.G.I. ne se voient transmis aucun savoir-faire technologique et/ou stratégique.

Ils sont par conséquent parfaitement substituables en cas de défaillance ou de rupture des relations par la Société qui dispose en permanence de solutions alternatives préalablement référencées.

MGI s'attache aussi à disposer d'au moins deux sources par étape de fabrication pour n'être dépendante d'aucune mais aussi à ce que celles-ci ne dépendent économiquement pas d'elle. Cette politique permet de réduire au minimum les risques de perturbation de la production en flux tendus.

Les sous-ensembles une fois assemblés sont livrés au siège de la société qui procède à leur intégration finale. Le contrôle qualité est effectué rigoureusement avant toute expédition.

#### **6.5.4.3 Direction comptable et administrative**

Sous la responsabilité du directeur général, 5 collaborateurs sont dédiés aux aspects comptables, financiers et ressources humaines du groupe.

L'intégralité de la fonction comptable est internalisée jusqu'à l'établissement des bilans de chaque entité. Les cinq collaborateurs assurent les tâches suivantes :

- Suivi clients
- Suivi de la trésorerie et règlements fournisseurs
- Suivi encaissements
- Paie et déclarations sociales
- Déclarations fiscales.

Les relations avec les banques sont assurées directement par le Président de la société.

La gestion comptable est assurée à partir d'un logiciel Sage.

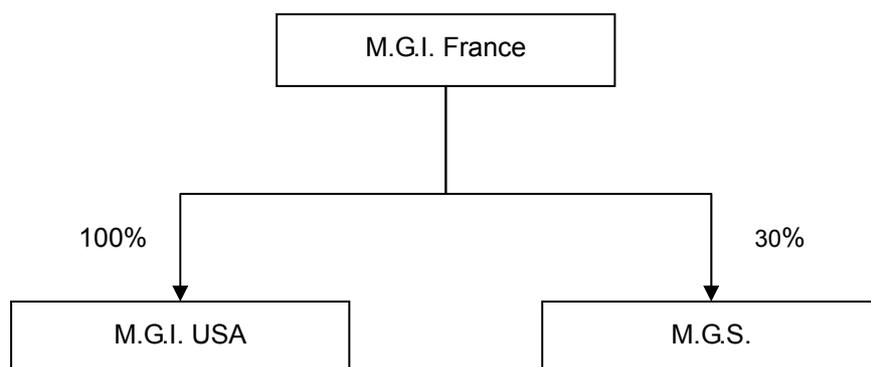
Un tableau de bord mensuel est établi par la société afin de permettre à la société de suivre de façon rigoureuse les résultats commerciaux ainsi que les charges engagées. Ce tableau de bord est actualisé en permanence et comparé au business plan prévisionnel déterminé pour chaque exercice.

Gestion des stocks : En plus d'un inventaire permanent, deux inventaires physiques sont réalisés par an.

## 7 ORGANIGRAMME JURIDIQUE

Au 1<sup>er</sup> juin 2006, MGI Digital Graphic Technology détient deux filiales: une aux États-Unis, l'autre en France.

M.G.I. France assure la conception, la mise en œuvre de la fabrication et la distribution (en France) de l'ensemble des produits de la ligne. Depuis septembre 2005, la société a complété son réseau de distribution en France sur la zone Rhône Alpes en prenant une participation de 30% dans la société MGS qui était auparavant un revendeur Xerox.



**MGI France** : Société-mère du groupe, MGI France regroupe l'ensemble des fonctions R&D, suivi de la production, support client, commercialisation, administration et finance du groupe.

**MGI USA** : Détendue à 100%, cette structure assure une activité exclusive de distribution directe sur une partie du territoire américain et d'animation du réseau de distributeurs américains. .

**MGS (Média Graphique et Services)**: Cette société a été créée en octobre 2005 par MGI sous forme de société par actions simplifiée au capital de 100.000 €. Détendue à 30%, cette filiale exerce une activité de distribution sur les zones Rhône-Alpes et Auvergne. Le solde du capital est détenu principalement par ses deux animateurs ; à hauteur de 40% pour son Président et de 25% pour le second. Ceux-ci justifient d'une expérience professionnelle de distributeur d'un concurrent de MGI.

Créée en octobre 2005, MGS ne clôturera son 1<sup>er</sup> exercice comptable qu'au 31 décembre 2006. Aucun état financier n'est donc disponible à ce jour.

Les tableaux ci-dessous indiquent les chiffres-clés de la seule filiale américaine :

Au 31 décembre 2005	MGI USA (en USD)
% capital	100%
Capital social	25.000 \$
Réserves	1 922 880 \$
Report à nouveau	(2.080.683) \$
Chiffre d'affaires	737 792 \$
Résultat courant après impôts 2005	12.309 \$
Valeur d'inventaire nette	425.928 €
Montant restant du sur les actions	0
Dividende reçu au titre de 2005	Néant
Dettes dues à MGI	924.000 €
Dettes dues par MGI	207.540 €

## **8 PROPRIETES IMMOBILIERES, USINES ET EQUIPEMENTS**

### **8.1 Propriétés immobilières louées**

A l'exception de l'agence commerciale de Rennes, l'ensemble des locaux loués par le Groupe M.G.I. dans le cadre de son activité est la propriété de tiers extérieurs au groupe.

#### **Locaux loués en France**

Le siège social est situé à Ivry-sur-Seine, 161, avenue de Verdun. La Société est locataire dans le cadre d'un bail commercial conclu initialement le 4 septembre 1996, d'une surface totale d'environ 1.300 m<sup>2</sup>, pour un budget annuel d'environ 91 k€.

Proche du siège social, un local commercial d'une superficie de 600 m<sup>2</sup> est loué pour un montant annuel de 55 k€. Ce local abrite le contrôle qualité des stations d'impression vendues et le service expédition.

Le Groupe M.G.I. dispose également d'une agence commerciale régionale disposant de locaux en location. Situés à Aubagne (Bouches du Rhône), Centre de Vie Agora, ZAC des Paluds II, ces locaux d'une superficie de 90 m<sup>2</sup> représentant un loyer annuel HT de 9 k€.

La société est en quête de nouveau locaux pour son agence commerciale de Bordeaux ; le technicien implanté localement exerçant son activité depuis son domicile.

MGI est en revanche propriétaire des locaux abritant l'agence de Rennes. D'une superficie de 75 m<sup>2</sup>, localisée au Centre d'affaires le Bignon, ces locaux ont été acquis en 2000 pour un montant de 40 K€, amortis sur 15 ans.

Le siège de la filiale MGS, situé à 3 place Jean-François Gonon à Saint-Etienne (42000), est également loué auprès de tiers.

#### **Locaux loués aux États-Unis**

Le siège social de la filiale américaine (M.G.I. USA Inc.) se situe à Melbourne (Floride). Les locaux correspondants (600 m<sup>2</sup>) sont loués à des tiers au groupe et représentent un budget annuel d'environ 45 K€.

Outre ces différents locaux, MGI ne dispose d'aucune immobilisation corporelle majeure. Les principales immobilisations corporelles sont relatives aux équipements de R&D et notamment aux prototypes développés.

### **8.2 Question environnementale**

La nature des activités de la Société ne génère aucun risque pour l'environnement.

La Société ne produit aucun déchet toxique ou dangereux. Toutefois, MGI a spontanément mis en place une politique de récupération de consommables utilisés auprès de ses clients directs. Les éléments récupérés sont ensuite confiés à une entreprise de recyclage.

## 9 EXAMEN DE LA SITUATION FINANCIÈRE ET DU RESULTAT

Par son activité, MGI est amenée à reconnaître trois natures de revenus :

- Ventes d'équipements et de consommables propriétaires où la livraison physique des biens et marchandises constitue le fait générateur de la comptabilisation du CA
- Des contrats de maintenance annuelle où le chiffre d'affaires est reconnu prorata temporis sur la durée du contrat.
- Des prestations de services (formation par exemple) : le CA est reconnu lors de la délivrance de la prestation.

### 9.1 Chiffres comparés entre le 31 décembre 2005 et le 31 décembre 2004

En K€	2005	2004
Chiffre d'affaires	8 172	6 498
Total produits exploitation	8 851	6 858
Résultat d'exploitation	501	-387
Résultat courant	542	-427
Résultat net avant amo écart acquisition	746	-384
Amortissement amo écart acquisition	0	179
Résultat net (groupe)	746	-563

**A) Produits d'exploitation** : La progression de 29% s'analyse par :

Une croissance de 25,7% du chiffre d'affaires qui atteint 8.172 K€ grâce aux bonnes performances de la gamme Meteor en France mais également aux États-Unis où elle a été lancée début 2005.

Une progression de 88,6% des autres produits d'exploitation pour l'essentiel composé du coût des prototypes issus de la R&D de nouvelles presses numériques développés chaque année et comptabilisés en production immobilisée.

**B) Résultat d'exploitation** : Celui-ci affiche un retour au profit passant d'une perte de (387) K€ à une marge de 501 K€. Cette amélioration très sensible résulte :

- d'une progression moindre des charges fixes par rapport à la progression de l'activité (avec par exemple, une masse salariale en hausse de 9,6% comparée à des produits d'exploitation en hausse de 29%, et
- un mix produit à plus forte valeur ajoutée (progression du CA consommables de 17,1% à 19,3%), le tout conduisant à une meilleure absorption des charges fixes.

**C) Résultat courant** : Sa nette amélioration traduit le retour à la rentabilité d'exploitation expliquée ci-dessus à laquelle vient s'ajouter principalement une différence de change positive de 115 K€.

**D) Résultat net** : Hors prise en compte de l'amortissement de l'écart d'acquisition soldé sur 2004, la marge nette passe d'une perte de (384) K€ à un bénéfice de 746 K€ traduisant les effets positifs du redéploiement commercial engagé par le groupe. A noter toutefois que l'exercice 2004 avait supporté une charge exceptionnelle de 202 K€ relative à l'extinction progressive d'un fond de garantie qui avait été mis en place avec un partenaire bancaire qui proposait des leasings pour accompagner la vente d'équipements. En 2004, il a été décidé de ne plus recourir à ce type de partenariat.

En outre, tant sur 2004 que sur 2005, le groupe a dégagé un produit net d'impôt du fait du crédit d'impôt recherche (+188 K€ en 2005 et +182 K€ en 2004).

## 9.2 Chiffres comparés entre le 31 décembre 2004 et le 31 décembre 2003

En K€	2004	2003
Chiffre d'affaires	6 498	4 282
Total produits exploitation	6 858	5 357
Résultat d'exploitation	-387	-875
Résultat courant	-427	-1 318
Résultat net avant amo écart acquisition	-384	-1 026
Amortissement amo écart acquisition	179	301
Résultat net (groupe)	-563	-1 327

**A) Produits d'exploitation :** La progression constatée de 28% s'analyse par :

- Une croissance très significative de 51,7% du CA avec notamment le lancement commercial en France de la gamme Meteor qui a permis d'afficher une croissance de 80,9% des ventes d'équipements alors que dans le même temps, le CA maintenance et consommables propriétaires progressaient pour leur part de 22%. Cette progression des ventes traduit à la fois le succès rencontré par la nouvelle gamme sur le seul territoire français mais aussi le fait que l'exercice 2003 avait encore subi les contrecoups de la crise de marché avec un chiffre d'affaires qui avait peu progressé par rapport à 2002.
- Une baisse de la production immobilisée : 2003 avait enregistré des montants très significatifs liés à la finalisation de la mise au point de la Meteor alors que 2004 est revenu à un niveau modeste, la société ayant alors plutôt concentré ses efforts sur le déploiement du réseau de distribution.

**B) Résultat d'exploitation :** La perte d'exploitation a été réduite du fait principalement de l'effet mécanique de l'augmentation de ventes, et ce malgré une progression sensible des dépenses de R&D (530 K€ en 2003 et 432 K€ en 2004) et de certaines charges externes notamment en matière de communication.

La perte provient exclusivement de la filiale américaine, MGI France étant pour sa part redevenue bénéficiaire sur l'exercice 2004 (+311 K€ contre une perte de (329) K€ en 2003), grâce au lancement de la gamme Meteo en France, lancement qui n'a été effectif aux États-Unis qu'au début 2005.

Alors qu'elle avait toujours été bénéficiaire jusqu'en 2001, la filiale américaine a subi de plein fouet la crise de marché en 2002 et 2003. Elle a alors lourdement pesé sur les comptes du groupe en 2003 et 2004, cette structure ayant dû engager diverses actions de restructuration face à la crise que traversait le marché US (fermeture de bureaux dont disposait alors le groupe et licenciement).

**C) Résultat courant :** Outre les explications apportées ci-dessus en matière d'exploitation, le résultat courant 2003 avait de plus subi une perte de change significative (388) K€. Ainsi, au niveau du résultat courant consolidé, la perte a été réduite de (1.318) K€ en 2003 à (427) K€ en 2004.

**D) Résultat exceptionnel :** En 2004, le groupe a enregistré une perte exceptionnelle de (247) K€ essentiellement liée à l'extinction progressive d'un fond de garantie qui avait été mis en place avec un partenaire bancaire proposant des contrats de leasing pour accompagner la vente d'équipements. En 2004, il a été décidé de ne plus recourir à ce type de partenariat.

**E) Résultat net :** Après constatation d'un produit net d'impôt lié en partie à des crédits impôts recherche sur les deux exercices, la perte nette avant amortissement de l'écart d'acquisition a été réduite de (1.026) K€ à (384) K€.

## 10 TRÉSORERIE ET CAPITAUX

### 10.1 Capitaux de l'émetteur

	2005	2004	2003
Capitaux propres	3 669	2 867	3 390
Dettes financières LT	820	946	1153

**Capitaux propres** : Au 31 décembre 2005, les capitaux propres consolidés s'élevaient à 3.669K€, en progression de 28% suite retour à la rentabilité.

**Endettement** : Sous l'effet conjugué du retour à la rentabilité et d'un remboursement net d'emprunt de 336 K€ en 2005, le ratio d'endettement (endettement/capitaux propres) a été ramené de 34% en 2003 à 22,3% fin 2005.

### 10.2 Commentaires sur les flux de trésorerie

(en K€)	2005	2004	2003
Flux net de trésorerie généré par l'activité	1 221	998	-750
Flux net de trésorerie lié aux opérations d'investissement	- 742	-557	-166
Flux net de trésorerie lié aux opérations de financement	- 336	-246	635
<b>VARIATION DE TRESORERIE</b>	<b>154</b>	<b>131</b>	<b>-292</b>
<b>TRESORERIE A LA CLOTURE</b>	<b>493</b>	<b>339</b>	<b>208</b>

#### *Flux de trésorerie d'exploitation*

Le tableau ci-dessous expose les mouvements clés des flux de trésorerie d'exploitation :

(en K€)	2005	2004	2003
MBA	1 251	230	- 543
Variation du BFR	-30	768	- 207
Flux net de trésorerie généré par l'activité	1 221	998	-750

**Marge brute d'autofinancement** : Le retour à la rentabilité du groupe grâce à l'atteinte du seuil critique de ventes, se traduit directement dans la MBA.

**Besoin en fond de roulement** : les chiffres traduisent une bonne maîtrise de ce poste alors que le groupe connaît une phase de forte croissance.

L'amélioration très sensible de 2003 à 2004 résulte en grande part de la baisse des stocks à fin 2004, ceux de fin 2003 ayant atteint un niveau particulièrement élevé. Ce sur stockage ponctuel était lié au fait que le groupe se trouvait dans une phase de lancement de nouvelle gamme d'équipements.

La maîtrise du BFR entre 2004 et 2005 résulte :

- D'une politique de gestion de stocks très rigoureuse ayant permis de légèrement réduire leurs montants
- D'un poste de créances clients en légère progression mais uniquement pour la partie ventes de consommables car les ventes d'équipements sont pour leur part réglées comptant à la livraison ;

- D'un poste fournisseurs stables site à l'effet conjugué suivant : 2004 avait supporté des surcoûts liés à la mise au point des nouvelles lignes de production de la gamme Meteor. En 2005, ces lignes étant stabilisées, les coûts ont cette fois été réduits grâce à un effet volume.

### ***Flux de trésorerie d'investissements***

Les flux d'investissements sont représentatifs essentiellement d'acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles dédiées à la R&D. Les montants plus significatifs sur 2005 et 2004 ont été rendus possibles par la souscription d'un emprunt convertible de 800K€ en septembre 2003.

Le montant sensiblement plus élevé constaté en 2005 résulte dans une certaine mesure de travaux d'agencements liés à l'agrandissement du siège social et notamment de la superficie dédiée à la R&D ainsi que pour l'essentiel des achats de matériel dédiés à la R&D.

### ***Flux de trésorerie de financements***

Outre les remboursements d'emprunts à moyen terme, les flux de financement de la période se caractérisent par la souscription d'un emprunt convertible en action de 800 K€. Après le report de l'introduction sur le Nouveau Marché, cette levée a permis à MGI de notamment poursuivre ses efforts de R&D pendant la crise que traversait le marché et de disposer de sa nouvelle gamme de Presse Numérique début 2004 alors que le marché affichait des signes de reprise.

### **10.3 Conditions d'emprunt et structure de financement.**

Outre ses capitaux propres, MGI bénéficie de dettes financières dont la majeure partie est constituée d'un emprunt convertible de 800 K€ souscrit au taux fixe de 3% par le FCP CL Développement 2 à hauteur de 500 K€, le solde étant réparti entre les fondateurs.

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

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

### **10.5 Sources de financements attendues, nécessaires pour honorer les engagements**

En raison de sa trésorerie actuelle, des différentes lignes ouvertes dont elle bénéficie ainsi que de flux d'exploitation positifs qu'elle dégage, la Société estime être en mesure d'autofinancer ses futurs investissements d'exploitation et d'honorer ses engagements.

## 11 RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT, BREVETS ET LICENCES

Depuis sa création, le Groupe M.G.I. s'est attaché à affirmer son savoir-faire en matière d'innovation technologique.

Une équipe de recherche & développement forte notamment de 15 ingénieurs spécialisés et hautement qualifiés dans des domaines aussi divers que l'informatique, électronique, thermodynamique mécanique, a ainsi été constituée.

Rattachée directement au président de la Société, outre la réalisation d'une veille technologique permanente, cette équipe a pour mission d'innover, de développer et de concevoir de nouvelles lignes de produits. Ce véritable savoir-faire se traduit par la mise en œuvre de nombreux programmes de recherche, dont certains sont menés en partenariat avec des écoles d'ingénieurs telle par exemple, l'Institut National Polytechnique de Grenoble (INPG) spécialisée dans le domaine de l'impression à base d'encre liquides.

Les programmes de recherche consistent essentiellement en :

- L'analyse approfondie de l'innovation à apporter et qui souvent provient de besoins ressentis par les clients
- La mise au point de la solution, et le cas échéant,
- La conception d'un prototype
- La rédaction du cahier des charges techniques qui servira ensuite aux sous-traitants intervenants dans la fabrication.

Deux natures de programmes de recherche coexistent en permanence :

► *Des programmes de recherche incrémentale* destinés à améliorer et enrichir la gamme existante.

A titre d'exemple, deux des chantiers en cours concernent :

\* Le développement d'une unité de finition vernis UV. Programmée pour fin 2006, cette unité permettra d'apposer une couche de vernis sur tous les supports papier.

\* Le développement de la nouvelle Gamme Meteor DP 60 aux capacités supérieures à celle de la DP 40 actuelle (3600 pages A4/heure, 38.000 Cartes / heure, 7 000 photos 10x15/heure).

► *Des programmes de recherche destinés à créer une rupture technologique :*

Fort d'un savoir-faire reconnu, le groupe MGI a été retenu comme unique partenaire industriel dans le cadre d'un consortium intégrant le CNRS, le CEA (LETI), l'UJF, l'INPG, l'Université Jean Monet et l'Université de Savoie en vue de développer une technologie dans le domaine du jet d'encre qui viendra marquer une rupture avec les technologies existantes et qui se traduira par des coûts considérablement réduits mais avec une précision et des performances bien supérieures.

Dans le cadre de ce partenariat, MGI sera propriétaire des droits de propriété intellectuelle résultant des recherches. En cas d'exploitation commerciale, MGI sera alors amené à verser des royalties aux différents partenaires.

Au cours des trois exercices passés, les budgets de R&D, principalement composé de la masse salariale de l'équipe, se sont élevés à 530 K€ en 2005 contre 432 K€ en 2004 et 675 K€ en 2003 alors même que cette année là, le groupe MGI subissait encore les conséquences de la rupture de marché. Malgré les difficultés conjoncturelles, MGI a maintenu son effort de R&D.

Ces montants, comptabilisé en charges de l'exercice et au titre desquels, un crédit d'impôt recherche est régulièrement constaté, traduisent donc clairement l'ambition du Groupe M.G.I. : anticiper en permanence les nouvelles technologies et les évolutions structurantes du marché de l'impression numérique.

Dans la mesure du possible, MGI assure une politique active de protection de sa propriété intellectuelle ce qui l'a notamment conduit à déposer de nombreux brevets (se reporter au paragraphe 4.2.1).

L'offre développée par le groupe n'est dépendante d'aucun brevet ou licence détenu par un tiers.

## **12 INFORMATION SUR LES TENDANCES**

### **12.1 Principales tendances constatées depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2006**

Bénéficiant d'une gamme produit parmi les meilleures du marché ainsi que des fruits des efforts de redéploiement commercial engagés en 2004 et poursuivis en 2005, la croissance est au rendez-vous des premiers mois de l'exercice 2006.

Ainsi, le total des produits d'exploitation à fin avril 2006 s'établit à près de 3,4 M€ en progression d'environ 39% par rapport à la même période l'exercice précédent.

### **12.2 Tendances et perspectives de la Société**

Pour les raisons évoquées ci-dessus quant au positionnement concurrentiel et commercial du groupe, MGI anticipe pour 2006, un taux de croissance du chiffre d'affaires annuel à un niveau proche de celui constaté l'an passé (pour mémoire, +25,7%).

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

La Société n'entend pas faire de prévisions ou estimation de bénéfice.

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

### 14.1 Dirigeants et administrateurs de la Société

#### 14.1.1 Informations générales relatives aux dirigeants et administrateurs

Nom	Fonction	Principale fonction au sein de la société
Edmond ABERGEL	PDG	Président
Victor ABERGEL	Administrateur & directeur général délégué	Responsable finances et export (Europe, Moyen-Orient et Afrique)
Michael ABERGEL	Administrateur	Responsable de la filiale américaine
Françoise BUSSON	Administrateur	Responsable administrative
Crédit Agricole Private Equity représenté par J-Michel STARON (*)	Administrateur	
Jean-Pierre GERAULT	Administrateur	Directeur de la communication

(\*) Il est prévu qu'à compter de l'introduction en bourse, le Crédit Agricole Private Equity renonce à son mandat d'administrateur.

Messieurs Edmond et Victor Abergel, Madame Françoise Busson ainsi que Jean-Pierre Gérault ont pour adresse professionnelles le 161 avenue de Verdun à Ivry sur Seine.

Monsieur Michael Abergel a pour adresse professionnelle le siège de la filiale américain à Melbourne(Floride).

Messieurs Edmond, Victor et Michael Abergel sont frères.

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

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

#### 14.1.2 Autres mandats sociaux et fonctions exercés

NOM	Autres mandats en cours	Autres fonctions principales exercées actuellement
Edmond Abergel	Aucun	Aucune
Michael Abergel	Aucun	Aucune
Victor Abergel	Aucun	Aucune
Françoise Busson	Aucun	Aucune
Jean-Pierre Gérault	Société KM&P : Président Société I2S : Administrateur	Aucune
FCP Crédit Agricole Private Equity représenté par J-Michel STARON *	Censeur de Financière DSGD Membre du conseil de surveillance de LEASECOM Administrateur de SETAM Membre du comité stratégique de SETAM	

### **Mandats exercés en dehors du groupe au cours des 5 derniers exercices :**

- Edmond, Michael et Victor Abergel : Néant.
- Françoise Busson : Néant.
- Jean-Pierre Gérard :
  - Gérant de l' EURL ROSYPAR et PASYRO
  - Président de F2X SCA
  
- Jean-Michel Staron :
  - SA MARC ORIAN – membre conseil de surveillance
  - SAS ARTEFACT DEVELOPPEMENT – membre du Comité Stratégique
  - SAS Financière CORA – président du Comité de Surveillance

En qualité de représentant permanent

  - de CLPE : SAS ERIM Développement, membre du comité stratégique
  - de CLCI : SA CORA Industries, administrateur

#### **14.1.3 Biographie des dirigeants et des administrateurs**

Se reporter 6.5.1. où figure les CV des dirigeants qui sont également administrateurs.

**Françoise BUSSON:** De formation DEUG Droit, elle commence sa carrière dans les banques (Crédit Lyonnais, Crédit Agricole) jusqu'en 1980 dans la gestion administrative. En 1982 elle participe à la création de la société MGI et prend en charge l'ensemble de l'organisation de la gestion administrative de l'entreprise.

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

A l'exception du conflit d'intérêts potentiel pouvant résulter d'une convention existant avec une société détenue par Monsieur Jean-Pierre Gérard, les administrateurs et dirigeants n'ont pas de conflit d'intérêts direct avec la Société.

Se référer au paragraphe 19 « conventions avec les apparentés ».

## 15 RÉMUNÉRATION ET AVANTAGES

### 15.1 Rémunération des administrateurs et dirigeants

*Au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2005 :*

	Rémunération brute totale (€) (hors charges)	Partie fixe	Partie variable	Avantage en nature	Jetons de présence	Régime complémentaire de retraite
Edmond ABERGEL	128 380	125 632		2 748		
Victor ABERGEL	129 067	126 319		2 748		
Michael ABERGEL	138 000	138 000				
Françoise BUSSON	92 329	92 329				
Jean-Pierre GERAULT	119.500	119.500				

*Au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2004 :*

	Rémunération brute totale (€) (hors charges)	Partie fixe	Partie variable	Avantage en nature	Jetons de présence	Régime complémentaire de retraite
Edmond ABERGEL	94 783	92 035		2 748		
Victor ABERGEL	96 036	93 288		2 748		
Michael ABERGEL	131 000	131 000				
Françoise BUSSON	71 336	71 336				
Jean-Pierre GERAULT	134.000					

Aucune prime de départ ou d'arrivée n'a été versée ou n'est susceptible d'être versée à ce jour, à un des membres du conseil d'administration.

### 15.2 Sommes provisionnées par la Société aux fins de versement de pensions, retraites et autres avantages

Aucune provision n'a été constituée à ce titre au profit des dirigeants.

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

### 16.1 Composition du conseil d'administration

Nom	Fonction	Date de 1ère nomination	Date de fin de mandat	Nb actions détenues au 15 mai 06	Nb actions détenues après conversion d'OCA **
Edmond ABERGEL	PDG	AGE du 1er sept 99 Renouvelé par l'AG du 27/05/05	AG statuant sur les comptes clos le 31/12/2010	551 261	626 261
Victor ABERGEL	Administrateur directeur général délégué	AGE du 1er sept 99 Renouvelé par l'AG du 27/05/05	AG statuant sur les comptes clos le 31/12/2010	466 474	541 474
Michael ABERGEL	Administrateur	AGE du 9 février 2001	AG statuant sur les comptes clos le 31/12/2006	256 649	331 649
Françoise BUSSON	Administrateur	AGE du 1er sept 99 Renouvelé par l'AG du 27/05/05	AG statuant sur les comptes clos le 31/12/2010	551 261	626 261
Crédit Agricole Private Equity représenté par J-Michel STARON *	Administrateur	AGE du 17/07/2001	AG statuant sur les comptes clos le 31/12/2006	367 000 *	867 000 *
Jean-Pierre GERAULT	Administrateur	AGE du 30/09/2003 Renouvelé par l'AG du 27 avril 2006	AG statuant sur les comptes clos le 31/12/2011	90 303	90 303

(\*) Actions détenues par le FCP CL Développement 2 dont Crédit Agricole Private Equity est le gestionnaire.

(\*\*) La dernière colonne du tableau présente le nombre d'actions détenues par chacun des administrateurs après conversion des obligations conversions convertibles, cette conversion devant être effective au moment de l'admission des titres MGI à la cote d'Alternext mais sous condition suspensive de la réalisation matérielle de cette dernière, et avant cessions envisagées dans le cadre de ladite introduction en bourse.

### 16.2 Contrats entre les administrateurs et la Société

Il n'existe aucune convention conclue entre la Société et l'un de ses administrateurs ou dirigeants.

### 16.3 Comités d'audit et de rémunération

MGI n'a mis en place à ce jour, de comités d'audit ou de rémunération.

### 16.4 Gouvernement d'entreprise

Compte tenu de sa taille encore limitée, MGI n' a pas encore engagé un début de réflexion quant aux pratiques en matière de « corporate governance ».

La société ne dispose donc d'aucun comité spécialisé, ni de procédures permettant de mesurer la performance du conseil d'administration.

Il n'existe à ce jour aucune règle concernant les restrictions ou interdictions d'intervention des administrateurs sur des opérations sur les titres de sociétés pour lesquelles ils disposent d'informations non encore rendues publiques.

Le Conseil d'administration ne comprend pas d'administrateur indépendant au sens du rapport Bouton, ni d'administrateur élu par les salariés.

#### *Fonctionnement du Conseil d'administration*

Au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2005, le conseil d'administration s'est réuni 2 fois, pour aborder principalement les thèmes suivants :

- L'arrêté des comptes 2004

- La rémunération du directeur général et directeur général délégué
- L'émission de BSA 4
- Le choix de la non dissociation de fonctions de président et directeur général.

Le taux de présence moyen à ces conseils d'administration constaté au cours de l'année 2005, était de 100 %.

Il n'existe à ce jour aucune mesure prise pour évaluer les performances du conseil d'administration mais une réflexion pourra être engagée sur le sujet dès lors que la croissance de l'activité le justifiera. Ainsi, en application des recommandations figurant dans le rapport du groupe de travail présidé par Monsieur Daniel Bouton intitulé « Pour un meilleur gouvernement des entreprises cotées » publié le 22 septembre 2002, il s'agira notamment de définir les modalités selon lesquelles le conseil d'administration procèdera régulièrement à sa propre évaluation.

## 16.5 Rapport sur les procédures et le contrôle interne

### TRAVAUX DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Séances 2006 Du <b>27 avril 2006</b>	Administrateurs <b>Présents : 5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Arrête des comptes annuels au 31/12/2005</li> <li>▪ Affectation des résultats</li> <li>▪ Validation du projet d'introduction de la société sur ALTERNEX</li> <li>▪ Organisation de la communication financière</li> <li>▪ Convocation de l'assemblée Générale Ordinaire au 27/04/2006 et fixation de son ordre du jour</li> </ul>
---	--	--

### CONTROLE INTERNE

#### **OBJECTIFS DU CONTROLE INTERNE**

Le contrôle interne est un processus mis en œuvre par les dirigeants et le personnel d'une organisation, à quelque niveau que ce soit, destiné à leur donner en permanence une assurance raisonnable que :

- les informations sont réalisées, sécurisées, optimisées et permettent ainsi à l'organisation d'atteindre ses objectifs de base, de performance, de rentabilité et de protection du patrimoine ;
- les informations financières sont fiables ;
- les lois, les réglementations et les directives de l'organisation sont respectées.

#### **ORGANISATION GENERALE DU CONTROLE INTERNE**

L'organisation des structures qui concourent au contrôle interne est détaillée ci-dessous :

##### ◆ Le contrôle de gestion :

Il a pour objectifs :

- De planifier et de définir les objectifs économiques de l'entreprise ;
- De mettre en place différents reportings, financier ou commercial permettant à l'entreprise d'analyser son activité et de l'aider à prendre des décisions ;
- D'analyser les écarts entre les résultats réalisés et les objectifs, d'en expliciter les causes et de suivre la mise en place des mesures correctives correspondantes ;
- De s'assurer de l'exactitude des données de base et de contrôler la cohérence des restitutions des systèmes d'information financière.

Le contrôle de gestion est assuré par la Direction Comptable sous contrôle de la Direction Générale.

#### ◆ **La comptabilité**

Elle a pour objectifs :

- Contrôler la fiabilité des processus de collecte et de traitement des données de base de l'information financière ;
- Garantir que les états financiers sociaux et consolidés sont élaborés dans le respect des normes et règlements en vigueur et du principe de permanence des méthodes comptables, et donnent une vision sincère de l'activité et de la situation de la société ;
- D'assurer la disponibilité des informations financières sous une forme et dans les délais en vigueur ;
- Définir et contrôler l'application des procédures de sécurité financière respectant notamment le principe de séparation des tâches.

L'activité comptable est assurée par :

- Une comptable en charge de la comptabilité client
- Une comptable en charge de la comptabilité fournisseur et l'enregistrement des journaux de trésorerie.
- D'une directrice comptable en charge de :
  - Définir la doctrine comptable ;
  - Contrôler et analyser toutes les données comptables enregistrées dans les systèmes d'information
  - Élaborer les états financiers sociaux mensuels et annuels
  - Élaborer les états financiers consolidés annuels
  - Coordonner avec le Commissaire aux Comptes et de mettre à sa disposition toutes les informations utiles à l'exécution de ses contrôles.

#### **La trésorerie**

L'élaboration des prévisions de trésorerie est assurée par la Directrice Comptable sous le contrôle et l'approbation du Président Directeur Général.

Le Président Directeur Général contrôle l'intégralité des flux de trésorerie quotidiennement.

#### ◆ **Les ressources humaines**

Le Président Directeur Général assisté de la Directeur Général s'assure du respect par la société des dispositions du Code du travail.

#### ◆ **Les affaires juridiques**

Le Directeur Général, assistée éventuellement d'un conseil externe, s'assure du respect des dispositions en matière du droit des sociétés et éventuellement du suivi des risques de contentieux juridiques.

#### ◆ **L'audit interne**

Etant donné la taille de la société, celle-ci ne dispose pas d'une structure d'audit interne dédiée.

### ***DESCRIPTION SYNTHETIQUE DES PROCEDURES DE CONTROLE INTERNE***

#### ◆ **Procédure de contrôle de gestion**

##### *Élaboration du budget annuel*

Il est établi par la Direction Générale et la Direction Commerciale

### Tableau de bord mensuel

Différents tableaux de bord sont élaborés mensuellement à partir du transfert de fichiers comptables sur le programme Excel.

Ils sont transmis à la Direction Générale vers le 15 du mois N+1.

Le résultat mensuel est comparé au résultat budgété, les écarts sont analysés. Il est également indiqué le résultat cumulé de la période.

L'écart et les variations sur l'évolution du chiffre d'affaires France, export et par famille de produits sont minutieusement analysés par la Direction Générale.

### Prévisions commerciales

Le plan d'action commerciale est élaboré en début d'année ; les différents axes de communications sont définis.

La présence de la société dans les différents salons tant en France qu'à l'étranger lui permette d'être en relation directe avec sa clientèle et de procéder aux différentes applications de ses produits.

Chaque contact client, chaque démonstration sont relevés par la direction commerciale qui met à jour régulièrement les fichiers prospects.

Des réunions entre les commerciaux et leur direction permettent dévaluer l'action commerciale d'une manière hebdomadaire.

### Prévisions de trésorerie

La direction comptable établie des prévisions de trésorerie sur les mois N+1 et N+2.

Une révision hebdomadaire du mois N+1 est effectuée en fonction des flux réels de trésorerie comptabilisés au jour le jour. Ces situations sont présentées à la Direction Générale.

## ◆ Procédure de contrôle des engagements

### Achats stockés

- Bon de commande :

Il est déclenché dès que les stocks ont atteint un niveau minime, ou par des besoins spécifiques pour le développement de nouveaux produits. Toutes commandes fournisseurs fait l'objet d'un bon de commande et regroupe les informations suivantes : département émetteur, date de la commande, référence fournisseur, référence prix et quantité, validation par le responsable des achats.

Les bons de commandes sont gérés avec logiciel « gestion commerciale » de Sage. Les bons de commandes adressés aux fournisseurs y sont saisis par le service achat. A la réception de la marchandise le bon de livraison est validé dans la « gestion commerciale » et génère l'entrée en stock de la marchandise.

A la réception de la facture fournisseur par le service comptabilité, ce dernier contrôle le BL validé et le « transforme » en « facture » qui est réconciliée avec la facture originale du fournisseur. Après validation sur cette réconciliation en « gestion commerciale », l'interface comptable s'effectue automatiquement dans le logiciel « comptabilité » de SAGE. Pour ce faire, a chaque produit est affecté un compte comptable.

### Frais de déplacement

La procédure détermine les conditions dans lesquelles un collaborateur peut engager des dépenses

(définition de la nature de la dépense et de son montant) dans l'intérêt de la société et dans le cadre de son activité professionnelle tant en franche qu'à l'étranger.

#### ◆ **Procédure de reconnaissance du chiffres d'affaires**

Il existe deux types de chiffres d'affaires :

- les contrats de maintenance : la facturation est déclenchée après réception du contrat de maintenance visé par le client.
- les ventes de consommables et de machines : la préparation des commandes est déclenchée uniquement après avoir obtenu un bon de commande. Le bon de commande est rapproché du stock réel et de l'encours de production. La préparation des produits à envoyer génère un bon de livraison.

L'étape de la facturation est effectuée de manière suivante :

- pour les expéditions des consommables : le jour même, après expédition ou enlèvement par le client,
- pour les équipements : dès réception du procès verbal de livraison, complété et signé par le commercial de la société et le client, et après livraison

A chaque code article est affecté un compte comptable qui va permettre, après comptabilisation des factures, d'intégrer les écritures mensuelles de facturation, dans le logiciel "comptabilité" "Sage".

L'interface automatique, est validée par la Direction Comptable, qui a pour rôle de contrôler le total des facturations établi par la "gestion commerciale" avec le chiffre d'affaires comptabilisé dans la "comptabilité".

L'ensemble du processus de facturation des comptes clients est assuré par le logiciel de "gestion commerciale" "Sage".

Tous les produits ou prestations vendus sont référencés par un code, dit "code chrono", auquel est fixé un prix de vente en hors taxe.

Chaque société devenant client se voit attribuer un compte pour les différentes transactions / relations commerciales. Les conditions de paiement lui sont alors définies, en fonction de l'acceptation ou non par notre organisme de crédit client.

#### ◆ **Procédure de contrôle des encaissements**

##### Encaissements :

Il peut y avoir différentes étapes lors d'une commande passée par un client, à savoir :

- Le client doit payer à la commande, il nous faxe la liste de ses produits à commander ou nous l'envoie par courrier (ce mode de règlement est défini selon les problèmes de paiement rencontrés avec celui-ci auparavant). Un accusé de commande (création d'un bon de commande) lui est faxé pour le montant à régler avant envoi des marchandises et dès réception du règlement, nous lui expédions sa commande.
- Le client passe sa commande par fax ou par téléphone pour recevoir un devis par fax (le devis ne déstocke pas de produit). Dès validation du devis par retour de fax, le devis est généré en bon de commande (qui ne déstocke pas non plus le produit, mais qui défalque uniquement le stock à terme pour le suivi du prévisionnel des départs).

##### Relances clients :

Les relances clients sont assurées mensuellement par la comptable en charge de la facturation client, après revue des soldes avec la Direction Comptable.

#### ◆ **Procédure de contrôle de la trésorerie**

##### Remise en banque des chèques clients :

La remise des chèques s'effectue dans le logiciel « moyen de paiement » qui va permettre lors de la saisie :

- de sélectionner le client,
- de lettrer immédiatement la ou les factures payées,
- d'imprimer le bordereau de remise adressé à la banque avec les chèques.
- d'intégrer automatiquement dans le logiciel « comptabilité » l'écriture comptable

##### Remise en banque des effets clients :

Le principe de traitements est identique aux remises de chèques, sauf que le détail des effets à encaisser est télétransmis directement à la banque par le logiciel « telbac ».

##### Rapprochement bancaire :

Ils sont effectués par la comptable en charge de ce travail et contrôlé par la Direction Comptable.

#### ◆ **Procédure de production et de contrôle de l'information financière**

##### Outils comptables :

La société MGI utilise les logiciels suivants :

- CCMX « Master Paye » pour le traitement des salaires
- SAGE pour la « Gestion Commerciale », dont les factures de ventes et d'achats sont intégrées automatiquement dans le logiciel comptable « Comptabilité »
- SAGE « Moyen de paiement » pour les encaissements client, dont les écritures sont interfacées automatiquement dans le logiciel de comptabilité
- SAGE « Etats financiers » pour l'établissement de la liasse fiscale et de l'annexe. La balance du logiciel Sage comptabilité est interfacée dans états financiers, aucune écriture complémentaire n'étant saisie dans ce logiciel.
- EXCEL pour l'établissement des comptes consolidés.

##### Procédures d'arrêté des comptes

Mensuellement tous les comptes comptables généraux et auxiliaires sont revus, analysés et si besoin lettrés par la Direction Comptable qui établit ensuite un résultat d'exploitation présenté à la Direction Générale.

L'arrête des comptes sociaux annuels est supporté par des dossiers d'analyses de chaque compte comptable puis de justificatifs et commentaires sur les décisions de gestion prises par la Direction Générale.

Plusieurs réunions de synthèse avec le commissaire aux comptes permettent de recueillir des remarques éventuelles sur l'arrêté des comptes provisoires.

Les comptes sont ensuite présentés au Président avant d'être finalement arrêtés par le Conseil d'Administration.

#### ◆ **Service stocks/ réception et sortie de marchandises**

Deux salariés sont responsables de la gestion des stocks. Ils sont les seuls habilités à réceptionner ou à faire sortir les marchandises du local protégé où elles sont stockées.

### Réception de marchandises

Un responsable du stock réceptionne les marchandises et mentionne la date, le nom de l'expéditeur, le nombre de colis, l'état des emballages. Un contrôle des quantités et de la qualité est effectué avec le bon de livraison qui est ensuite signé par le gestionnaire du stock.

Un double du BL est transmis à la comptabilité. Toute anomalie est constatée sur le BL.

Les marchandises sont ensuite stockées d'après leur appartenance famille dans le local stock.

### Sortie de marchandises pour livraison

Toute sortie de marchandises pour un client doit être effectuée au vue d'un document de réservation établi par le service administratif responsable de la gestion du compte client. Ce document sert à la préparation des commandes clients. Lorsque la commande est prête, le bon de réservation est signé par le responsable des stocks et transmis au service administratif.

### Sortie de marchandises pour utilisation interne :

Elle donne lieu à l'établissement d'un BL, qui mentionne le service demandeur, la quantité de marchandises et le date.

Il permet au responsable de stock de procéder au déstockage.

### ◆ Procédure d'inventaire physique annuel

Les stocks sont comptés physiquement 1 fois par an pour l'inventaire du 31 décembre :

- matières premières et fournitures
- produits en cours de fabrication
- produits finis

Une équipe de 2 personnes supervisée par un responsable technique est en charge du comptage pour chaque zone. Chaque produit fait donc l'objet d'un double comptage. En cas de désaccord sur ce comptage une troisième personne doit intervenir pour contrôle et comptage définitif.

Sur chaque état de stock les quantités comptées sont notées, les personnes en charge du comptage doivent signer et dater ces états de stocks. Ces derniers sont remis à la Direction comptable qui assurera avec une personne des services administratifs un contrôle par comptage aléatoire.

Un état des inventaires permanents par zones de stockage et famille de produits issus de la « gestion commerciale » est édité.

L'inventaire réel est comparé à l'inventaire permanent et les écarts sont analysés.

## 17 SALARIÉS

### 17.1 Organisation des effectifs de la Société

Au 31 décembre 2005, le Groupe M.G.I. comptait 47 collaborateurs dont l'essentiel est basé en France.

#### France

Effectifs	déc-03	déc-04	déc-05
Direction Générale	2	2	2
Administration	6	6	4
Commercial	6	6	6
Recherche et Développement	14	14	15
Service Après Vente	5	4	5
Production	3	4	4
<b>TOTALI</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>36</b>

**États-Unis** : Au 31 décembre, la filiale américaine comptait 11 collaborateurs dont la majeure partie dédiée aux fonctions commerciale et après-vente. Cet effectif a été sensiblement renforcé au cours de l'exercice 2005 à l'occasion du redéploiement de l'offre sur le territoire américain (2 embauches) à la fois dans son approche commerciale directe que dans le cadre de l'accompagnement sur le terrain des distributeurs.

### 17.2 Participations et stock options des administrateurs et dirigeants

Nom	Fonction	% de capital détenu au 1er juin 2006	% de capital détenu avant introduction après conversion des OCA	Stock-options/ BSA
Edmond ABERGEL	PDG	21,38%	18,54%	
Victor ABERGEL	Administrateur & DG délégué	18,09%	16,03%	
Michael ABERGEL	Administrateur	9,95%	9,82%	
Françoise BUSSON	Administrateur	21,38%	18,54%	
FCP Crédit Agricole Private Equity représenté par JM STARON *	Administrateur	14,23%	25,66%	
Jean-Pierre GERAULT	Administrateur	3,50%	2,67%	0,422% (*)

(\*) Sur la base du capital existant à ce jour.

### 17.3 Participation des salariés dans le capital de la Société

Les deux seuls salariés également actionnaires sont aussi administrateurs. Il s'agit de Monsieur Victor Abergel et de Madame Françoise Busson (voir tableau ci-dessus).

## **18 PRINCIPAUX ACTIONNAIRES**

### **18.1 Actionnaires significatifs non représentés au conseil d'administration**

La répartition du capital détaillée figure au paragraphe 21.1.8 C.

Les deux seuls actionnaires significatifs non représentés au conseil d'administration sont :

- SNVB Participations (groupe CIC) détenant à ce jour 5,68% du capital, et,
- Finances & Stratégies (groupe CIC) détenant à ce jour 5,67% du capital.

### **18.2 Droits de vote des principaux actionnaires.**

A ce jour, les principaux actionnaires de la Société ne bénéficient pas de droits de vote différents de ceux des autres actionnaires de la Société. Toutefois, par décision de l'AGM du 27 avril 2006, à l'occasion de l'introduction en bourse, un droit de vote double a été instauré au profit des actionnaires détenant leurs titres sous la forme nominative depuis au moins trois ans, étant entendu que ce délai courra de manière rétroactive.

### **18.3 Contrôle de la Société**

Aucun actionnaire ne contrôle à lui seul le capital de la société, ni ne détient de minorité de blocage.

La Société n'a donc pas mis en place des mesures en vue d'assurer qu'un tel contrôle n'aurait pas été exercé de manière abusive.

### **18.4 Accords pouvant entraîner un changement de contrôle**

A la connaissance de la Société, il n'existe aucun accord en place dont la mise en œuvre pourrait, à une date ultérieure, entraîner un changement de son contrôle.

## 19 OPÉRATIONS AVEC DES APPARENTÉS

La Société a conclu des conventions avec des apparentés, au sens des normes IFRS adoptées conformément au Règlement Européen n° 1606/2002.

### **Les seules opérations de ce type sont :**

a) celles mentionnées dans les rapports spéciaux du commissaire aux comptes pour les exercices 2003, 2004 et 2005. Se reporter au paragraphe 20.4.

Y figure notamment une convention de commissionnement de la filiale américaine. En effet, le conseil d'administration du 30 septembre 2004 a défini sa relation commerciale avec sa filiale MGI USA. Il lui sera attribué une commission de 30 % sur le montant hors taxes et hors transport des équipements vendus pour le compte de MGI France, ainsi qu'une commission de 15 % sur les ventes hors taxes des consommables.

En raison de son implantation géographique, elle pourra procéder à des ventes directes sur l'état de la Floride.

En 2005, les commissions de ventes facturées par MGU USA sont d'un montant de 557, 5 K€.

Les administrateurs concernés par ces conventions sont Messieurs Edmond ABERGEL, Victor ABERGEL et Michaël ABERGEL.

b) Une convention a été conclue avec Kairos Management Participation, société contrôlée par Jean-Pierre Gérard administrateur, le 1<sup>er</sup> février 2005.

**Objet de la convention :** La convention prévoit la collaboration de M. Jean-Pierre Gérard pour la mise en œuvre opérationnelle des aspects marketing, de communication et de notoriété de la société MGI.

**Rémunération :** 8.000,00 € H.T. mensuel + 500,00 € H.T. au titre des frais et débours.

**Durée :** La durée était initialement de six mois renouvelable par période de trois mois par tacite reconduction.

Au titre de cette convention, il a été supporté par MGI une charge de 119.500 € HT au titre de l'exercice 2005.

La procédure relative aux conventions réglementées n'a pas été suivie dans la mesure où c'est une assemblée où 100% du capital était représenté, qui a confié cette mission à la société KAIROS, et non pas le conseil d'administration de MGI.

Le choix de KAIROS a été essentiellement motivé par l'expérience professionnelle de M. Gérard (se reporter au paragraphe 6.5.1).

KAIROS est une société de conseil présidée par Monsieur JP Gérard, qui outre MGI compte d'autres clients dont le profil type est surtout des sociétés technologiques à rayonnement commercial international.

Les honoraires versés à KAIROS au titre de cette convention, soit 119.500 € HT au titre de 2005, sont comptabilisés au poste « Autres Charges Externes ».

Depuis la clôture au 31 décembre 2005, aucune nouvelle convention ou opération avec des apparentés n'a été conclue.

## 20 INFORMATIONS FINANCIÈRES CONCERNANT LE PATRIMOINE, LA SITUATION FINANCIÈRE ET LES RÉSULTATS DE L'ÉMETTEUR

### 20.1 Informations financières historiques

#### 20.1.1 Bilans consolidés annuels au 31 décembre 2005, 2004 et 2003 en normes françaises

ACTIF	Note	31 DECEMBRE		
		2005	2004	2003
Ecart d'acquisitions net	1			179
Immobilisations incorporelles nettes	2	65	120	164
Immobilisations corporelles nettes	3	1 271	860	480
Immobilisations financières nettes	4	77	45	230
<b>Total de l'actif immobilisé</b>		<b>1 413</b>	<b>1 025</b>	<b>1 053</b>
Stocks et en cours	5	2 630	2 706	3 261
Clients et comptes rattachés	6	1 100	1 011	839
Autres créances	7	667	749	717
Impôts différés actifs	8	326	276	168
Disponibilités	9	493	339	208
<b>Total de l'actif circulant</b>		<b>5 216</b>	<b>5 081</b>	<b>5 193</b>
Charges constatées d'avance	10	112	24	97
<b>TOTAL DE L'ACTIF</b>		<b>6 741</b>	<b>6 130</b>	<b>6 343</b>

PASSIF		31 DECEMBRE		
		2005	2004	2003
Capital		2 578	2 578	2 518
Primes d'émission		2 191	5 289	5 249
Réserves consolidées		-1 894	-4 474	-3 151
Réserve de conversion		48	37	101
Résultat de l'exercice		746	-563	-1 327
<b>Total capitaux propres du groupe</b>	<b>11</b>	<b>3 669</b>	<b>2 867</b>	<b>3 390</b>
<i>Intérêts minoritaires</i>				
<b>Provisions pour risques et charges</b>			<b>20</b>	<b>20</b>
Emprunts et dettes financières	12	1 003	1 340	1 586
Fournisseurs et Comptes rattachés		1 164	1 163	696
Dettes sociales et fiscales	13	375	387	447
Autres Dettes	13	411	160	15
<b>Total des dettes</b>		<b>2 953</b>	<b>3 050</b>	<b>2 744</b>
Produits constatés d'avance	13	119	193	189
<b>TOTAL DU PASSIF</b>		<b>6 741</b>	<b>6 130</b>	<b>6 343</b>

**20.1.2** Comptes de résultat consolidés annuels au 31 décembre 2005, au 31 décembre 2004 et au 31 décembre 2003, en normes françaises.

<b>COMPTE DE RESULTAT</b>				
	<i>NOTE</i>	<b>2005</b>	<b>2004</b>	<b>2003</b>
Chiffres d'affaires	<i>14</i>	8 172	6 498	4 282
Autres produits d'exploitation	<i>15</i>	679	360	1 075
<b>Produits d'exploitation</b>		<b>8 851</b>	<b>6 858</b>	<b>5 357</b>
Achats et variations de stocks		3 252	2 646	1 863
Autres charges externes	<i>16</i>	1 837	1 785	1 486
Impôts et taxes		177	185	170
Charges de personnel		2 505	2 285	2 386
Dotations aux amortissements	<i>17</i>	368	223	207
Dotations aux provisions	<i>17</i>	205	112	108
Autres charges		5	9	12
<b>Charges d'exploitation</b>		<b>8 350</b>	<b>7 245</b>	<b>6 232</b>
<b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>		<b>501</b>	<b>-387</b>	<b>-875</b>
Produits financiers		115	5	25
Charges financières		74	45	468
<b>RESULTAT FINANCIER</b>		<b>18</b>	<b>41</b>	<b>-443</b>
<i>RESULTAT COURANT DES ENTREPRISES INTEGREES</i>		542	-427	-1 318
<i>RESULTAT EXCEPTIONNEL</i>		<i>19</i>	-19	-247
<b>RESULTAT DES ENTREPRISES INTEGREES AVANT IMPOT</b>		<b>523</b>	<b>-674</b>	<b>-1 334</b>
Impôts courant	<i>20</i>	173	182	140
Impôts différés	<i>20</i>	50	108	168
<b>Impôts sur les sociétés</b>		<b>223</b>	<b>290</b>	<b>308</b>
Dotations aux amortissements des écarts d'acquisition			179	301
<b>RESULTAT NET DES ENTREPRISES INTEGREES</b>		<b>746</b>	<b>-563</b>	<b>-1 327</b>

### 20.1.3 Tableau de variation des capitaux propres consolidés

CAPITAUX PROPRES DU GROUPE	CAPITAL	PRIMES RESERVES	RESULTAT CONSOLIDE	RESERVE DE CONVERSION	TOTAL
<b>31-déc-2003</b>	<b>2 518</b>	<b>2 098</b>	<b>-1 327</b>	<b>101</b>	<b>3 390</b>
Affectation du résultat n-1		-1 327	1 327		0
Augmentation de capital et primes d'émission	60	40			100
Variation des réserves consolidées		4			4
Variation des réserves de conversion				-64	-64
Résultat de l'exercice n			-563		-563
<b>31-déc-04</b>	<b>2 578</b>	<b>815</b>	<b>-563</b>	<b>37</b>	<b>2 867</b>
Affectation du résultat n-1		-563	563		0
Variation des réserves consolidées		45			45
Variation des réserves de conversion				11	11
Résultat de l'exercice n			746		746
<b>31-déc-05</b>	<b>2 578</b>	<b>297</b>	<b>746</b>	<b>48</b>	<b>3 669</b>

### 20.1.4 Tableau consolidé des flux de trésorerie

	2005	2004	2003
<b>FLUX DE TRESORERIE LIES A L'ACTIVITE</b>			
RESULTAT NET DES ENTREPRISES INTEGREES	746	-563	-1 327
Elimination des charges et produits sans incidence sur la trésorerie ou non liés à l'activité			
Amortissements et provisions nets	455	506	616
Plus ou moins values de cession nettes d'impôt		179	
Impôts différés	50	108	168
<b>Marge brute d'autofinancement des sociétés intégrées</b>	<b>1 251</b>	<b>230</b>	<b>-543</b>
Variations des créances d'exploitation	-176	212	-590
Variations des dettes d'exploitation	146	556	383
<b>Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité</b>	<b>-30</b>	<b>768</b>	<b>-207</b>
<b>Flux net de trésorerie lié à l'activité</b>	<b>1 221</b>	<b>998</b>	<b>-750</b>
<b>FLUX DE TRESORERIE LIES AUX OPERATIONS D'INVESTISSEMENT</b>			
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	724	742	234
Cessions ou diminutions d'immobilisations corporelles ou incorporelles			
Variation des immobilisations financières	-32	185	68
Indemnité d'assurances sur immobilisations	14		
<b>Flux net de trésorerie lié aux opérations d'investissement</b>	<b>-742</b>	<b>-557</b>	<b>-166</b>
<b>FLUX DE TRESORERIE LIES AUX OPERATIONS DE FINANCEMENT</b>			
Remboursement d'emprunt	368	407	365
Souscription d'emprunt	32	161	950
<b>Flux net de trésorerie lié aux opérations de financement</b>	<b>-336</b>	<b>-246</b>	<b>635</b>
Incidences des variations de taux de change	11	-64	-11
<b>VARIATION DE TRESORERIE</b>	<b>154</b>	<b>131</b>	<b>-292</b>
<b>Trésorerie à l'ouverture</b>	<b>339</b>	<b>208</b>	<b>500</b>
<b>Trésorerie à la fermeture</b>	<b>493</b>	<b>339</b>	<b>208</b>
<b>VARIATION DE TRESORERIE</b>	<b>154</b>	<b>131</b>	<b>-292</b>

## 20.1.5 Méthodes comptables et notes explicatives

### 20.1.5.1 Annexe aux comptes consolidés relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2005

- Nature et description de l'activité

Le groupe M.G.I. propose une gamme complète de systèmes d'impressions numériques à destination des professionnels de l'imprimerie et des arts graphiques.

- Règles et méthodes comptables

#### **Principes de consolidation**

Les comptes consolidés présentés ont été préparés pour les besoins de l'introduction au marché Alternext. de la société M.G.I. SA

Le règlement n° 1606/2002 du Comité de réglementation comptable européen impose l'utilisation des normes comptables internationales IFRS dans les comptes consolidés des sociétés dont les titres sont admis sur un marché réglementé pour les exercices ouverts à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2005.

N'étant pas soumise à cette obligation car n'étant pas cotée sur un marché réglementé M.G.I. SA a opté pour une présentation des comptes consolidés selon les principes comptables généralement admis en France et conformément au règlement CRC 99-02.

Les états financiers des Sociétés dans lesquelles M.G.I. SA exerce directement ou indirectement un contrôle exclusif sont consolidés suivant la méthode de l'intégration globale. Les incidences des transactions entre les Sociétés du groupe sont éliminées.

Les Sociétés incluses dans le périmètre de consolidation sont consolidées sur la base des comptes arrêtés au 31 décembre 2005 en harmonie avec les principes comptables retenus par le groupe.

La société MGS SAS a été créée en octobre 2005 avec pour objectif de distribuer les produits MGI dans la région Rhône Alpes.

M.G.I. SA a souscrit au capital de cette société à hauteur de 30% du capital.

Il a été décidé d'exclure cette société du périmètre de consolidation dans la mesure où aucune activité n'a été générée à la clôture de l'exercice 2005.

#### **Périmètre de consolidation**

Les comptes consolidés comprennent les Sociétés suivantes :

Nom de la Société	Méthode de consolidation	Intérêts (%)	Contrôle (%)	Pays d'activité
M.G.I. S.A	Société Mère	N/A	N/A	France
M.G.I. USA Inc	Intégration Globale	100%	100%	États-Unis

### **Conversion des états financiers et des transactions libellés en monnaie étrangère**

Les bilans des Sociétés étrangères sont convertis en euros au cours de change en vigueur à la date de clôture de l'exercice à l'exception des composantes de la situation nette, qui sont converties aux cours historiques. Les comptes de résultat sont convertis au taux moyen de l'exercice. Les différences de conversion en résultant sont inscrits directement dans les capitaux propres en réserve de conversion.

Les opérations en devises sont converties au taux du jour de la transaction. Les dettes et créances libellées en devises sont converties au cours en vigueur à la date d'établissement des comptes.

Les différences de change dégagées à cette occasion sont comptabilisées en compte de résultat.

### **Écarts d'acquisition**

Les écarts d'acquisition représentent la différence entre le prix d'acquisition des Sociétés consolidées et la quote-part du Groupe dans leur actif net réestimé à sa juste valeur et mis en harmonie avec les principes comptables du groupe à la date des prises de participation.

### **Immobilisations incorporelles**

Les immobilisations incorporelles sont comptabilisées à leur coût d'acquisition.

Les logiciels acquis sont amortis sur le mode linéaire, sur 1an.

Les brevets sont amortis sur le mode linéaire, sur 5 ans.

### **Frais de recherche et développement**

L'ensemble des frais de recherche et développement engagé par les Sociétés du groupe est intégralement comptabilisé en charges au titre de chaque exercice.

Seul le coût de développement du prototype d'une famille de machine est activé et amorti sur 4 ans.

Pour ces prototypes, les critères suivants ont été remplis :

- Évaluation des avantages économiques futurs
- Coûts nettement individualisés.

### **Immobilisations corporelles**

Les immobilisations corporelles sont comptabilisées à leur coût d'acquisition.

Les frais d'entretien et de réparations sont constatés en charge dans l'exercice.

Les amortissements sont calculés sur le mode linéaire sur la durée d'utilisation probable des différentes catégories d'immobilisations. Ces durées sont principalement les suivantes :

- Constructions : linéaire sur 15 ans
- Matériel informatique : linéaire sur 2 à 5 ans.
- Matériel de bureau : linéaire sur 5 ans.
- Mobilier : linéaire sur 5 ans
- Agencements, installations : linéaire sur 10 ans.
- Matériel destiné à la recherche : linéaire sur 4 ans
- Matériel de transport : linéaire sur 2 à 5 ans

Les immobilisations dont le groupe dispose au travers de contrats de crédit-bail sont comptabilisées comme des acquisitions en pleine propriété. Ces immobilisations sont amorties selon la méthode décrite ci-dessus et la dette correspondante figure au passif.

### **Immobilisations financières**

Les immobilisations financières sont représentatives de dépôts et cautionnements, comptabilisés à leur valeur historique, ainsi que les titres non consolidés.

### **Stocks**

Les stocks sont constitués à la fois de stations d'impression numériques, de consommables et de produits en cours de réalisation.

Les en-cours de production et les produits finis sont valorisés au coût de production qui comprend les consommations de matières premières, les coûts de main d'œuvre et les coûts de sous-traitance.

Les stocks de matières premières et de marchandises sont valorisé au prix d'achat moyen pondéré.

La provision pour dépréciation des stocks est évaluée à 90% de la valeur des machines obsolètes ; 10% du coût de ces machines est recyclé en pièces détachées.

### **Clients et comptes rattachés**

La Société commercialise ses services auprès d'une clientèle composée pour l'essentiel de professionnels de l'imprimerie, reprographie et grands comptes. La Société évalue périodiquement le risque crédit et la situation financière de ses clients et provisionne les pertes potentielles sur créances non recouvrables. Le montant de ces pertes est resté dans les limites anticipées par la Direction.

### **Trésorerie**

La Société possède des comptes libellés en devises (US dollars). Il est procédé à leur conversion au taux de clôture de l'exercice.

Les écarts de change (produits ou charges) sont constatés en résultat de l'exercice.

### **Chiffre d'affaires**

Le chiffre d'affaires est composé des éléments suivants :

- Ventes de matériel (stations d'impression numérique)
- Prestations de services (maintenance, formation...)
- Ventes de marchandises (consommables, matériel informatique)

Le chiffre d'affaires issu de la vente de matériels et de marchandises est reconnu à la livraison.

Le chiffre d'affaires issu de la maintenance et du SAV est reconnu prorata temporis sur la durée du contrat. Ce principe entraîne la constatation de produits constatés d'avance pour la partie de la facturation relative à la période postérieure à la date de clôture.

Le chiffre d'affaires issu des autres prestations de services (formation) est reconnu lors de la délivrance du service correspondant.

### **Résultat exceptionnel**

Les charges et produits exceptionnels sont constitués d'éléments qui en raison de leur nature, de leur caractère inhabituel et de leur non récurrence ne peuvent être considérés comme inhérents à l'activité opérationnelle du groupe.

### **Impôt sur les Sociétés**

Les impôts différés sont calculés selon la méthode du report variable pour toutes les différences temporaires existant entre le résultat retraité pour être mis en harmonie avec les principes comptables du groupe et le résultat fiscal de chaque entité consolidée.

L'impôt différé est calculé au taux en vigueur à la fin de l'exercice.

Dans le cas de Sociétés en situation fiscale déficitaire, il n'est pas constaté de créance d'impôt différé, si un retour au bénéfice fiscal n'est pas acquis à court terme.

### **Avantages au personnel**

Conformément aux dispositions de la loi française, la Société s'affranchit de ses obligations de financement des retraites du personnel en France par le versement de cotisations calculées sur la base des salaires aux organismes qui gèrent les programmes de retraite. Il n'y a pas d'autre engagement lié à ces contributions.

La loi française exige également, le cas échéant, le versement en une seule fois d'une indemnité de départ en retraite. Cette indemnité est déterminée en fonction de l'ancienneté et du niveau de rémunération au moment du départ. Les droits sont uniquement acquis aux salariés présents dans l'entreprise à l'âge de la retraite.

L'évaluation de la provision pour indemnité de départ à la retraite a été déterminée suivant un calcul actuariel à partir des éléments suivants : âge de départ à la retraite, probabilité de départ avant la retraite, hypothèses de mortalité, taux de progression des salaires jusqu'au départ à la retraite et taux d'actualisation financière.

Les engagements en matière de retraite sont indiqués en annexe.

M.G.I. SA n'est pas concerné par d'autres avantages au personnel à l'exception du droit à la formation et des médailles du travail dont les montants ont été considérés comme non significatifs.

### **Information sectorielle**

La nature de l'activité du groupe M.G.I.SA permet de définir les secteurs suivants :

Le premier niveau d'information sectoriel est organisé par secteur géographique sur la base de la localisation de ses clients.

Le second niveau d'information sectoriel est organisé par secteur d'activité : imprimantes, consommables et divers.

- Informations relatives aux comptes consolidés

Note 1 : Écarts d'acquisition (en milliers d'euros)

Les écarts d'acquisition peuvent être résumés comme suit :

Il s'agit des écarts d'acquisition dégagés lors de l'apport de titres M.G.I. USA.

Au 31 décembre 1999 la Société M.G.I. SA ne détenait que 49% de la Société M.G.I. Inc, les 51% restants étant détenus par un minoritaire, dirigeant et fondateur de la filiale américaine. Il a été décidé de procéder au rachat de ce bloc de contrôle. Ce rachat a été opéré par acquisition de deux lots successifs rémunérés par voie d'apport de montants respectifs de 1 019 milliers d'euros au 30/06/2000 et 1 996 milliers d'euros au 31/12/2000. Ces opérations ont généré deux écarts de première consolidation distincts et la conséquence est : que la filiale américaine est détenue depuis l'exercice 2000 à 100% par la Société mère.

DATE	BRUT	A MORTISSEMENT ANNUEL	A MORTISSEMENT EXCEPTIONNEL	A MORTISSEMENT CUMULE	ECART A CQUISITION NET
31/12/2000	3 015	51		51	2 964
31/12/2001	3 015	301		352	2 663
31/12/2002	3 015	301	1 882	2 535	480
31/12/2003	3 015	301		2 836	179
31/12/2004	3 015	179		3 015	0
01/01/2005	3 015	0		3 015	0

Note 2 : Immobilisations incorporelles (en milliers d'euros)

Les immobilisations incorporelles se composent comme suit :

	31-déc-05	31/12/2004
Logiciels & Brevets	230	211
Autres immobilisations incorporelles	5	87
<b>Total</b>	<b>235</b>	<b>298</b>
Amortissements	170	178
<b>Valeurs nettes</b>	<b>65</b>	<b>120</b>

L'évolution des immobilisations incorporelles s'analyse comme suit (en milliers d'euros)

	31-déc-04	Augmentations	Diminutions	31-déc-05
Valeurs brutes	298	24	87	235
Amortissements	178	79	87	170
<b>Valeurs nettes</b>	<b>120</b>			<b>65</b>

Note 3 : Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles se composent comme suit (en milliers d'euros) :

	31-déc-05			31-déc-04
	Valeur brutes	Amortissements	Valeurs nettes	Valeurs nettes
Constructions	157	90	67	81
Installations techniques, matériel et outillage	1 771	613	1 158	760
Autres immobilisations corporelles	232	219	13	19
Immobilisations financées par crédit-bail	38	5	33	0
<b>Total</b>	<b>2 198</b>	<b>927</b>	<b>1 271</b>	<b>860</b>

L'évolution des immobilisations corporelles s'analyse comme suit (en milliers d'euros) :

	31-déc-04	Augmentations	Diminutions	31-déc-05
Valeurs brutes	1 569	700	71	2 198
Amortissements	709	289	71	927
Valeurs nettes	860			1 271

Note 4 : Immobilisations financières

L'évolution des immobilisations financières s'analyse comme suit (en milliers d'euros) :

	31-déc-04	Augmentations	Diminutions	31-déc-05
Immobilisations financières	45	32		77

Les immobilisations financières sont représentatives de dépôts et cautionnements versés dans le cadre de la location des locaux. Au 31 décembre 2005, M.G.I.SA a souscrit une participation à hauteur de 30 % du capital de la société MGS SAS pour un montant de 30.000 €; cette nouvelle société a pour objet la distribution des produits M.G.I. SA dans la région Rhône-Alpes

Note 5 : Stocks

Les stocks s'analysent comme suit (en milliers d'euros) :

	31-déc-05			31-déc-04
	Valeur brutes	Dépréciation	Valeurs nettes	Valeurs nettes
Marchandises	1 150		1 150	1 081
Produits Intermédiaires et finis	1 649	169	1 480	1 625
<b>Total</b>	<b>2 799</b>	<b>169</b>	<b>2 630</b>	<b>2 706</b>

Note 6 : Comptes clients

Le détail du compte clients et comptes rattachés est le suivant (en milliers d'euros)

	31/12/2005	31/12/2004
Créances clients	1 251	1 129
Provisions sur créances douteuses	151	118
<b>Total clients et rattachés</b>	<b>1 100</b>	<b>1 011</b>

Note 7 : Autres créances

L'ensemble de ces créances s'analyse comme suit (en milliers d'euros) :

	31/12/2005	31/12/2004
Créances fiscales et sociales	667	698
Autres créances		51
<b>Total</b>	<b>667</b>	<b>749</b>

Les créances fiscales et sociales sont essentiellement composées du crédit d'impôt recherche pour un montant de 594 milliers d'euros en 2005 et 613 milliers d'euros en 2004.

Note 8 : Impôts différés actifs

L'impôt différé actif s'analyse comme suit (en milliers d'euros)

	31/12/2005	31/12/2004
Retraitements de consolidation	472	325
Dotations sur valeur d'acquisition	480	480
<b>Total base fiscalité différée</b>	<b>952</b>	<b>805</b>
<b>Impôt différé actif</b>	<b>326</b>	<b>276</b>

Le taux d'impôt appliqué est de 34%.

Note 9 : Disponibilités

	<b>31/12/2005</b>	<b>31/12/2004</b>
Comptes bancaires en €	280	313
Comptes bancaires en US \$	213	26
<b>Total</b>	<b>493</b>	<b>339</b>

Le détail des disponibilités ressort comme suit (en milliers d'euros) :

Les comptes bancaires en devises (US dollars), sont convertis au taux de clôture.

Note 10 : Charges constatées d'avance (en milliers d'euros) :

Celles-ci sont essentiellement constituées

<b>Charges constatées d'avance</b>	<b>31/12/2005</b>	<b>31/12/2004</b>
Foires et salons	107	15
Autres charges d'exploitation	5	9
<b>Total</b>	<b>112</b>	<b>24</b>

Note 11 : Capital social

**Composition**

Au 31 décembre 2005, le nombre d'actions de M.G.I.SA en circulation s'élève à : 2.578.197 actions de 1€ de valeur nominal .dont 2.020.202 actions ordinaires et 557.995 actions privilégiées.

Bons de Souscription d'Actions en circulation au 31 décembre 2005 : 10 870 BSA .émis au cours de l'année 2005 donnant droit de souscrire à 10.870 actions ordinaires.

Obligations convertibles en circulation au 31 décembre 2005 : 800.000 obligations

Note 12 : Emprunts et dettes financières (en milliers d'euros)

Les emprunts et dettes financières du groupe sont les suivants (en milliers d'euro) :

	31/12/2005	31/12/2004
Emprunt obligataire	800	800
Emprunts auprès des établissements de crédits	146	514
Intérêts courus sur Emprunts	25	26
Dettes de Crédit bail	32	
<b>Total</b>	<b>1 003</b>	<b>1 340</b>

	Au 31/12/2005	
	Emprunts auprès des établissements de crédits	Crédit bail
Moins d'un an	171	12
Entre 1 et 5 ans	800	20
Plus de 5 ans		
<b>Total</b>	<b>971</b>	<b>32</b>

Emprunt obligataire de 800 milliers d'euros dont les caractéristiques sont les suivantes :

Nombre d'obligations : 800.000

Nominal : 1€

La conversion au pair pourra intervenir à tout moment à compter du 30 juin 2006.

Rémunération : 3% l'an payable par année civile.

Note 13 : Dettes

*Dettes fiscales et sociales ( en milliers d'euros )*

Le détail des dettes fiscales et sociales est le suivant :

	31/12/2005	31/12/2004
Dettes envers le personnel	84	73
Dettes fiscales et sociales	291	314
<b>Total</b>	<b>375</b>	<b>387</b>

L'ensemble des dettes fiscales et sociales a une échéance inférieure à un an.

*Autres Dettes (en milliers d'euros)*

Le détail des autres dettes est le suivant :

Autres dettes	31/12/2005	31/12/2004
Acomptes clients	360	106
Actionnaires et divers	51	54
<b>Total</b>	<b>411</b>	<b>160</b>

*Produits Constatés d'Avance (en milliers d'euros )*

Le détail des produits constatés d'avance est le suivant :

<b>Produits constatés d'avance</b>	<b>31/12/2005</b>	<b>31/12/2004</b>
Contrats de maintenance	119	193
<b>Total</b>	<b>119</b>	<b>193</b>

Les produits constatés d'avance sont exclusivement constitués par les contrats de maintenance, retenus prorata temporis sur la durée du contrat.

Note 14 : Information sectorielle (en milliers d'euros)

Le tableau ci-dessous résume de manière synthétique la répartition du chiffre d'affaires d'une part par secteur géographique et d'autre part par secteur d'activité

	<b>2005</b>	<b>2004</b>	<b>2003</b>
Equipements	6 107	5 103	2 821
Consommables	1 582	1 113	910
Maintenances	336	267	226
Autres Prestations	147	15	325
<b>TOTAL</b>	<b>8 172</b>	<b>6 498</b>	<b>4 282</b>

	<b>2005</b>	<b>2004</b>	<b>2003</b>
France	4 164	3 875	2 907
Export	4 008	2 623	1 375
<b>Total C.A</b>	<b>8 172</b>	<b>6 498</b>	<b>4 282</b>

Note 15 : Autres produits d'exploitation (en milliers d'euros )

Les autres produits d'exploitation se décomposent comme suit :

<b>AUTRES PRODUITS D'EXPLOITATION</b>	<b>31/12/2005</b>	<b>31/12/2004</b>
Production stockée	-115	-198
Production immobilisée	652	533
Reprise de provisions et transfert de charges	106	8
Subvention d'exploitation	36	17
<b>Total</b>	<b>679</b>	<b>360</b>

La production immobilisée représente le coût des prototypes des systèmes d'impression numérique développés chaque année.

Note 16 : Autres charges externes (en milliers d'euros )

Les achats et charges externes se composent pour l'essentiel de :

<b>Autres charges externes</b>	<b>31/12/2005</b>	<b>31/12/2004</b>
Publicite , salon	342	323
Loyers	236	225
Autres charges externes	1 259	1 237
<b>TOTAL</b>	<b>1 837</b>	<b>1 785</b>

Note 17 : Dotations aux provisions d'exploitation (en milliers d'euros) :

Les dotations aux provisions d'exploitation se décomposent comme suit :

	<b>31-déc-04</b>	<b>Dotations</b>	<b>Reprises</b>	<b>31-déc-05</b>
Dépréciation clients	118	36	3	151
Dépréciation stocks	95	169	95	169
<b>TOTAL</b>	<b>213</b>	<b>205</b>	<b>98</b>	<b>320</b>

Note 18 : Résultat Financier (en milliers d'euros) :

Le résultat financier est essentiellement composé de :

	<b>31/12/2005</b>	<b>31/12/2004</b>
Différences de change	113	-10
Intérêts et charges financières autres	-72	-30
<b>TOTAL</b>	<b>41</b>	<b>-40</b>

Note 19 : Résultat Exceptionnel (en milliers d'euros) :

Le résultat exceptionnel est essentiellement composé de :

	<b>31/12/2005</b>	<b>31/12/2004</b>
Régularisations produits et charges d'exploitation sur exercices antérieurs	-39	-45
Charges exceptionnelles		-202
Reprise de Provision pour risques	20	
<b>TOTAL</b>	<b>-19</b>	<b>-247</b>

Note 20 : Impôts sur les sociétés

Impôts différés (en milliers d'euros)

	<b>2005</b>
Retraitement consolidation	147
Base	147
<b>IMPOTS DIFFERES</b>	<b>50</b>

Le taux d'impôt sur les sociétés est de 34%.

Impôts courants (en milliers d'euros)

	<b>2005</b>
Impôts Sociétés	-15
Crédit d'impôt Recherche	188
<b>IMPOT COURANT</b>	<b>173</b>

Note 21 : Autres informations

- REMUNERATIONS ALLOUEES AUX ORGANES DE DIRECTION

Le montant des rémunérations allouées au titre de l'exercice 2005 aux organes de direction de la Société en raison de leurs fonctions dans les Sociétés du groupe s'élève à 395 milliers d'euros.

Le montant des rémunérations allouées au titre de l'exercice 2004 aux organes de direction de la Société en raison de leurs fonctions dans les Sociétés du groupe s'élève à 310 milliers d'euros.

- EFFECTIF MOYEN DU GROUPE

L'effectif moyen du groupe se décompose comme suit :

	<b>2005</b>	<b>2004</b>
Cadres	20	20
Employés	25	23
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>43</b>

- FRAIS DE RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT

Les frais de Recherche et Développement comptabilisés en charge, et essentiellement constitués de charges de personnel se décomposent comme suit ( en milliers d'euros )

	<b>2005</b>	<b>2004</b>
<b>Coût de la Recherche passé en charge</b>	<b>530</b>	<b>432</b>

- RISQUES DE CHANGE

La sensibilité du chiffre d'affaires et du résultat d'exploitation consolidé 2005 de M.G.I. Inc. par rapport à une hypothèse de hausse de 10% du dollar US s'analyse en pourcentage comme suit :

Chiffre d'affaires .....	+ 2,2%
Résultat d'exploitation .....	+2,2%

- FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES

\* La société a pris une participation de 30% du capital, soit 30 000 €, dans la société MGS Média Graphique et Services, société spécialisée dans la distribution des équipements de M.G.I. SA.

\* Dans le cadre d'un contrat de distribution signé avec une société espagnole en septembre 1999, un litige commercial concernant le bon fonctionnement de certains équipements vendus a été porté devant la Cour d'Appel de Paris. Un expert nommé par le tribunal a dégagé la responsabilité de M.G.I.SA.

- ENGAGEMENTS HORS BILAN

- Engagements en matière de retraite : 77 milliers d'euros.

La méthode retenue ici est la méthode rétrospective des unités de crédit projetés ( ou méthode du prorata des droits au terme). Elle retient comme base de salaire, le salaire de fin de carrière et les droits sont calculés à partir de l'ancienneté finale proratisée. Cette méthode est définie par la norme comptable IAS19.

- **Évènements post clôture**

En date du 27 avril 2006, l'assemblée générale des obligataires a voté la conversion de l'emprunt obligataire pour un montant de 800 milliers d'euros en une augmentation de capital du même montant sous réserve de l'introduction de M.G.I SA sur le marché Alternext.

### Notes complémentaires à l'annexe aux comptes consolidés clos le 31 décembre 2005

#### 1 - Impôts et preuve d'impôt

En K€	2 005	2 004	2 003
Résultat consolidé de sociétés intégrées avant IS	523	-674	-1 334
IS théorique à 34%	-178	229	453
IS comptabilisé	223	290	308
<b>Ecart</b>	<b>-401</b>	<b>-61</b>	<b>145</b>
<b>Décomposition de l'écart</b>			
IDA sur décalage temporaire d'activité	-50	-108	-168
Déficit ordinaire et amortissements réputés différés	-178	229	453
Crédits d'impôts	-173	-182	-140
<b>Ecart</b>	<b>-401</b>	<b>-61</b>	<b>145</b>

### **Montant des actifs d'impôts différés non comptabilisés :**

Les déficits fiscaux reportables n'ont pas donné lieu à l'activation d'un impôt différé. Au 31/12/2005 le cumul des déficits fiscaux sont estimés à 665 K€.

### **2- – Engagements en matière de retraite**

Le calcul repose sur une hypothèse de départ à la retraite à l'initiative de l'employeur à l'âge de 65 ans. Il tient compte d'un coefficient de présentéisme basé sur le turn over par classe d'âge et de la dernière table d'espérance de vie publiée par l'INSEE. Les hypothèses actuarielles retenues sont principalement un taux d'actualisation de 1,48 % ; il a également été tenu compte d'un taux moyen d'évolution des salaires de 2%.

### **3 – Résultat par action**

	2005	2004	2003
RESULTAT NET	746 000	-563 000	-1 327 000
NOMBRE ACTIONS	2 578 196	2 578 196	2 518 196
CONVERSION EMPRUNT OBLIGATAIRE (1)	800 000	800 000	800 000
BSA EN CIRCULATION	10 870		90 909
TOTAL DILUE	3 389 066	3 378 196	3 409 105
<b>RESULTAT PAR ACTION (en €)</b>	<b>0,29</b>	<b>-0,22</b>	<b>-0,53</b>
<b>RESULTAT PAR ACTION DILUE</b>	<b>0,22</b>	<b>-0,17</b>	<b>-0,39</b>

(1) Sous condition de l'admission des titres sur Alternext d'Euronext Paris

### **4- – Emprunt obligataire**

L'emprunt obligataire est constitué de 800 000 obligations de valeur unitaire de 1 €. Sa conversion donnera lieu à la création de 800 000 actions de 1€ de nominal.

### **5 – Information sectorielle et géographique**

#### **Information sectorielle**

Cette notion n'est pas pertinente en terme d'actifs ou de marge brute sectorielle, dans le cas d'espèce pour les raisons suivantes :

MGI n'intervient que dans un seul secteur d'activité : la vente de solutions d'impression numériques. Son offre globale est composé d'une source de revenu principale (la vente de stations d'impression) ainsi que de sources de revenus accessoires pour accompagner la vente : des contrats de maintenance, des

consommables propriétaires et des prestations associées (formation ...), sans pour autant que celles-ci ne constituent des secteurs d'activité indépendants.

La notion d'actifs sectoriels n'est pas non plus pertinente dans la mesure où pour les activités accessoires, aucun actif corporel ou incorporel n'est utilisé.

### **Information géographique**

Cette notion n'est pas significative dans le cas d'espèce au-delà de la répartition du chiffre d'affaires par zones, pour les raisons suivantes :

la filiale Américaine ne dispose que de très peu d'actifs immobilisés (environ 5 K\$). En revanche, le chiffre d'affaires est indiqué.

### **6 – Autres charges externes**

Le montant de 1.259 K€ figurant en note note 16 de l'annexe consolidée 2005 se compose principalement de :

- Honoraires pour 252 K€
- Transports de marchandises et déplacements : 642 K€
- Téléphone 75 K€
- Assurances : 75 K€.

#### 20.1.6 Annexe aux comptes consolidés relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2004

- Nature et description de l'activité

Le groupe M.G.I. propose une gamme complète de systèmes d'impressions numériques à destination des professionnels de l'imprimerie et des arts graphiques.

- Règles et méthodes comptables

- **Principes de consolidation**

M.G.I SA présente des comptes consolidés selon les principes comptables généralement admis en France et conformément au règlement CRC 99-02.

Les états financiers des Sociétés dans lesquelles M.G.I. SA exerce directement ou indirectement un contrôle exclusif sont consolidés suivant la méthode de l'intégration globale. Les incidences des transactions entre les Sociétés du groupe sont éliminées.

Les Sociétés incluses dans le périmètre de consolidation sont consolidées sur la base des comptes arrêtés au 31 décembre 2004 mis en harmonie avec les principes comptables retenus par le groupe.

#### **Périmètre de consolidation**

Les comptes consolidés comprennent les Sociétés suivantes :

Nom de la Société	Méthode de consolidation	Intérêts (%)	Contrôle (%)	Pays d'activité
M.G.I. S.A	Société Mère	N/A	N/A	France
M.G.I. USA Inc	Intégration Globale	100%	100%	Etats-Unis

#### **Conversion des états financiers et des transactions libellés en monnaie étrangère**

Les bilans des Sociétés étrangères sont convertis en euros au cours de change en vigueur à la date de clôture de l'exercice à l'exception des composantes de la situation nette, qui sont converties aux cours historiques. Les comptes de résultat sont convertis au taux moyen de l'exercice. Les différences de conversion en résultant sont inscrits directement dans les capitaux propres en réserve de conversion.

Les opérations en devises sont converties au taux du jour de la transaction. Les dettes et créances libellées en devises sont converties au cours en vigueur à la date d'établissement des comptes.

Les différences de change dégagées à cette occasion sont comptabilisées en compte de résultat.

#### **Écarts d'acquisition**

Les écarts d'acquisition représentent la différence entre le prix d'acquisition des Sociétés consolidées et la quote-part du Groupe dans leur actif net réestimé à sa juste valeur et mis en harmonie avec les principes comptables du groupe à la date des prises de participation.

#### **Immobilisations incorporelles**

Les immobilisations incorporelles sont comptabilisées à leur coût d'acquisition.

Les logiciels acquis sont amortis sur le mode linéaire, sur 1an.

Les brevets sont amortis sur le mode linéaire, sur 5 ans.

### ***Frais de recherche et développement***

L'ensemble des frais de recherche et développement engagé par les Sociétés du groupe est intégralement comptabilisé en charges au titre de chaque exercice.

Seul le coût de développement du prototype d'une famille de machine est activé et amorti sur 4 ans.

Pour ces prototypes, les critères suivants ont été remplis :

Évaluation des avantages économiques futurs

Coûts nettement individualisés.

### ***Immobilisations corporelles***

Les immobilisations corporelles sont comptabilisées à leur coût d'acquisition.

Les frais d'entretien et de réparations sont constatés en charge dans l'exercice.

Les amortissements sont calculés sur le mode linéaire sur la durée d'utilisation probable des différentes catégories d'immobilisations. Ces durées sont principalement les suivantes :

Constructions : linéaire sur 15 ans

Matériel informatique : linéaire sur 2 à 5 ans.

Matériel de bureau : linéaire sur 5 ans.

Mobilier : linéaire sur 5 ans

Agencements, installations : linéaire sur 10 ans.

Matériel destiné à la recherche : linéaire sur 4 ans

Matériel de transport : linéaire sur 2 à 5 ans

Les immobilisations dont le groupe dispose au travers de contrats de crédit-bail sont comptabilisées comme des acquisitions en pleine propriété. Ces immobilisations sont amorties selon la méthode décrite ci-dessus et la dette correspondante figure au passif.

### ***Immobilisations financières***

Les immobilisations financières sont représentatives de dépôts et cautionnements, comptabilisés à leur valeur historique.

### ***Stocks***

Les stocks sont constitués à la fois de stations d'impression numériques, de consommables et de produits en cours de réalisation.

Les en-cours de production et les produits finis sont valorisés au coût de production qui comprend les consommations de matières premières, les coûts de main d'œuvre et les coûts de sous-traitance.

Les stocks de matières premières et de marchandises sont valorisés au prix d'achat moyen pondéré.

La provision pour dépréciation des stocks est évaluée à 90% de la valeur des machines obsolètes ; 10% du coût de ces machines est recyclé en pièces détachées.

### ***Clients et comptes rattachés***

La Société commercialise ses services auprès d'une clientèle composée pour l'essentiel de professionnels de l'imprimerie, reprographie et grands comptes. La Société évalue périodiquement le risque crédit et la situation financière de ses clients et provisionne les pertes potentielles sur créances non recouvrables. Le montant de ces pertes est resté dans les limites anticipées par la Direction.

### **Trésorerie**

La Société possède également des comptes libellés en devises (dollars US). Il est procédé à leur conversion au taux de clôture de l'exercice.

Les écarts de change (produits ou charges) sont constatés en résultat de l'exercice.

### **Chiffre d'affaires**

Le chiffre d'affaires est composé des éléments suivants :

- Ventes de matériel (stations d'impression numérique)
- Prestations de services (maintenance , formation...)
- Ventes de marchandises (consommables, matériel informatique)

Le chiffre d'affaires issu de la vente de matériels et de marchandises est reconnu à la livraison.

Le chiffre d'affaires issu de la maintenance et du SAV est reconnu prorata temporis sur la durée du contrat. Ce principe entraîne la constatation de produits constatés d'avance pour la partie de la facturation relative à la période postérieure à la date de clôture.

Le chiffre d'affaires issu des autres prestations de services (formation) est reconnu lors de la délivrance du service correspondant.

### **Résultat exceptionnel**

Les charges et produits exceptionnels sont constitués d'éléments qui en raison de leur nature, de leur caractère inhabituel et de leur non récurrence ne peuvent être considérés comme inhérents à l'activité opérationnelle du groupe.

### **Impôt sur les Sociétés**

Les impôts différés sont calculés selon la méthode du report variable pour toutes les différences temporaires existant entre le résultat retraité pour être mis en harmonie avec les principes comptables du groupe et le résultat fiscal de chaque entité consolidée.

L'impôt différé est calculé au taux en vigueur à la fin de l'exercice.

Dans le cas de Sociétés en situation fiscale déficitaire, il n'est pas constaté de créance d'impôt différé, si un retour au bénéfice fiscal n'est pas acquis à court terme.

### **Avantages au personnel**

Conformément aux dispositions de la loi française, la Société s'affranchit de ses obligations de financement des retraites du personnel en France par le versement de cotisations calculées sur la base des salaires aux organismes qui gèrent les programmes de retraite. Il n'y a pas d'autre engagement lié à ces contributions.

La loi française exige également, le cas échéant, le versement en une seule fois d'une indemnité de départ en retraite. Cette indemnité est déterminée en fonction de l'ancienneté et du niveau de rémunération au moment du départ. Les droits sont uniquement acquis aux salariés présents dans l'entreprise à l'âge de la retraite.

L'évaluation de la provision pour indemnité de départ à la retraite a été déterminée suivant un calcul actuariel à partir des éléments suivants : âge de départ à la retraite, probabilité de départ avant la retraite, hypothèses de mortalité, taux de progression des salaires jusqu'au départ à la retraite et taux d'actualisation financière.

Les engagements en matière de retraite sont indiqués en annexe.

M.G.I. SA n'est pas concerné par d'autres avantages au personnel à l'exception du droit à la formation et des médailles du travail dont les montants ont été considérés comme non significatifs .

### Information sectorielle

La nature de l'activité du groupe MGI permet de définir les secteurs suivants :

Le premier niveau d'information sectoriel est organisé par secteur d'activité : imprimantes, consommables et divers .

Le second niveau d'information sectoriel est organisé par secteur géographique sur la base de la localisation de ses clients.

### Informations relatives aux comptes consolidés

Note 1 : Écarts d'acquisition

Les écarts d'acquisition peuvent être résumés comme suit (en milliers d'euros) :

	<b>31-déc-04</b>			<b>31-déc-03</b>
	Valeur brutes	Amortissements	Valeurs nettes	Valeurs nettes
Ecart d'acquisition	3 015	3 015	0	179

	<b>31-déc-03</b>	Augmentations	Diminutions	<b>31-déc-04</b>
Valeurs brutes	3 015			3 015
Amortissements	2 836	179		3 015
Valeurs nettes	179			0

Note 2 : Immobilisations incorporelles

Les immobilisations incorporelles se composent comme suit (en milliers d'euros) :

	<b>31 / 12 / 2004</b>	<b>31 / 12 / 2003</b>
Logiciels & Brevets	211	199
Autres immobilisations incorporelles	87	84
<b>Total</b>	<b>298</b>	<b>283</b>
Amortissements	178	119
<b>Valeurs nettes</b>	<b>120</b>	<b>164</b>

	<b>31-déc-03</b>	Augmentations	Diminutions	<b>31-déc-04</b>
Valeurs brutes	283	15	0	298
Amortissements	119	59	0	178
Valeurs nettes	164			120

Note 3 : Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles se composent comme suit (en milliers d'euros) :

	<b>31-déc-04</b>			<b>31-déc-03</b>
	Valeur brutes	Amortissements	Valeurs nettes	Valeurs nettes
Constructions	156	75	81	80
Installations techniques, matériel et outillage	1 190	430	760	350
Autres immobilisations corporelles	219	200	19	50
Immobilisations financées par crédit-bail	4	4	0	0
<b>Total</b>	<b>1 569</b>	<b>709</b>	<b>860</b>	<b>480</b>

L'évolution des immobilisations corporelles s'analyse comme suit (en milliers d'euros) :

	<b>31-déc-03</b>	Augmentations	Diminutions	<b>31-déc-04</b>
Valeurs brutes	1 212	548	191	1 569
Amortissements	732	164	187	709
<b>Valeurs nettes</b>	<b>480</b>	<b>384</b>	<b>4</b>	<b>860</b>

Note 4 : Immobilisations financières

Les immobilisations financières se décomposent comme suit (en milliers d'euros):

	<b>31-déc-03</b>	Augmentations	Diminutions	<b>31-déc-04</b>
Immobilisations financières	230		185	45

Les immobilisations financières sont représentatives de dépôts et cautionnements versés dans le cadre de la location des locaux.

La diminution sur l'exercice 2004 correspond à l'annulation des dépôts de garantie accordés aux banques sur le financement des clients financés par Crédit Bail.

Note 5 : Stocks

Les stocks s'analysent comme suit (en milliers d'euros) :

	<b>31-déc-04</b>			<b>31-déc-03</b>
	Valeur brutes	Dépréciation	Valeurs nettes	Valeurs nettes
Marchandises	1 081		1 081	1 447
Produits Intermédiaires et finis	1 720	95	1 625	1 814
<b>Total</b>	<b>2 801</b>	<b>95</b>	<b>2 706</b>	<b>3 261</b>

Note 6 : Comptes clients

Le détail du compte clients et comptes rattachés est le suivant (en milliers d'euros):

	<b>31/12/2004</b>	<b>31/12/2003</b>
Créances clients	1 129	853
Provisions sur créances douteuses	118	14
<b>Total clients et rattachés</b>	<b>1 011</b>	<b>839</b>

Les créances clients sont à échéance à moins d'un an.

Note 7 : Autres créances

L'ensemble de ces créances s'analyse comme suit (en milliers d'euros) :

	<b>31/12/2004</b>	<b>31/12/2003</b>
Créances fiscales et sociales	698	634
Autres créances	51	83
<b>Total</b>	<b>749</b>	<b>717</b>

Les créances fiscales et sociales sont essentiellement composées du Crédit d'Impôt Recherche pour un montant de 613 milliers d'euros en 2004 et 581 milliers d'euros en 2003.

Note 8 : Impôts différés actifs

L'impôt différé actif s'analyse comme suit (en milliers d'euros) :

	<b>31/12/2004</b>	<b>31/12/2003</b>
Retraitements de consolidation	325	188
Dotation sur valeur d'acquisition	480	301
<b>Total base fiscalité différée</b>	<b>805</b>	<b>489</b>
<b>Impôt différé actif</b>	<b>276</b>	<b>168</b>

Le taux d'impôt appliqué est de 34%.

Note 9 : Disponibilités

Le détail des disponibilités ressort comme suit (en milliers d'euros) :

	<b>31/12/2004</b>	<b>31/12/2003</b>
Comptes bancaires en €	313	91
Comptes bancaires en US \$	26	117
<b>Total</b>	<b>339</b>	<b>208</b>

Les comptes bancaires en devises (US dollars), sont convertis au taux de clôture.

Note 10 : Charges constatées d'avance (en milliers d'euros) :

Celles-ci sont essentiellement constituées de :

<b>Charges constatées d'avance</b>	<b>31/12/2004</b>	<b>31/12/2003</b>
Foires et salons	15	59
Autres charges d'exploitation	9	38
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>97</b>

Note 11 : Capital Social

### Composition

Au 31 décembre 2004, le nombre d'actions de M.G.I. SA en circulation s'élève à 2.578.197 actions de 1€ de valeur nominale dont 2.020.202 actions ordinaires et 557.995 actions privilégiées.

Bons de Souscription d'Actions en circulation au 31 décembre 2004 : il n'existe plus de BSA en circulation au 31 décembre 2004

Obligations convertibles en circulation au 31 décembre 2004 : 800.000 obligations

Note 12 : Emprunts et dettes financières (en milliers d'euros )

Les emprunts et dettes financières se décomposent comme suit (en milliers d'euros) :

	<b>31/12/2004</b>	<b>31/12/2003</b>
Emprunt obligataire	<b>800</b>	<b>800</b>
Emprunts auprès des établissements de crédits	514	771
Intérêts courus sur Emprunts	26	15
Dettes de Crédit bail		
<b>Total</b>	<b>1 340</b>	<b>1 586</b>

	Emprunts auprès des établissements de crédits	Crédit bail
Au 31/12/2004		
Moins d'un an	394	
Entre 1 et 5 ans	946	
Plus de 5 ans		
<b>Total</b>	<b>1 340</b>	

Emprunt obligataire de 800 milliers d'euros dont les caractéristiques sont les suivantes :

Nombre d'obligations : 800.000

Nominal : 1€

La conversion au pair pourra intervenir à tout moment à compter du 30 juin 2006.

Rémunération : 3% l'an payable par année civile.

Note 13 : Dettes (en milliers d'euros)

*Dettes fiscales et sociales(en milliers d'euros)*

Le détail des dettes fiscales et sociales est le suivant :

	<b>31/12/2004</b>	<b>31/12/2003</b>
Dettes envers le personnel	73	85
Dettes fiscales et sociales	314	362
<b>Total</b>	<b>387</b>	<b>447</b>

L'ensemble des dettes fiscales et sociales a une échéance inférieure à un an.

*Autres Dettes (en milliers d'euros)*

Le détail des autres dettes est le suivant :

<b>Autres dettes</b>	<b>31/12/2004</b>	<b>31/12/2003</b>
Acomptes clients	106	0
Actionnaires et divers	54	15
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>15</b>

*Produits Constatés d'Avance (en milliers d'euros)*

Le détail des Produits Constatés d'Avance est le suivant :

<b>Produits constatés d'avance</b>	<b>31/12/2004</b>	<b>31/12/2003</b>
Contrat de maintenance	193	189
<b>Total</b>	<b>193</b>	<b>189</b>

Les produits constatés d'avance sont exclusivement constitués par les contrats de maintenance, retenus prorata temporis sur la durée du contrat.

Note 14 : Information sectorielle(en milliers d'euros)

Le tableau ci-dessous résume de manière synthétique la répartition du chiffre d'affaires d'une part par secteur géographique et d'autre part par secteur d'activité

	<b>2004</b>	<b>2003</b>
Equipements	5 103	2 821
Consommables	1 113	910
Maintenances	267	226
Autres Prestations	15	325
<b>TOTAL</b>	<b>6 498</b>	<b>4 282</b>
	<b>2004</b>	<b>2003</b>
France	3 875	2 907
Export	2 623	1 375
<b>Total C.A</b>	<b>6 498</b>	<b>4 282</b>

Note 15 : Autres produits d'exploitation (en milliers d'euros)

Les autres produits d'exploitation se décomposent comme suit :

<b>AUTRES PRODUITS D'EXPLOITATION</b>	<b>31/12/2004</b>	<b>31/12/2003</b>
Production stockée	-198	689
Production immobilisée	533	375
Reprise de provisions et transfert de charges	8	10
Subvention d'exploitation	17	1
<b>Total</b>	<b>360</b>	<b>1 075</b>

La production immobilisée représente le coût des prototypes des systèmes d'impression numérique développés chaque année.

Note 16 : Autres charges externes (en milliers d'euros)

Les achats et charges externes se composent pour l'essentiel de :

	<b>31/12/2004</b>	<b>31/12/2003</b>
Publicite , salon	323	283
Loyers	225	231
Autres charges externes	1 237	972
<b>TOTAL</b>	<b>1 785</b>	<b>1 486</b>

Note 17 : Dotations aux provisions d'exploitation (en milliers d'euros) :

Les dotations aux provisions d'exploitation se décomposent comme suit :

	<b>31-déc-03</b>	<b>Dotations</b>	<b>Reprises</b>	<b>31-déc-04</b>
Dépréciation clients	14	112	8	118
Dépréciation stocks	95			95
<b>TOTAL</b>	<b>109</b>	<b>112</b>	<b>8</b>	<b>213</b>

Note 18 : Résultat Financier (en milliers d'euros) :

Le résultat financier se décompose ainsi :

	<b>31/12/2004</b>	<b>31/12/2003</b>
Différences de change	-10	-388
Intérêts et charges financières autres	-30	-55
<b>TOTAL</b>	<b>-40</b>	<b>-443</b>

Note 19 : Résultat Exceptionnel (en milliers d'euros) :

	31/12/2004	31/12/2003
Régularisations produits et charges d'exploitation sur exercices antérieurs	-45	-17
Charges exceptionnelles (1)	-202	
Provision pour risques		
<b>TOTAL</b>	<b>-247</b>	<b>-17</b>

Le résultat exceptionnel est essentiellement composé de

- (1) il s'agit essentiellement de l'annulation des dépôts de garantie accordés aux banques sur le financement de certains clients financés en crédit bail.

Note 20 : Impôts sur les sociétés

\* Impôts différés (en milliers d'euros)

	2004
Retraitement consolidation	137
Dotation sur valeur	179
Base	316
<b>IMPOTS DIFFERES</b>	<b>108</b>

Le taux d'impôt sur les sociétés utilisé est de 34%.

\* Impôts courants (en milliers d'euros)

	2004
Impôts Sociétés	0
Crédit d'impôt Recherche	182
<b>IMPOT COURANT</b>	<b>182</b>

Note 21 : Autres informations

- REMUNERATIONS ALLOUEES AUX ORGANES DE DIRECTION

Le montant des rémunérations allouées au titre de l'exercice 2004 aux organes de direction de la Société en raison de leurs fonctions dans les Sociétés du groupe s'élève à 310 milliers d'euros.

Le montant des rémunérations allouées au titre de l'exercice 2003 aux organes de direction de la Société en raison de leurs fonctions dans les Sociétés du groupe s'élève à 307 milliers d'euros.

- EFFECTIF MOYEN DU GROUPE

L'effectif moyen du groupe se décompose comme suit :

	<b>2004</b>	<b>2003</b>
Cadres	20	20
Employés	23	25
<b>TOTAL</b>	<b>43</b>	<b>45</b>

- **FRAIS DE RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT**

Les frais de Recherche et Développement comptabilisés en charges et essentiellement constitués de charges directes de personnel, se décomposent comme suit ( en milliers d'euros )

	<b>2004</b>	<b>2003</b>
<b>Coût de la Recherche passé en charge</b>	<b>432</b>	<b>675</b>

- **Risques de change**

La sensibilité du chiffre d'affaires et du résultat d'exploitation consolidé 2004 de M.G.I. Inc. par rapport à une hypothèse de hausse de 10% du dollar s'analyse en pourcentage comme suit :

Chiffre d'affaires ..... +0,2%

Résultat d'exploitation ..... +12%

- **FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES**

Le capital social a augmenté de 60 000 €, par la création de 60 000 nouvelles actions.

- **ENGAGEMENTS HORS BILAN**

- Mobilisation de la créance au titre du Crédit d'Impôt Recherche auprès de la BDPME et du Crédit Agricole : 160 milliers d'euros.

- Engagements en matière de retraite : 62 milliers d'euros.

La méthode retenue ici est la méthode rétrospective des unités de crédit projetés (ou méthode du prorata des droits au terme). Elle retient comme base de salaire, le salaire de fin de carrière et les droits sont calculés à partir de l'ancienneté finale proratisée. Cette méthode est définie par la norme comptable IAS19.

- **Évènements post clôture**

Néant

## 20.1.7 Annexe aux comptes consolidés relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2003

- Nature et description de l'activité

Le groupe M.G.I. propose une gamme complète de systèmes d'impressions numériques à destination des professionnels de l'imprimerie et des arts graphiques.

- Règles et méthodes comptables

- **Principes de consolidation**

M.G.I SA présente des comptes consolidés selon les principes comptables généralement admis en France et conformément au règlement CRC 99-02.

Les états financiers des Sociétés dans lesquelles M.G.I. SA exerce directement ou indirectement un contrôle exclusif sont consolidés suivant la méthode de l'intégration globale. Les incidences des transactions entre les Sociétés du groupe sont éliminées.

Les Sociétés incluses dans le périmètre de consolidation sont consolidées sur la base des comptes arrêtés au 31 décembre 2003 mis en harmonie avec les principes comptables retenus par le groupe

### **Périmètre de consolidation**

Les comptes consolidés comprennent les Sociétés suivantes :

Nom de la Société	Méthode de consolidation	Intérêts (%)	Contrôle (%)	Pays d'activité
M.G.I. S.A	Société Mère	N/A	N/A	France
M.G.I. USA Inc	Intégration Globale	100%	100%	États-Unis

### **Conversion des états financiers et des transactions libellés en monnaie étrangère**

Les bilans des Sociétés étrangères sont convertis en euros au cours de change en vigueur à la date de clôture de l'exercice à l'exception des composantes de la situation nette, qui sont converties aux cours historiques. Les comptes de résultat sont convertis au taux moyen de l'exercice. Les différences de conversion en résultant sont inscrites directement dans les capitaux propres en réserve de conversion.

Les opérations en devises sont converties au taux du jour de la transaction. Les dettes et créances libellées en devises sont converties au cours en vigueur à la date d'établissement des comptes.

Les différences de change dégagées à cette occasion sont comptabilisées en compte de résultat.

### **Écarts d'acquisition**

Les écarts d'acquisition représentent la différence entre le prix d'acquisition des Sociétés consolidées et la quote-part du Groupe dans leur actif net ré estimé à sa juste valeur et mis en harmonie avec les principes comptables du groupe à la date des prises de participation.

### **Immobilisations incorporelles**

Les immobilisations incorporelles sont comptabilisées à leur coût d'acquisition.

Les logiciels acquis sont amortis sur le mode linéaire, sur 1an.

Les brevets sont amortis sur le mode linéaire, sur 5 ans.

### **Frais de recherche et développement**

L'ensemble des frais de recherche et développement engagés par les Sociétés du groupe est intégralement comptabilisé en charges au titre de chaque exercice.

Seul le coût de développement du prototype d'une famille de machine est activé et amorti sur 4 ans .

Pour ces prototypes, les critères suivants ont été remplis :

Évaluation des avantages économiques futurs

Coûts nettement individualisés.

### **Immobilisations corporelles**

Les immobilisations corporelles sont comptabilisées à leur coût d'acquisition.

Les frais d'entretien et de réparations sont constatés en charge dans l'exercice.

Les amortissements sont calculés sur le mode linéaire sur la durée d'utilisation probable des différentes catégories d'immobilisations. Ces durées sont principalement les suivantes :

Constructions : linéaire sur 15 ans

Matériel informatique : linéaire sur 2 à 5 ans.

Matériel de bureau : linéaire sur 5 ans.

Mobilier : linéaire sur 5 ans

Agencements, installations : linéaire sur 10 ans.

Matériel destiné à la recherche : linéaire sur 4 ans

Matériel de transport : linéaire sur 2 à 5 ans

Les immobilisations dont le groupe dispose au travers de contrats de crédit-bail sont comptabilisées comme des acquisitions en pleine propriété. Ces immobilisations sont amorties selon la méthode décrite ci-dessus et la dette correspondante figure au passif.

### **Immobilisations financières**

Les immobilisations financières sont représentatives de dépôts et cautionnements, comptabilisés à leur valeur historique.

### **Stocks**

Les stocks sont constitués à la fois de stations d'impression numériques, de consommables et de produits en cours de réalisation.

Les en-cours de production et les produits finis sont valorisés au coût de production qui comprend les consommations de matières premières, les coûts de main d'œuvre et les coûts de sous-traitance.

Les stocks de matières premières et de marchandises sont valorisés au prix d'achat moyen pondéré.

La provision pour dépréciation des stocks est évaluée à 90% de la valeur des machines obsolètes ; 10% du coût de ces machines est recyclé en pièces détachées.

### ***Clients et comptes rattachés***

La Société commercialise ses services auprès d'une clientèle composée pour l'essentiel de professionnels de l'imprimerie, reprographie et grands comptes. La Société évalue périodiquement le risque crédit et la situation financière de ses clients et provisionne les pertes potentielles sur créances non recouvrables. Le montant de ces pertes est resté dans les limites anticipées par la Direction.

### ***Trésorerie***

La Société possède des comptes libellés en devises (US dollars). Il est procédé à leur conversion au taux de clôture de l'exercice.

Les écarts de change (produits ou charges) sont constatés en résultat de l'exercice.

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

Le chiffre d'affaires est composé des éléments suivants :

- Ventes de matériel (stations d'impression numérique)
- Prestations de services (maintenance , formation...)
- Ventes de marchandises (consommables, matériel informatique)

Le chiffre d'affaires issu de la vente de matériels et de marchandises est reconnu à la livraison.

Le chiffre d'affaires issu de la maintenance et du SAV est reconnu prorata temporis sur la durée du contrat. Ce principe entraîne la constatation de produits constatés d'avance pour la partie de la facturation relative à la période postérieure à la date de clôture.

Le chiffre d'affaires issu des autres prestations de services (formation) est reconnu lors de la délivrance du service correspondant.

### ***Résultat exceptionnel***

Les charges et produits exceptionnels sont constitués d'éléments qui en raison de leur nature, de leur caractère inhabituel et de leur non récurrence ne peuvent être considéré comme inhérents à l'activité opérationnelle du groupe.

### ***Impôt sur les Sociétés***

Les impôts différés sont calculés selon la méthode du report variable pour toutes les différences temporaires existant entre le résultat retraité pour être mis en harmonie avec les principes comptables du groupe et le résultat fiscal de chaque entité consolidée.

L'impôt différé est calculé au taux en vigueur à la fin de l'exercice.

Dans le cas de Sociétés en situation fiscale déficitaire, il n'est pas constaté de créance d'impôt différé, si un retour au bénéfice fiscal n'est pas acquis à court terme.

### ***Avantages au personnel***

Conformément aux dispositions de la loi française, la Société s'affranchit de ses obligations de financement des retraites du personnel en France par le versement de cotisations calculées sur la base des salaires aux organismes qui gèrent les programmes de retraite. Il n'y a pas d'autre engagement lié à ces contributions.

La loi française exige également, le cas échéant, le versement en une seule fois d'une indemnité de départ en retraite. Cette indemnité est déterminée en fonction de l'ancienneté et du niveau de rémunération au moment du départ. Les droits sont uniquement acquis aux salariés présents dans l'entreprise à l'âge de la retraite.

L'évaluation de la provision pour indemnité de départ à la retraite a été déterminée suivant un calcul

actuariel à partir des éléments suivants : âge de départ à la retraite, probabilité de départ avant la retraite, hypothèses de mortalité, taux de progression des salaires jusqu'au départ à la retraite et taux d'actualisation financière.

Les engagements en matière de retraite sont indiqués en annexe.

M.G.I. SA n'est pas concerné par d'autres avantages au personnel à l'exception du droit à la formation et des médailles du travail dont les montants ont été considérés comme non significatifs.

### **Information sectorielle**

La nature de l'activité du groupe MGI permet de définir les secteurs suivants :

Le premier niveau d'information sectoriel est organisé par secteur d'activité : imprimantes, consommables et divers.

Le second niveau d'information sectoriel est organisé par secteur géographique sur la base de la localisation de ses clients.

### Informations relatives aux comptes consolidés

#### Note 1 : Écarts d'acquisition

Les écarts d'acquisition peuvent être résumés comme suit (en milliers d'euros) :

	<b>31-déc-03</b>			<b>31-déc-02</b>
	Valeur brutes	Amortissements	Valeurs nettes	Valeurs nettes
Ecart d'acquisition	3 015	2 836	179	480

	<b>31-déc-02</b>	Augmentations	Diminutions	<b>31-déc-03</b>
Valeurs brutes	3 015			3 015
Amortissements	2 535	301		2 836
<b>Valeurs nettes</b>	<b>480</b>			<b>179</b>

- Il s'agit des écarts d'acquisition dégagés lors de l'apport de titres M.G.I. USA.
- Au 31 décembre 1999 la Société M.G.I. SA ne détenait que 49% de la Société M.G.I. Inc, les 51% restants étant détenus par un minoritaire, dirigeant et fondateur de la filiale américaine. Il a été décidé de procéder au rachat de ce bloc de contrôle. Ce rachat a été opéré par acquisition de deux lots successifs rémunérés par voie d'apport. Ces opérations ont généré deux écarts de première consolidation distinct et ont eu pour conséquence que la filiale américaine est détenue maintenant à 100% par la Société mère.

#### Note 2 : Immobilisations incorporelles

Les immobilisations incorporelles se composent comme suit (en milliers d'euros) :

	<b>31/12/2003</b>	<b>31/12/2002</b>
Logiciels & Brevets	200	172
Autres immobilisations incorporelles	84	2
<b>Total</b>	<b>284</b>	<b>174</b>
Amortissements	120	81
<b>Valeurs nettes</b>	<b>164</b>	<b>92</b>

	31 déc. 02	Augmentations	Diminutions	31 déc 03
Valeurs brutes	173	24	87	235
Amortissements	81	79	87	170
Valeurs nettes	92			65

### Note 3 : Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles se composent comme suit (en milliers d'euros) :

	<b>31-déc-03</b>			<b>31-déc-02</b>
	Valeur brutes	Amortissements	Valeurs nettes	Valeurs nettes
Constructions	142	62	80	93
Installations techniques, matériel et outillage	643	293	350	44
Autres immobilisations corporelles	243	193	50	85
Immobilisations financées par crédit-bail	184	184	0	14
<b>Total</b>	<b>1 212</b>	<b>732</b>	<b>480</b>	<b>236</b>

L'évolution des immobilisations corporelles s'analyse comme suit (en milliers d'euros) :

	<b>31-déc-02</b>	Augmentations	Diminutions	<b>31-déc-03</b>
Valeurs brutes	810	421	19	1 212
Amortissements	574	165	7	732
Valeurs nettes	236	256	12	480

### Note 4 : Immobilisations financières

	<b>31-déc-02</b>	Augmentations	Diminutions	<b>31-déc-03</b>
Immobilisations financières	298		68	230

Les immobilisations financières sont représentatives de dépôts et cautionnements versés dans le cadre de la location des locaux et de la constitution des dépôts de garantie accordé aux banques par les clients financés par Crédit Bail.

Note 5 : Stocks

Les stocks s'analysent comme suit (en milliers d'euros) :

	31-déc-03			31-déc-02
	Valeur brutes	Dépréciation	Valeurs nettes	Valeurs nettes
Marchandises	1 447		1 447	1723
Produits Intermédiaires et finis	1 909	95	1 814	1234
<b>Total</b>	<b>3 356</b>	<b>95</b>	<b>3 261</b>	<b>2 957</b>

Note 6 : Comptes clients

Le détail du compte clients et comptes rattachés est le suivant (en milliers d'euros)

	31/12/2003	31/12/2002
Créances clients	853	894
Provisions sur créances douteuses	14	1
<b>Total clients et rattachés</b>	<b>839</b>	<b>893</b>

Note 7 : Autres créances

L'ensemble de ces créances s'analyse comme suit (en milliers d'euros) :

	31/12/2003	31/12/2002
Créances fiscales et sociales	634	622
Autres créances	83	69
<b>Total</b>	<b>717</b>	<b>691</b>

Les créances fiscales et sociales sont essentiellement composées du Crédit d'Impôt Recherche pour un montant de 581 milliers d'euros en 2003 et 430 milliers d'euros en 2002.

Note 8 : Impôts différés actifs

L'impôt différé actif s'analyse comme suit (en milliers d'euros) :

	31/12/2003
Retraitements de consolidation	188
Dotation sur valeur d'acquisition	301
<b>Total base fiscalité différée</b>	<b>489</b>
<b>Impôt différé actif</b>	<b>168</b>

Le taux d'impôt appliqué est de 34%.

Note 9 : Disponibilités

Le détail des disponibilités ressort comme suit (en milliers d'euros) :

	<b>31/12/2003</b>	<b>31/12/2002</b>
Comptes bancaires en €	91	325
Comptes bancaires en US \$	117	<b>175</b>
<b>Total</b>	<b>208</b>	<b>500</b>

Les comptes bancaires en devises (US dollars), sont convertis au taux de clôture.

Note 10 : Charges constatées d'avance (en milliers d'euros) :

Celles-ci sont essentiellement constituées de :

<b>Charges constatées d'avance</b>	<b>31/12/2003</b>	<b>31/12/2002</b>
Foires et salons	59	17
Autres charges d'exploitation	38	42
<b>Total</b>	<b>97</b>	<b>59</b>

Note 11 : Capital Social

Au 31 décembre 2003, le nombre d'actions de M.G.I.SA en circulation s'élève à 2.518.197 actions de 1€ de valeur nominal .dont 1.960.202 actions ordinaires et 557.995 actions privilégiées .

Bons de Souscription d'Actions en circulation au 31 décembre 2003 :90.909 BSA ont été émis en 2003 donnant droit de souscrire à une action ordinaire.

Obligations convertibles en circulation au 31 décembre 2004 : 800.000 obligations

Note 12 : Emprunts et dettes financières (en milliers d'euros)

Les emprunts et dette financières se décomposent comme suit :

	31/12/2003	31/12/2002
Emprunt obligataire	800	0
Emprunts auprès des établissements de crédits	771	869
Intérêts courus sur Emprunts	15	1
Dettes de Crédit bail		145
<b>Total</b>	<b>1 586</b>	<b>1 015</b>

	Emprunts auprès des établissements de crédits	Crédit bail
Au 31/12/2003		
Moins d'un an	433	
Entre 1 et 5 ans	1 153	
Plus de 5 ans		
<b>Total</b>	<b>1 586</b>	

La variation des emprunts et dettes financières s'analyse essentiellement par la souscription en 2003 d'un emprunt obligataire de 800 milliers d'euros dont les caractéristiques sont les suivantes :

Nombre d'obligations : 800 000

Nominal : 1 euro

La conversion au pair pourra intervenir à tout moment à compter du 30 juin 2006

Rémunération : 3% l'an payable par année civile

Note 13 : Dettes

*Dettes fiscales et sociales (en milliers d'euros)*

Le détail des dettes fiscales et sociales est le suivant :

	31/12/2003	31/12/2002
Dettes envers le personnel	85	127
Dettes fiscales et sociales	362	258
<b>Total</b>	<b>447</b>	<b>385</b>

L'ensemble des dettes fiscales et sociales a une échéance inférieure à un an.

*Autres Dettes (en milliers d'euros)*

Le détail des autres dettes est le suivant :

Autres dettes	31/12/2003	31/12/2002
Acomptes clients	0	0
Actionnaires et divers	15	15
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>15</b>

*Produits Constatés d'Avance (en milliers d'euros)*

Le détail des produits constatés d'avance est le suivant :

<b>Produits constatés d'avance</b>	<b>31/12/2003</b>	<b>31/12/2002</b>
Contrats de maintenance	189	96
<b>Total</b>	<b>189</b>	<b>96</b>

Les produits constatés d'avance sont exclusivement constitués par les contrats de maintenance, retenus prorata temporis sur la durée du contrat.

Note 14 : Information sectorielle (en milliers d'euros)

Le tableau ci-dessous résume de manière synthétique la répartition du chiffre d'affaires d'une part par secteur géographique et d'autre part par secteur d'activité.

	<b>2003</b>
Equipements	2 821
Consommables	910
Maintenances	226
Autres Prestations	325
<b>TOTAL</b>	<b>4 282</b>

	<b>2003</b>
France	2 907
Export	1 375
<b>Total C.A</b>	<b>4 282</b>

Note 15 : Autres produits d'exploitation (en milliers d'euros)

Les autres produits d'exploitation se décomposent comme suit :

<b>AUTRES PRODUITS D'EXPLOITATION</b>	<b>31/12/2003</b>	<b>31/12/2002</b>
Production stockée	689	107
Production immobilisée	375	
Reprise de provisions et transfert de charges	10	
Subvention d'exploitation	1	9
<b>Total</b>	<b>1 075</b>	<b>116</b>

La production immobilisée représente le coût des prototypes des systèmes d'impression numérique développés chaque année.

Note 16 : Autres charges externes (en milliers d'euros)

Les achats et charges externes se composent pour l'essentiel de :

	<b>31/12/2003</b>	<b>31/12/2002</b>
Publicite , salon	283	426
Loyers	231	231
Autres charges externes	972	1043
<b>TOTAL</b>	<b>1 486</b>	<b>1 700</b>

Note 17 : Dotations aux provisions d'exploitation (en milliers d'euros) :

Les dotations aux provisions d'exploitation se décomposent comme suit :

	<b>31-déc-02</b>	<b>Dotations</b>	<b>Reprises</b>	<b>31-déc-03</b>
Dépréciation clients	1	13		14
Dépréciation stocks	0	95		95
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>108</b>	<b>0</b>	<b>109</b>

Note 18 : Résultat Financier (en milliers d'euros) :

Le résultat financier se décompose comme suit :

	<b>31/12/2003</b>	<b>31/12/2002</b>
Différences de change	-388	-92
Intérêts et charges financières autres	-55	-78
<b>TOTAL</b>	<b>-443</b>	<b>-170</b>

Note 19 : Résultat Exceptionnel (en milliers d'euros) :

Le résultat exceptionnel est essentiellement composé de :

	<b>31/12/2003</b>	<b>31/12/2002</b>
Régularisations produits et charges d'exploitation sur exercices antérieurs	-17	-35
Charges exceptionnelles (1)		
Reprise provision risques et charges		132
<b>TOTAL</b>	<b>-17</b>	<b>97</b>

Note 20 : Impôts sur les Sociétés

*Impôts différés (en milliers d'euros)*

	<b>2003</b>
Retraitement consolidation	188
Dotation sur écart d'acquisition	301
Base	489
<b>IMPOTS DIFFERES</b>	<b>168</b>

*Impôt courants (en milliers d'euros):*

	<b>2003</b>
Impôt sur les sociétés	-10
Crédit d'impôt recherche	150
<b>IMPÔT COURANT</b>	<b>140</b>

Note 21 : Autres informations

- REMUNERATIONS ALLOUEES AUX ORGANES DE DIRECTION

Le montant des rémunérations allouées au titre de l'exercice 2003 aux organes de direction de la Société en raison de leurs fonctions dans les Sociétés du groupe s'élève à 307 milliers d'euros.

Le montant des rémunérations allouées au titre de l'exercice 2002 aux organes de direction de la Société en raison de leurs fonctions dans les Sociétés du groupe s'élève à 368 milliers d'euros.

- EFFECTIF MOYEN DU GROUPE

L'effectif moyen du groupe se décompose comme suit :

	<b>2003</b>	<b>2002</b>
Cadres	20	23
Employés	25	32
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>55</b>

- FRAIS DE RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT

Les frais de Recherche et Développement comptabilisés en charges et essentiellement constitués de charges directes de personnel, se décomposent comme suit (en milliers d'euros) :

	<b>2003</b>
<b>Coût de la Recherche passé en charge</b>	<b>675</b>

- *Risques de change*

La sensibilité du chiffre d'affaires et du résultat d'exploitation consolidés 2003 de M.G.I. Inc. par rapport à une hypothèse de hausse de 10% du dollar s'analyse en pourcentage comme suit :

Chiffre d'affaires ..... +4,4%

Résultat d'exploitation ..... +3%

- FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES

Par décision de l'AGE du 31 juillet 2003, la société a augmenté son capital pour un montant de 50 milliers d'euros, prime d'émission incluse.

Par décision de l'AGE du 31 juillet 2003, la société a souscrit un emprunt obligataire pour un montant de 800 milliers d'euros remboursable en une fois, sauf conversion en 2010.

- LES ENGAGEMENTS EN MATIERE DE RETRAITE

- Engagements en matière de retraite : 60 milliers d'euros.

La méthode retenue ici est la méthode rétrospective des unités de crédit projetés ( ou méthode du prorata des droits au terme). Elle retient comme base de salaire, le salaire de fin de carrière et les droits sont calculés à partir de l'ancienneté finale proratisée. Cette méthode est définie par la norme comptable IAS19.

- ***Évènements post clôture***

Néant

## 20.2 Informations financières pro forma

Néant.

## 20.3 États financiers

Non applicable.

## 20.4 Vérification des informations financiers annuelles historiques

### 20.4.1 Rapports du commissaire aux comptes

#### **EXERCICE CLOS LE 31 DECEMBRE 2005**

##### ***(A) Rapport du commissaire aux comptes sur les comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2005***

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre assemblée générale, nous avons procédé au contrôle des comptes consolidés de la société MGI SA. relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2005, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le conseil d'administration. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

#### **I- Opinion sur les comptes consolidés**

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en oeuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes consolidés sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les entreprises comprises dans la consolidation.

#### **II- Justification des appréciations**

En application des dispositions de l'article L. 823-9 du Code de commerce, les appréciations auxquelles nous avons procédé ont porté sur le caractère approprié des principes comptables appliqués ainsi que sur le caractère raisonnable des estimations significatives retenues.

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

#### **III- Vérification spécifique**

Par ailleurs, nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, à la vérification des informations relatives au groupe, données dans le rapport de gestion.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Fait à Paris, le 10 mai 2006  
Le Commissaire aux Comptes  
Thierry YOUNES

**(B)Rapport spécial du commissaire aux comptes sur les conventions réglementées –  
exercice clos le 31 décembre 2005**

Mesdames, Messieurs,

En ma qualité de commissaire aux comptes de votre Société, je vous présente mon rapport sur les conventions réglementées.

En application de l'article L.225-40 du code commerce, j'ai été avisé de la convention qui a fait l'objet de l'autorisation préalable de votre conseil d'administration.

Il ne m'appartient pas de rechercher l'existence des conventions, mais de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de celles dont nous avons été avisés, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé. Il vous appartient, selon les termes de l'article 92 du décret du 23 mars 1967, d'apprécier l'intérêt qui s'attache à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.

J'ai effectué mes travaux selon les normes de la profession ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations qui m'ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

En application du décret du 23 mars 1967, j'ai été informé que l'exécution des conventions suivantes, approuvées au cours d'un exercice antérieur, se sont poursuivies au cours du dernier exercice :

**Nature et Objet:**

**1) Emprunt obligataire**

L'assemblée générale mixte du 30 septembre 2003 a décidé d'émettre un emprunt obligataire souscrit par:

○ Crédit Agricole Private Equity pour un montant de	500.000 euros
○ Monsieur Edmond ABERGEL pour un montant de	75.000 euros
○ Monsieur Victor ABERGEL pour un montant de	75.000 euros
○ Monsieur Michaël ABERGEL pour un montant de	75.000 euros
○ Madame Françoise BUSSON pour un montant de	75.000 euros

Total Emprunt 800.000 euros

En 2004, cet emprunt est rémunéré au taux de 3 %, soit : 24.000 €.

**3) Commissionnement MGI USA**

Le conseil d'administration du 30 septembre 2004 a défini sa relation commerciale avec sa filiale MGI USA. Il lui sera attribué une commission de 30 % sur le montant hors taxes et hors transport des équipements vendus pour le compte de MGI France, ainsi qu'une commission de 15 % sur les ventes hors taxes des consommables.

En raison de leur implantation géographique, elle pourra procéder à des ventes directes sur l'état de la

Floride.

En 2005, les commissions de ventes facturées par MGU USA sont d'un montant de 557.507,16 euros.

Les administrateurs concernés par ces conventions sont Messieurs Edmond ABERGEL, Victor ABERGEL et Michaël ABERGEL.

Fait à Paris, le 13 avril 2006  
Le commissaire aux comptes  
**Th. YOUNES**

***(C) Rapport du commissaire aux comptes sur le rapport du Président du Conseil d'Administration relatif aux procédures et contrôle interne pour l'exercice clos le 31 décembre 2005***

La loi de finance n'oblige plus les sociétés non cotées à auditer le rapport du Président du Conseil d'Administration. La société propose au lecteur du présent document de base de se référer aux paragraphes 16 et suivants afin de prendre connaissance des conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil d'Administration et sur les procédures de contrôle interne.

**EXERCICE CLOS LE 31 DECEMBRE 2004**

***(A) Rapport du commissaire aux comptes sur les comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2004***

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre assemblée générale, nous avons procédé au contrôle des comptes consolidés de la société MGI SA. relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2004, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le conseil d'administration. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

**I Opinion sur les comptes consolidés**

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en oeuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes consolidés sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les entreprises comprises dans la consolidation.

**II- Justification des appréciations**

En application des dispositions de l'article L. 823-9 du Code de commerce, les appréciations auxquelles nous avons procédé ont porté sur le caractère approprié des principes comptables appliqués ainsi que sur le caractère raisonnable des estimations significatives retenues.

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

### III- Vérification spécifique

Par ailleurs, nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, à la vérification des informations relatives au groupe, données dans le rapport de gestion.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Fait à Paris, le 10 mai 2006  
Le Commissaire aux Comptes  
**Thierry YOUNES**

#### ***(B) Rapport spécial du commissaire aux comptes sur les conventions réglementées - exercice clos le 31 décembre 2004***

En ma qualité de commissaire aux comptes de votre Société, je vous présente mon rapport sur les conventions réglementées.

En application de l'article L.225-40 du code commerce, j'ai été avisé de la convention qui a fait l'objet de l'autorisation préalable de votre conseil d'administration.

Il ne m'appartient pas de rechercher l'existence des conventions, mais de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de celles dont nous avons été avisés, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé. Il vous appartient, selon les termes de l'article 92 du décret du 23 mars 1967, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.

J'ai effectué mes travaux selon les normes de la profession ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations qui m'ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

En application du décret du 23 mars 1967, j'ai été informé que l'exécution des conventions suivantes, approuvées au cours d'un exercice antérieur, se sont poursuivies au cours du dernier exercice :

#### **Nature et Objet:**

##### **1) Créance sur participation**

Le conseil d'administration du 26 juillet 2004 de la société MGI France a recapitalisé sa filiale MGI USA pour un montant de 1.600.000 euros, par incorporation de l'intégralité de sa créance sur participation pour un montant de 789.412,10 euros. Le solde de la recapitalisation est imputé sur la créance client pour un montant de 810.587,90 euros.

##### **2) Emprunt obligataire**

L'assemblée générale mixte du 30 septembre 2003 a décidé d'émettre un emprunt obligataire souscrit par:

- |  |              |           |
|--|--------------|-----------|
| ○Crédit Agricole Private Equity pour un montant de | 500.00 euros | ○Monsieur |
| ○Monsieur Edmond ABERGEL pour un montant de        | 75.000 euros | Micha     |
| ○Monsieur Victor ABERGEL pour un montant de        | 75.000 euros | ël        |

ABERGEL pour un montant de 75 000 euros  
o Madame Françoise BUSSON pour un montant de 75.000 euros

Total Emprunt 800.000 euros

En 2004, cet emprunt est rémunéré au taux de 3 %, soit : 24.000 €.

### **3) Commissionnement MGI USA**

Le conseil d'administration du 30 septembre 2004 a défini sa relation commerciale avec sa filiale MGI USA. Il lui sera attribué une commission de 30 % sur le montant hors taxes et hors transport des équipements vendus pour le compte de MGI France, ainsi qu'une commission de 15 % sur les ventes hors taxes des consommables. En raison de leur implantation géographique, elle pourra procéder à des ventes directes sur l'état de la Floride. Les administrateurs concernés par ces conventions sont Messieurs Edmond ABERGEL, Victor ABERGEL et Michaël ABERGEL.

Fait à Paris, le 2 mai 2005  
Le commissaire aux comptes  
Th. YOUNES

#### ***(C) Rapport du commissaire aux comptes sur le rapport du Président du Conseil d'Administration relatif aux procédures et contrôle interne pour l'exercice clos le 31 décembre 2004***

En ma qualité de commissaire aux comptes de la société MGI FRANCE SA et en application des dispositions du dernier alinéa de l'article L. 225-235 du code de commerce, je vous présente mon rapport sur le rapport établi par le Président de votre société conformément aux dispositions de l'article L225-37 du code de commerce au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2004.

Sous la responsabilité du conseil d'administration il revient à la direction de définir et de mettre en œuvre des procédures de contrôle interne adéquates et efficaces. Il appartient au Président de rendre compte, dans son rapport, notamment des conditions de préparation et d'organisation des travaux du conseil d'administration et des procédures de contrôle interne mises en place au sein de la société.

Il m'appartient de vous communiquer les observations qu'appellent de ma part les informations données dans le rapport du Président, concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

J'ai effectué mes travaux selon la doctrine professionnelle applicable en France. Celle-ci requiert la mise en œuvre de diligences destinées à apprécier la sincérité des informations données dans le rapport du Président, concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière. Ces diligences consistent notamment à :

- prendre connaissance des objectifs et de l'organisation générale du contrôle interne, ainsi que des procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, présentés dans le rapport du Président.
- prendre connaissance des travaux sous-tendant les informations ainsi données dans le rapport.

Sur la base de ces travaux, je n'ai pas d'observations à formuler sur les informations données concernant les procédures de contrôle interne de la société relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, contenues dans le rapport du président du conseil d'administration, établi en application des dispositions du dernier alinéa L.225-37 du code de commerce.

Fait à Paris, le 2 mai 2005  
Le commissaire aux comptes  
Th. YOUNES

## **EXERCICE CLOS LE 31 DECEMBRE 2003**

### ***(A) Rapport du commissaire aux comptes sur les comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2003***

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre assemblée générale, nous avons procédé au contrôle des comptes consolidés de la société MGI SA. relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2005, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le conseil d'administration. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

#### **I Opinion sur les comptes consolidés**

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en oeuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes consolidés sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les entreprises comprises dans la consolidation.

#### **II- Justification des appréciations**

En application des dispositions de l'article L. 823-9 du Code de commerce, les appréciations auxquelles nous avons procédé ont porté sur le caractère approprié des principes comptables appliqués ainsi que sur le caractère raisonnable des estimations significatives retenues.

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

#### **III- Vérification spécifique**

Par ailleurs, nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, à la vérification des informations relatives au groupe, données dans le rapport de gestion.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Fait à Paris, le 10 mai 2006  
Les Commissaire aux Comptes

### ***(B) Rapport spécial du commissaire aux comptes sur les conventions réglementées - exercice clos le 31 décembre 2003***

En ma qualité de commissaire aux comptes de votre Société, je vous présente mon rapport sur les conventions réglementées.

En application de l'article L.225-40 du code commerce, j'ai été avisé de la convention qui a fait l'objet de l'autorisation préalable de votre conseil d'administration.

Il ne m'appartient pas de rechercher l'existence des conventions, mais de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de celles dont nous avons été avisés, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé. Il vous appartient, selon les termes de l'article 92 du décret du 23 mars 1967, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.

J'ai effectué mes travaux selon les normes de la profession ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations qui m'ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

En application du décret du 23 mars 1967, j'ai été informé que l'exécution des conventions suivantes, approuvées au cours d'un exercice antérieur, se sont poursuivies au cours du dernier exercice :

### **Nature et objet**

#### **1) Avance de trésorerie MGI USA**

Une avance de trésorerie est effectuée par la société MGI France à sa filiale MGI USA, au 31 décembre 2003 ; son montant est de 747.368 euros.

Cette avance selon la convention de trésorerie établie entre les deux sociétés, est rémunérée pour 2003 pour un montant de 41.890,19 €.

Les administrateurs concernés par ces conventions sont messieurs Edmond ABERGEL, Victor ABERGEL et Michael ABERGEL.

Fait à Paris le 14 septembre 2004.  
Le commissaire aux comptes  
**Thierry YOUNES**

### **(C) Rapport du commissaire aux comptes sur le rapport du Président relatif aux procédures et contrôle interne pour l'exercice clos le 31 décembre 2003**

En ma qualité de commissaire aux comptes de la société MGI FRANCE SA et en application des dispositions du dernier alinéa de l'article L. 225-235 du code de commerce, je vous présente mon rapport sur le rapport établi par le Président de votre société conformément aux dispositions de l'article L225-37 du code de commerce au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2003.

Sous la responsabilité du conseil d'administration il revient à la direction de définir et de mettre en œuvre des procédures de contrôle interne adéquates et efficaces. Il appartient au Président de rendre compte, dans son rapport, notamment des conditions de préparation et d'organisation des travaux du conseil d'administration et des procédures de contrôle interne mises en place au sein de la société.

Il m'appartient de vous communiquer les observations qu'appellent de ma part les informations données dans le rapport du Président, concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

J'ai effectué mes travaux selon la doctrine professionnelle applicable en France. Celle-ci requiert la mise en œuvre de diligences destinées à apprécier la sincérité des informations données dans le rapport du Président, concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière. Ces diligences consistent notamment à :

- prendre connaissance des objectifs et de l'organisation générale du contrôle interne, ainsi que des procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, présentés dans le rapport du Président.

- prendre connaissance des travaux sous-tendant les informations ainsi données dans le rapport.

Sur la base de ces travaux, je n'ai pas d'observations à formuler sur les informations données concernant les procédures de contrôle interne de la société relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, contenues dans le rapport du président du conseil d'administration, établi en application des dispositions du dernier alinéa L.225-37 du code de commerce.

Fait à Paris le 14 septembre 2004.  
Le commissaire aux comptes  
**Thierry YOUNES**

#### **20.4.2 Autres vérifications**

Non applicable.

#### **20.4.3 Autres informations financières**

Non applicable.

#### **20.5 Date des dernières informations financières**

Les dernières informations financières vérifiées datent de l'exercice clos le 31 décembre 2005.

#### **20.6 Informations financières intermédiaires et autres**

La Société n'a pas établi d'informations financières intermédiaires depuis la date de ses derniers états financiers vérifiés.

#### **20.7 Politique de distribution des dividendes**

La Société n'a pas versé de dividendes au titre des trois derniers exercices écoulés. MGI n'envisage pas, à la date du présent document de base, adopter une politique de versement de dividendes réguliers.

#### **20.8 Procédures judiciaires et d'arbitrage**

Depuis 2004, existe un litige entre MGI et un ancien distributeur espagnol COMERCIAL ARQUE qui lui reproche de prétendus dysfonctionnements constatés sur 4 presses Mastercard 2400 et une presse Evolutiv (générations antérieures aux produits actuels) à l'origine de difficultés avec ses propres clients.

La formulation des griefs initiaux du demandeur portaient sur les points suivants :

- \* Les machines vendues par MGI sont affectées de défaut ;
- \* Ces défauts rendent les machines totalement ou partiellement impropres à l'usage auquel elles sont destinées ;
- \* Ces défauts affectent les caractéristiques qualitatives et quantitatives des machines et fournitures telles qu'elles sont décrites dans le contrat de distribution du 1<sup>er</sup> septembre 1999, et dans l'ensemble des documents commerciaux diffusés par la société MGI tout au long de l'exécution du contrat ;
- \* Et qu'à ce titre, la société Comercial Arque a subi des préjudices.

Le montant de la demande formulée portait sur un montant de 147.000 €.

Après avoir été déboutée en première instance par le Président du Tribunal de Commerce de Créteil, COMERCIAL ARQUE a obtenu la désignation en référé par la

Cour d'Appel de Paris par arrêt du 29 octobre 2003 d'un expert afin, en substance, de constater les griefs allégués.

Le rapport de cet expert en date du 31 octobre 2005 conclut que ces griefs ne sont pas vérifiés et que les dysfonctionnements observés ne proviennent pas de défaut de conception ou de fabrication des presses Mastercard. Il indique qu'ils proviendraient essentiellement de défauts d'utilisation et d'insuffisance d'entretien des machines. Il ne retient aucun préjudice subi du fait de MGI.

En conséquence, au vu de ce rapport et de la qualité de son dossier, la société n'a pas estimé nécessaire de constater de provision au titre des réclamations formulées sans justificatifs probants par son adversaire.

MGI entend en outre engager une action en dommages et intérêts à l'encontre du plaignant initial.

Par ailleurs, MGI a été confronté à un litige prudhommal. La demande formulée portait sur un montant de 12.500 €. Le salarié a été débouté de sa demande en 1<sup>ère</sup> instance mais a fait appel de cette décision. Aucune provision n'a été passée à ce titre.

Outre les deux points mentionnés ci-dessus, à la date du présent document de base, il n'existe pas d'autre procédure gouvernementale, judiciaire ou d'arbitrage, y compris toute procédure dont la société a connaissance, qui est en suspens ou dont elle est menacée, susceptible d'avoir ou ayant eu au cours des 12 derniers mois des effets significatifs sur la situation financière ou la rentabilité de la société.

#### 20.9 Changement significatif de la situation financière ou commerciale.

Néant.

#### 20.10 Honoraires du commissaire aux comptes et des membres du réseau

Pour les exercices clos le 31 décembre 2005 et 31 décembre 2004, les honoraires du commissaire aux comptes se décomposent comme suit :

	2005		2004	
	K€	%	K€	%
<b>Audit</b>				
* Commissariat aux comptes	13.400	100%	12.940	100%
* Missions accessoires	-	-	-	-
<b>Sous-total</b>	<b>13.400</b>	<b>100%</b>	<b>12.940</b>	<b>100%</b>
<b>Autres prestations le cas échéant</b>				
* Juridique, fiscal, social	-	-	-	-
* Technologies de l'information	-	-	-	-
* Audit interne	-	-	-	-
* Autres (à indiquer si sup. 10% aux honoraires d'audit)	-	-	-	-
<b>Sous total</b>		<b>0 %</b>		<b>0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>13.400</b>	<b>100%</b>	<b>12.940</b>	<b>100%</b>

## 21 INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

Une assemblée générale mixte des actionnaires s'est réunie le 27 avril 2006 à l'effet d'adopter certaines résolutions et donner certaines autorisations financières dans le cadre du projet d'admission des actions ou d'autres valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société sur le marché Alternext d'Euronext Paris. Le descriptif ci-dessous incorpore ces décisions.

### 21.1 Capital social

#### 21.1.1 Montant du capital social

Au 1<sup>er</sup> juin 2006, le capital de la Société s'élève à 2.578.197 € divisé en 2.578.197 actions d'une valeur nominale unitaire de 1 €.

#### 21.1.2 Titres non représentatifs du capital

Néant.

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

Néant.

#### 21.1.4 Valeurs mobilières ouvrant droit à une quote-part de capital

##### **A - Obligations convertibles en action**

L'AGE du 30 septembre 2003 a décidé l'émission d'un emprunt convertible en action d'un montant nominal de 800.000 € représenté par 800.000 obligations.

A ce jour, ces titres représentent une dilution potentielle de 31,03%

Les obligataires se sont engagés à convertir leurs obligations en action sous condition suspensive de l'admission des titres MGI à la cote d'Alternext, à compter du jour de début des négociations. Il ne subsistera donc plus de dilution potentielle au titre des ces obligations convertibles à ce moment là.

Le paragraphe 21.1.7 C du présent document de base indique la répartition du capital actuelle et celle qui résultera de ces conversions d'obligations.

##### **B – Bons de souscription d'action**

Nature	Date d'émission	Prix d'exercice	Décote / Surcote	Identité du détenteur	Période d'exercibilité	Nb actions auxquelles donnent droit ces instruments	Dilution pouvant résulter de leur exercice
BSA 4 (4)	27-mai-05	4,60 €	A venir	Jean-Pierre GERAULT	Jusqu'au 30 6 07 sous certaines conditions (1)	10 870	0,42 % (2) 0,32% (3)

(1) Les conditions d'exercice sont les suivantes : Les BSA seront exerçables uniquement au cas où les actionnaires auront reçu, une offre ferme de la part d'un tiers acquéreur d'acquérir 100% des actions composant le capital de la Société, pour un prix minimum de 30 M€.

(2) Sur la base du capital actuel

(3) Sur la base du capital intégrant la dilution résultant de la conversion des OCA (cf 21 1 4 A et 21.1.7 C))

(4) Les BSA 4 sont librement cessibles.

### 21.1.5 Informations sur les conditions régissant tout droit d'acquisition et/ou toute obligation attaché(e) au capital souscrit, mais non libéré, ou sur toute entreprise

Le tableau ci-dessous synthétise l'ensemble des résolutions d'émission dont bénéficiera la Société au jour de son admission sur Alternext.

	Durée de validité	Plafond (valeur nominale)
Émission avec suppression de DPS, d'actions et/ou de valeurs mobilières complexes **	26 mois	1.500.000 €*
Émission avec maintien de DPS d'actions et/ou de valeurs mobilières complexes **	26 mois	1.500.000 € *
Possibilité d'augmenter le nombre de titres en cas d'augmentation de capital avec ou sans droit préférentiel	26 mois	15 % du Montant initial
Augmentation de capital par incorporation de réserves primes, bénéfices ou autre	26 mois	1.500.000 € *
Attribution d'options de souscription ou d'achat d'actions	38 mois	5 % du capital ***
Attribution d'actions gratuites	38 mois	5 % du capital ***

(\*) Plafond global non cumulatif.

(\*\*)En cas d'émission de valeurs mobilières représentatifs de créances donnant accès au capital, le montant nominal de ces titres de créances ne pourra pas excéder 3 M€.

(\*\*\*) Plafond global non cumulatif.

### 21.1.6 Informations sur le capital de tout membre du Groupe faisant l'objet d'une option ou d'un accord conditionnel ou inconditionnel prévoyant de le placer sous option

A la connaissance de la Société, il n'existe pas d'option d'achat ou de vente ou d'autres engagements au profit des actionnaires de la Société ou consentis par ces derniers portant sur des actions de la Société.

### 21.1.7 Historique du capital social

Le capital social de la Société est inchangé depuis le 1<sup>er</sup> mars 2005.

#### A. Évolution du capital depuis la création

Date	Nature De l'opération	Augmentation de capital	Prime d'émission	Nombre actions créées	Valeur nominale	Nombre actions cumulé	Capital après opération
2-avr.-82	Création			100	200 F	100	20 000 F
6-mai-85	Division du nominal			100	100 F	200	20 000 F
6-mai-85	Augmentation de capital			1 300	100 F	1 500	150 000 F
20-déc-90	Augmentation de capital			1 000	100 F	2 500	250 000 F
24-juil-91	Augmentation de capital	107 000 FRF	406 600 FRF	1 070	100 F	3 570	357 000 F
23-juin-95	Augmentation de capital			4 066	100 F	7 636	763 600 F
25-juin-97	Augmentation de capital			2 364	100 F	10 000	1 000 000 F
25-juin-98	Augmentation de capital			2 000	100 F	12 000	1 200 000 F
10-mai-99	Augmentation de capital			6 000	100 F	18 000	1 800 000 F
30-déc-99	Augmentation de capital	224700 FRF	9 774 450FRF	2 247	100 F	20 247	2 024 700 F
30-juin-00	Augmentation de capital	146 000 FRF	6 354 000 FRF	1 460	100 F	21 707	2 170 700 F
30-juin-00	Conversion en €			1 823 388	1 €	1 845 095	1 845 095 €
21-déc-00	Augmentation de capital		1 870 201 €	149 799	1 €	1 994 894	1 994 894 €

29-déc-00	Augmentation de capital			187 000	1 €	2 181 894	2 181 894 €
17-juil-01	Émission d'actions C	306 000 €	2 907 000 €	306 000	1 €	2 487 894	2 487 894 €
30-sept-03	Émission d'actions A	30 303 €	19 696,95 €	30 303	1 €	2 518 197	2 518 197 €
1er mars 05	Exercice de BSA 1	29 697 €	19 478,55 €	29 697	1 €	2 547 894	2 548 164 €
1er mars 05	Exercice de BSA 3	30 303 €	19 696,95 €	30 303	1 €	2 578 197	2 578 197 €

Conformément à la 7ème résolution de l'AGM réunie le 27 avril 2006, à compter de l'introduction en bourse, les catégories d'actions qui existaient jusqu'alors vont disparaître. Seules subsisteront des actions ordinaires toutes fongibles entre elles.

Pour mémoire, les principaux droits de chaque catégorie d'actions étaient les suivants :

**Catégorie A** : actions ordinaires

**Catégorie B** : Elles bénéficiaient d'un dividende prioritaire de 0,39906 € par action

**Catégorie CD** : Elles bénéficiaient principalement

(1) à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2006 sous certaines conditions, d'un dividende précipitaire, de 0,315 € par action.

(2) d'un droit privilégié sur le boni de liquidation, sous certaines conditions.

**Catégorie D** : Elles bénéficiaient principalement

(1) d'un droit privilégié sur le boni de liquidation, sous certaines conditions,

(2) En cas de souscription à toute opération d'augmentation de capital en numéraire ou d'émission de valeurs mobilières donnant droit à des actions par conversion, échange, présentation d'un bon ou de toute autre manière, du droit à recevoir, en exercice de leurs droits, des actions nouvelles de catégorie D avec tous les droits qui y sont attachés, sauf décision contraire des porteurs d'actions de cette catégorie.

Aucune modification n'est intervenue depuis le 1er mars 2005.

En revanche, au moment de l'introduction, il sera procédé à la conversion d'OCA émises en sept 2003 conduisant à la création de 800.000 actions nouvelles. Le capital social sera alors de 3.378.197 € composé de 3.378.197 actions de 1€ de nominal chacune.

## B. Évolution détaillée de la répartition du capital social depuis la création

Les seules opérations ayant eu un impact sur la répartition du capital au cours des trois dernières années sont les suivantes :

Identité de l'actionnaire	Qualité de l'actionnaire	% capital détenu avant l'opération	Date de l'opération	Nature de l'opération	Nombre actions acquises	Prix unitaire des actions acquises	Décote/ Surcote	% capital acquis	% capital détenu après l'opération
JP Gérard	Administrateur	0%	15 10 03	Aug. de capital	30 303		A venir	1,22%	1,20%
Muriel Abergel	Personnes physiques	N/S	04	transmission	140	N/A	N/A (1)	N/S	N/S
JP Gérard	Administrateur	1,20%	1er 03 05	Exercice BSA	29.697		A venir	1,18 %	2,35% %
JP Gérard	Administrateur	1,20%	1er 03 05	Exercice BSA	30.303		A venir	1,20%	3,50%

(1) Transmission entre époux suite à un décès

(2) Reclassement entre les deux fonds du groupe CIC présents au capital, Finances & Stratégie et SNBV Participations

## C. Répartition du capital au 15<sup>r</sup> juin 2006

Noms des Actionnaires	Avant introduction et avant conversion OCA		Avant introduction (2) et après conversion OCA	
	Nombre	Capital & D. Vote	Nombre	Capital & D. Vote
Edmond Abergel	551 261	21,38%	626 261	18,54%
Victor Abergel	466 474	18,09%	541 474	16,03%
Françoise Busson	551 261	21,38%	626 261	18,54%
Michael Abergel	258 649	10,03%	333 649	9,88%
Jean-Pierre Gérault	90 303	3,50%	90 303	2,67%
<b>Sous-total dirigeants</b>	<b>1 917 948</b>	<b>74,39%</b>	<b>2 217 948</b>	<b>65,65%</b>
SNVB Participations (1)	146 331	5,68%	146 331	4,33%
Finances & Stratégies (1)	146 238	5,67%	146 238	4,33%
FCP CL Développement 2 (3)	367 000	14,23%	867 000	25,66%
<b>Sous-total investisseurs financiers</b>	<b>659 569</b>	<b>25,58%</b>	<b>1 159 569</b>	<b>34,33%</b>
Georgette Abergel	340	0,01%	340	0,01%
Muriel Abergel	170	0,01%	170	0,01%
Sabrina Busson	170	0,01%	170	0,01%
<b>Sous-total personnes physiques</b>	<b>680</b>	<b>0,03%</b>	<b>680</b>	<b>0,02%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2 578 197</b>	<b>100,00%</b>	<b>3 378 197</b>	<b>100,00%</b>

(1) Groupe CIC

(2) cette colonne indique la répartition du capital après intégration de la conversion des OCA émises en juillet 2003 à laquelle se sont engagés les obligataires sous condition suspensive de l'admission effective des titres à la cote d'Alternext.

(3) Actions détenues par le FCP CL Développement 2 dont Crédit Agricole Private Equity est le gestionnaire

Un droit de vote double sera attribué à toutes les actions justifiant d'une inscription nominative depuis trois ans au moins au jour de l'admission des actions de la Société à la cote d'Alternext.

A la date du présent document de base, il existe un pacte d'actionnaires qui sera caduc une fois les titres de la Société admis aux négociations sur Alternext.

Il n'existe pas d'action de concert.

## 21.2 Acte constitutif et statuts

### 21.2.1 Objet social (article 2 des statuts)

La société a pour objet, directement ou indirectement, en France ou à l'étranger :

- La fabrication de matériels d'imprimerie numérique,
- La fabrication et la commercialisation de matériels d'imprimerie, de consommables, de logiciels,
- L'achat, la vente, l'échange de titre mobilier et valeurs mobilières, la prise de participation par tous moyens dans toutes entreprises ou sociétés métallurgiques, mécaniques et annexes, d'ateliers d'usinage et de montage, d'ateliers de fabrication de matériels d'imprimerie et de tous matériels ou biens connexes à l'objet social, créées ou à créer, notamment par voie de création de société nouvelle, d'apport, commandite, souscription ou achat de titres ou droits sociaux, fusion, association, groupement, participation, la

prise, l'acquisition, l'exploitation ou la cession de tous procédés et brevets concernant ces activités,

- Toutes opérations industrielles, civiles, commerciales, financières, économiques, mobilières ou immobilières pouvant se rattacher à l'objet social et à tous objets similaires ou connexes,

Et généralement toutes opérations se rattachant directement ou indirectement à cet objet et susceptibles d'en faciliter le développement ou la réalisation.

## **21.2.2 Dispositions statutaires ou autres relatives aux membres des organes d'administration et de direction.**

### Conseil d'administration

La Société est administrée par un conseil d'administration composé de trois membres au moins et de dix-huit membres au plus, sous réserve de la dérogation prévue par la loi en cas de fusion.

En cours de vie sociale, les administrateurs sont nommés, renouvelés ou révoqués par l'Assemblée Générale Ordinaire. Ils sont toujours rééligibles. La durée des fonctions des administrateurs est de six (6) ans ; elle prend fin à l'issue de la réunion de l'Assemblée Générale Ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expire leur mandat. Les administrateurs peuvent être des personnes physiques ou des personnes morales. Dans ce cas, celles-ci doivent, lors de leur nomination, désigner un représentant permanent, soumis aux mêmes conditions et obligations et qui encourt les mêmes responsabilités que s'il était administrateur en son nom propre, sans préjudice de la responsabilité solidaire de la personne morale qu'il représente.

En cas de vacance d'un ou plusieurs sièges d'administrateur, le Conseil d'Administration peut, entre deux assemblées générales, procéder à des nominations à titre provisoire conformément aux dispositions légales. L'administrateur nommé en remplacement d'un autre exerce ses fonctions pour le temps restant à courir du mandat de son prédécesseur.

Chaque administrateur doit être propriétaire de dix (10) actions. Si au jour de sa nomination, un administrateur n'est pas propriétaire du nombre d'actions requis ou si au cours du mandat, il cesse d'en être propriétaire, il est réputé démissionnaire d'office s'il n'a pas régularisé sa situation dans le délai de 3 mois.

### Limite d'âge - Durée des fonctions

Le nombre des administrateurs ayant atteint l'âge de 85 ans ne peut dépasser le quart des membres du conseil d'administration. Lorsque ce seuil est atteint, l'administrateur le plus âgé est réputé démissionnaire d'office et ses fonctions expirent à l'issue de la plus prochaine assemblée générale ordinaire statuant sur leur renouvellement.

### Président – Bureau du conseil (article 13.1)

Le conseil d'administration élit, parmi ses membres, un président qui est, à peine de nullité de la nomination, une personne physique. Il détermine sa rémunération.

Le président est nommé pour une durée qui ne peut excéder celle de son mandat d'administrateur. Il est rééligible. Le conseil d'administration peut le révoquer à tout moment. En cas d'empêchement temporaire ou de décès du président, le conseil d'administration peut déléguer un administrateur dans les fonctions de président.

Le président peut renoncer à ses fonctions sans avoir à motiver sa décision. Par ailleurs, le président peut être démissionnaire d'office, notamment en cas de perte de la qualité d'administrateur, en cas de dépassement du nombre maximum de mandats de président ainsi qu'en cas d'atteinte de la limite d'âge.

Pour l'exercice de ses fonctions, le président du conseil d'administration ne peut être âgé de plus de 75 ans. Lorsqu'en cours de fonction, cette limite d'âge aura été atteinte, le président du conseil d'administration sera réputé démissionnaire d'office et il sera procédé à la désignation d'un nouveau président dans les conditions prévues par le présent article.

En cas d'empêchement temporaire, cette délégation est donnée pour une durée limitée ; elle est renouvelable. En cas de décès, elle vaut jusqu'à l'élection du nouveau président.

Le président du conseil d'administration, veille au bon fonctionnement des organes de la société, notamment en ce qui concerne les convocations, la tenue des réunions sociales, l'information des commissaires aux comptes et des actionnaires.

Par ailleurs, il préside les séances du conseil d'administration et les réunions des assemblées d'actionnaires.

Par ailleurs, le conseil d'administration a la faculté de nommer, parmi ses membres administrateurs personnes physiques, un ou plusieurs vice-présidents. La durée de leurs fonctions, fixée par le conseil, ne peut excéder celle de leur mandat d'administrateur.

Le conseil a, également, la faculté de désigner, parmi ou en dehors de ses membres, un secrétaire chargé d'assister le président dans la préparation et la constatation des délibérations du Conseil.

#### Délibération du conseil (article 13.6)

Les délibérations du conseil d'administration sont constatées par des procès-verbaux établis sur un registre spécial, côté et paraphé, et tenu au siège social conformément aux dispositions réglementaires. Le procès-verbal de séance doit contenir les mentions prévues par la loi.

Le procès-verbal est signé par le Président de séance et au moins un administrateur. En cas d'empêchement du Président, il est signé par deux administrateurs au moins.

Les copies ou extraits des procès-verbaux des délibérations sont valablement certifiés par le président du conseil d'administration, un directeur général, l'administrateur délégué temporairement dans les fonctions de président ou un fondé de pouvoir habilité à cet effet. Au cours de la liquidation de la société, ces copies ou extraits sont valablement certifiés par un seul liquidateur.

#### Réunions du conseil d'administration (article 13.2 du conseil d'administration)

Le conseil d'administration se réunit aussi souvent que l'intérêt de la société l'exige, sur convocation de son président. Les convocations sont faites par tous moyens et même verbalement. Elle indique avec précision les questions qui seront évoquées.

Lorsque le conseil d'administration ne s'est pas réuni depuis plus de deux (2) mois, des administrateurs constituant au moins le tiers des membres du conseil d'administration peuvent demander au président de le convoquer sur un ordre du jour déterminé. Le président est lié par les demandes qui lui sont ainsi adressées.

Le directeur général peut également demander au président de convoquer le conseil d'administration sur ordre du jour déterminé.

Le conseil d'administration se réunit au siège social ou en tout endroit sous la présidence de son président ou, en cas d'empêchement, du membre désigné par le conseil d'administration pour le présider. Il peut se réunir en tout autre endroit avec l'accord de la majorité des administrateurs.

Quorum et majorité (article 13.3 des statuts)

Le conseil d'administration ne délibère valablement que si la moitié au moins de ses membres est présente. Les décisions sont prises à la majorité des membres présents ou représentés. En cas de partage des voix, la voix du président de séance est prépondérante.

Peuvent également assister, avec voix consultative, aux séances du conseil d'administration, toutes personnes appelées par le Président du Conseil ou à la demande de la moitié, au moins, des administrateurs en exercice.

Conformément aux dispositions réglementaires, sont réputés présents pour le calcul du quorum et de la majorité, les administrateurs qui participent aux réunions du conseil d'administration par des moyens de visioconférence.

Des membres de la direction générale peuvent assister aux séances du conseil à la demande du président.

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

Pouvoirs du conseil d'administration (article 14 des statuts)

a) Principes : Le conseil d'administration détermine les orientations de l'activité de la société et veille à leur mise en œuvre. Sous réserve des pouvoirs expressément attribués aux assemblées d'actionnaires et dans la limite de l'objet social, il se saisit de toute question intéressant la bonne marche de la société et règle par ses délibérations les affaires qui la concernent.

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.

Le conseil d'administration procède aux contrôles et vérifications qu'il juge opportuns.

Chaque administrateur doit recevoir les informations nécessaires à l'accomplissement de sa mission, auprès de la direction générale.

b) Représentation du conseil d'administration : Le président organise les travaux de celui-ci dont il rend compte à l'assemblée générale et exécute ses décisions. Il veille au bon fonctionnement des organes de la société et s'assure que les administrateurs sont en mesure de remplir leur mission.

Le président du conseil d'administration reçoit communication par l'intéressé des conventions portant sur des opérations courantes et conclues à des conditions normales.

Le président communique la liste et l'objet des dites conventions aux membres du conseil et au commissaire aux comptes.

c) Comité d'études : Le conseil d'administration peut décider de la création d'un ou plusieurs comités chargés d'étudier les questions que lui-même ou son président soumet, pour avis, à leur examen. Il fixe la composition et les attributions des comités qui exercent leur activité sous sa responsabilité. Il fixe la rémunération des personnes le composant, le cas échéant.

Direction générale – délégation générale – délégation de pouvoirs – signature sociale (article 15)

A) Nomination-Révocation : En fonction du choix effectué par le conseil d'administration, conformément aux dispositions ci-dessus, la direction générale est assurée, soit par le président, soit par une personne physique nommée par le conseil d'administration et portant le titre de directeur général.

Lorsque le conseil d'administration choisit la dissociation des fonctions de président et de directeur général, il procède à la nomination du directeur général, fixe la durée de son mandat, détermine sa rémunération et, le cas échéant, les limitations de ses pouvoirs.

Pour l'exercice de ses fonctions, le directeur général ne doit pas être âgé de plus de 75 ans. Lorsqu'en cours de fonctions, cette limite d'âge aura été atteinte, le directeur général sera réputé démissionnaire d'office et il sera procédé à la désignation d'un nouveau directeur général.

Le directeur général est révocable à tout moment par le conseil d'administration. Lorsque le directeur général n'assume pas les fonctions de président du conseil d'administration, sa révocation peut donner lieu à dommages-intérêts si elle est décidée sans juste motif.

b) Pouvoirs : Le directeur général assume, sous sa responsabilité, la direction générale de la société et il est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir en toute circonstance au nom de la société. Il exerce ses pouvoirs dans la limite de l'objet social et sous réserve de ceux que la loi attribue expressément aux assemblées d'actionnaires et au conseil d'administration.

Le directeur général représente la société dans ses rapports avec les tiers. La société est engagée même par les actes du directeur général qui ne relèvent pas de l'objet social, à moins qu'elle ne prouve que le tiers savait que l'acte dépassait cet objet ou qu'il ne pouvait pas l'ignorer compte tenu des circonstances, étant exclu que la seule publication des statuts suffise à constituer cette preuve.

Les décisions du conseil d'administration qui limitent les pouvoirs du directeur général sont opposables aux tiers.

c) Directeurs généraux délégués : Sur proposition du directeur général, que cette fonction soit assumée par le président du conseil d'administration ou par une autre personne physique, le conseil d'administration peut nommer une ou plusieurs personnes physiques chargées d'assister le directeur général avec le titre de directeur général délégué. Les directeurs généraux délégués peuvent être choisis parmi les administrateurs ou en dehors d'eux.

Le nombre maximum des directeurs généraux délégués est fixé à cinq.

En accord avec le directeur général, le conseil d'administration détermine l'étendue et la durée des pouvoirs accordés aux directeurs généraux délégués. A l'égard des tiers, le ou

les directeurs généraux délégués disposent des mêmes pouvoirs que le directeur général.

En cas de cessation des fonctions ou d'empêchement du directeur général, les directeurs généraux délégués conservent, sauf décision contraire du conseil d'administration, leurs fonctions et leurs attributions jusqu'à la nomination d'un nouveau directeur général.

Le directeur général ou les directeurs généraux sont révocables à tout moment par le conseil d'administration, sur proposition du directeur général.

Le directeur général ou les directeurs généraux délégués peuvent, dans les limites fixées par la législation en vigueur, déléguer les pouvoirs qu'ils jugent convenables, pour un ou plusieurs objets déterminés, à tous mandataires, même étrangers à la société, pris individuellement ou réunis en comité ou commission. Ces pouvoirs peuvent être permanents ou temporaires, et comporter ou non la faculté de substituer. Les délégations ainsi consenties conservent tous leurs effets malgré l'expiration des fonctions de celui qui les a conférées.

d) Délégations de pouvoirs ponctuelles : Le conseil ou le président peut conférer à un administrateur ou à tout autre personne, actionnaire ou non, les pouvoirs nécessaires à l'exécution de missions déterminées, qu'elles soient permanentes ou non, autres que celles prévues dans les paragraphes précédents, sauf si ces personnes sont liées à la Société par un contrat de travail dans les conditions autorisées par la loi.

Il est rappelé que le conseil d'administration du 27 mai 2005 a confirmé le choix de la non dissociation de fonctions de Président et Directeur Général, lesquelles ont été confiées à Monsieur Edmond Abergel.

Le même conseil d'administration a confirmé Monsieur Victor Abergel dans les fonctions de Directeur Général Délégué.

### **21.2.3 Droits et obligations attachés aux actions (article 10)**

#### **(A) Quorum – Vote – Droit de vote double**

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.

Les actionnaires ne sont responsables du passif social que dans la limite du montant des actions qu'ils possèdent.

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

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.

Un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité de capital social qu'elles représentent, est attribué à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il est justifié d'une inscription nominative depuis trois ans au moins au nom du même actionnaire.

Toute action convertie au porteur ou transférée en propriété perd ce droit de vote double.

Néanmoins, le transfert par suite de succession, de liquidation de communauté de biens entre époux ou de donation entre vifs au profit d'un conjoint ou d'un parent au degré successible ne fait pas perdre le droit acquis et n'interrompt pas les délais prévus ci-dessus.

En outre, en cas d'augmentation de capital par incorporation de réserves, bénéfiques ou primes d'émission, le droit de vote double peut être conféré, dès leur émission, aux actions nominatives attribuées gratuitement à un actionnaire à raison d'actions anciennes pour lesquelles il bénéficie de ce droit.

#### **(B) Dividendes - Délai de prescription**

Les modalités de mise en paiement des dividendes en numéraire sont fixées par l'Assemblée Générale, ou à défaut par le Conseil d'Administration. Les statuts prévoient que l'assemblée générale peut accorder aux actionnaires pour tout ou partie du dividende mis en distribution, une option entre le paiement en numéraire ou en actions.

Les dividendes non réclamés dans les cinq ans de leur mise en paiement sont prescrits.

#### **(C) Droit au boni de liquidation**

Le boni de liquidation est réparti entre les actionnaires.

#### **(D) Droit préférentiel de souscription**

Les actions de la Société comportent toutes un droit préférentiel de souscription aux augmentations de capital.

#### **(E) Limitation des droits de vote**

Les statuts de la Société ne contiennent aucune stipulation limitant les droits de vote dont peut disposer un actionnaire.

#### **(F) Titre au porteur identifiable**

La société pourra, dans les conditions légales et réglementaires en vigueur, demander à tout moment, contre rémunération à sa charge, à tout organisme habilité, le nom, ou, s'il s'agit d'une personne morale, la dénomination sociale, la nationalité et l'adresse des détenteurs de titres conférant immédiatement ou à terme le droit de vote dans ses propres assemblées d'actionnaires, ainsi que la quantité de titres détenue par chacun d'eux et, le cas échéant, les restrictions dont ces titres peuvent être frappés.

### **21.2.4 Modalités de modification des droits des actionnaires**

Les droits des actionnaires tels que figurant dans les statuts de la Société ne peuvent être modifiés que par l'assemblée générale extraordinaire des actionnaires de la Société.

### **21.2.5 Assemblées générales d'actionnaires**

#### **(A) Nature des assemblées**

##### **Assemblées Générales Ordinaires (article 23 des statuts)**

L'Assemblée Générale Ordinaire prend toutes les décisions qui ne modifient pas les statuts.

Elle est réunie au moins une fois par an, dans les délais légaux et réglementaires en vigueur, pour statuer sur les comptes de l'exercice écoulé.

Elle ne délibère valablement sur première convocation, que si les actionnaires présents, représentés ou ayant voté par correspondance ou votant par visioconférence ou par des moyens de télécommunication permettant leur identification et dont la nature et les conditions d'application sont déterminées par décret, possèdent au moins le cinquième des actions ayant le droit de vote. Sur deuxième convocation, aucun quorum n'est requis.

Elle statue à la majorité des voix dont disposent les actionnaires présents ou représentés, y compris les actionnaires ayant voté par correspondance.

#### **Assemblées Générales Extraordinaires (article 24 des statuts)**

L'Assemblée Générale Extraordinaire est seule habilitée à modifier les statuts dans toutes leurs dispositions ; elle ne peut toutefois augmenter les engagements des actionnaires, sous réserve des opérations résultant d'un regroupement d'actions régulièrement effectué.

Elle ne délibère valablement sur première convocation, que si les actionnaires présents, représentés ou ayant voté par correspondance ou votant par visioconférence ou par des moyens de télécommunication permettant leur identification et dont la nature et les conditions d'application sont déterminées par décret, possèdent au moins, le quart et, sur deuxième convocation, le cinquième des actions ayant le droit de vote. A défaut de ce dernier quorum, la deuxième assemblée peut être prorogée à une date postérieure de deux mois au plus à celle à laquelle elle avait été convoquée.

Elle statue à la majorité des deux tiers des voix dont disposent les actionnaires présents ou représentés, y compris les actionnaires ayant voté par correspondance.

#### **(B)Convocation et réunion des assemblées générales (article 20 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.

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

La convocation est effectuée quinze jours avant la date de l'assemblée dans les conditions légales et suivant les choix opérés par l'auteur de la convocation.

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.

#### **(C)Ordre du jour (article 21 des statuts)**

L'ordre du jour des assemblées est arrêté par l'auteur de la convocation.

Un ou plusieurs actionnaires ont la faculté de requérir l'inscription de projets de résolutions à l'ordre du jour des assemblées dans les conditions légales et réglementaires. L'assemblée ne peut délibérer sur une question qui n'est pas à l'ordre du jour. Elle peut cependant, en toutes circonstances, révoquer un ou plusieurs administrateurs et procéder à leur remplacement.

L'Assemblée ne peut délibérer sur une question qui n'est pas inscrite à l'ordre du jour, lequel ne peut être modifié sur deuxième convocation. Elle peut, toutefois, en toutes circonstances, révoquer un ou plusieurs administrateurs et procéder à leur remplacement.

#### **(D) Admission aux assemblées – pouvoirs (article 22 des statuts)**

Tout actionnaire a le droit d'assister aux assemblées générales et de participer aux délibérations personnellement ou par mandataire, sur simple justification de son identité et quel que soit le nombre d'actions qu'il possède, dès lors qu'elles ont été libérées des versements exigibles.

Tout actionnaire a le droit d'assister aux assemblées générales et de participer aux délibérations personnellement ou par mandataire, sur simple justification de son identité et si les actions qu'il possède ont été libérées des versements exigibles.

Le droit de participer aux assemblées est subordonné :

\* à l'inscription de l'actionnaire dans les comptes de la société pour les propriétaires d'actions nominatives,

\* au dépôt au lieu indiqué par l'avis de convocation d'un certificat établi par l'intermédiaire habilité, teneur du compte de l'actionnaire et constatant l'indisponibilité jusqu'à la date de l'assemblée des actions inscrites dans ce compte pour les propriétaires d'actions au porteur.

Le délai au cours duquel ces formalités doivent être accomplies expire cinq (5) jours avant la date de réunion de l'assemblée.-

Les assemblées sont présidées par le président du conseil d'administration ou, en son absence, par un administrateur spécialement délégué à cet effet par le conseil d'administration. A défaut, l'assemblée élit elle-même son président.

Les fonctions de scrutateur sont remplies par les deux membres de l'assemblée présents et acceptant qui disposent du plus grand nombre de voix.

Le bureau désigne le secrétaire lequel peut être choisi en dehors des actionnaires.

Il est tenu une feuille de présence dans les conditions prévues par la Loi.

Les copies ou extraits de procès verbaux de l'assemblée sont valablement certifiés par le Président du Conseil d'Administration, par un administrateur exerçant les fonctions de directeur général ou par le secrétaire de l'assemblée.

#### **21.2.6 Dispositifs permettant de retarder, différer ou empêcher un changement de contrôle**

Les statuts de la Société ne contiennent pas de dispositifs permettant de retarder, différer ou empêcher un changement de contrôle.

#### **21.2.7 Franchissements de seuil**

Toute personne physique ou morale, agissant seule ou de concert, qui vient à détenir ou cesser de détenir une fraction égale à 10 % du capital social ou des droits de vote, ou tout multiple de ce pourcentage, est tenue d'en informer la société dans un délai de cinq jours à compter du franchissement du seuil de participation à la hausse ou à la baisse, par lettre recommandée avec accusé de réception, à son siège social en précisant le nombre d'actions et de droits de vote détenus.

A défaut d'avoir été déclarée dans les conditions ci-dessus, les dispositions prévues par l'article L. 233-14 du nouveau code de commerce s'appliquent et les actions excédant la fraction qui aurait dû être déclarée sont privées du droit de vote dans les assemblées d'actionnaires si, à l'occasion d'une assemblée, le défaut de déclaration a été constaté et si un ou plusieurs actionnaires détenant ensemble 2 % du capital ou des droits de vote en font la demande lors de cette assemblée. Dans ce cas, les actions privées de droit de vote ne retrouvent ce droit qu'à l'expiration d'un délai de deux ans suivant la date de régularisation de la notification.

En outre, les obligations légales, réglementaires ou émanant des règles d'organisation d'un système multilatéral de négociation organisé, pesant sur toute personne, agissant seule ou de concert, qui viendrait à posséder ou contrôler, directement ou indirectement, du fait d'un franchissement de seuil à la hausse ou à la baisse, 5%, 10%, 15%, 20%, 25%, 1/3, 50%, 2/3, 90% et 95% du capital ou des droits de vote, s'appliquent à la Société et obligent la personne concernée à informer la Société et l'autorité des marchés financiers (AMF) desdits franchissements des seuils dans les conditions de l'article L. 233-7 du Code de commerce.

A défaut d'avoir été déclarées dans les conditions ci-dessus, les actions excédant la fraction qui aurait dû être déclarée sont privées de droit de vote dans les conditions et selon les modalités prévues par les dispositions légales, réglementaires ou émanant des règles d'organisation d'un système multilatéral de négociation organisé dans le cadre des absences de déclarations de franchissements de seuils.

Cette sanction est indépendante de celles qui peuvent être prononcées par tout autre organe, entreprise de marché, juridiction ou autorité administrative, et notamment celles pouvant être prononcées par l'autorité des marchés financiers (AMF).

**Rappel : Acquisition d'un bloc conférant la majorité du capital ou des droits de vote de la Société - Garantie de cours**

Il est rappelé que la Société sollicitant son admission sur Alternext, dans l'hypothèse où une personne physique ou morale agissant seule ou de concert au sens de l'article L. 233-10 du Code de commerce acquerrait ou conviendrait d'acquérir, directement ou par l'intermédiaire d'une ou plusieurs sociétés que l'initiateur contrôlerait au sens de l'article L. 233-3 du Code de commerce, un ou des blocs de titres lui conférant, compte tenu des titres ou des droits de vote qu'il détient déjà, la majorité du capital ou des droits de vote de la Société, l'initiateur de l'offre devra proposer à tous les autres actionnaires d'acquérir toutes les actions qu'ils détiennent respectivement au jour du franchissement de seuil susmentionné, et ce selon les modalités et dans les conditions prévues aux articles L. 235-1 et suivants du Règlement Général de l'autorité des marchés financiers (AMF) si les titres de la Société sont admis aux négociations sur un marché réglementée et aux articles L. 235-4-1 et suivants du Règlement Général de l'autorité des marchés financiers (AMF), ou tout texte s'y substituant dans l'avenir.

#### **21.2.8 Stipulations particulières régissant les modifications du capital**

Il n'existe aucune stipulation particulière dans les statuts de la Société régissant les modifications de son capital de manière plus restrictive que la Loi.

## **22 CONTRATS IMPORTANTS**

La Société n'a conclu aucun contrat important (autre que les contrats conclus dans le cadre normal des affaires) au cours des deux années précédant la date du présent document de base.

## **23 INFORMATIONS PROVENANT DE TIERS, DÉCLARATIONS D'EXPERTS ET DÉCLARATIONS D'intérêts**

### **Études citées**

Les informations citées au chapitre 6, relatives au marché, sont issues des études :

- Rochester Institute of Technology (Printing Industry of America Study, 2005)
- Cap Ventures, Février 2005.
- Enquête Graphiline réalisée auprès de constructeurs fin 2005.

## **24 DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC**

L'ensemble des documents sociaux de la Société devant être mis à la disposition des actionnaires est consultable au siège social de la Société. Peuvent notamment être consultés :

- L'acte constitutif et les statuts de la Société ;
- Tous rapports, courriers et autres documents, informations financières, historiques, dont une partie est incluse ou visée dans le document de base ;
- Les informations financières historiques de la Société pour chacun des deux exercices précédents la publication du document de base.

La Société entend communiquer ses résultats financiers conformément aux exigences des lois et réglementations en vigueur, ainsi que les déclarations des dirigeants relatives à leurs cessions de titres, ainsi que certains franchissements de seuil (cf paragraphe 1.3) et enfin, toute information susceptible d'avoir une influence sensible sur le cours de ses titres conformément aux dispositions de l'article 4.3 des Règles d'Alternext sans préjudice des obligations du Règlement Général de l'AMF et de tout autre texte de niveau supérieur concernant l'appel public à l'épargne.

## **25 INFORMATIONS SUR LES PARTICIPATIONS**

A ce jour, MGI détient deux participations.

- MGI USA (filiale détenue à 100%), et,
- MGS, (France) détenue à 30%.

Les informations les concernant figurent au paragraphe 7 du présent document de base.

