



Société anonyme au capital de 1 124 250 €
Siège social : 71 rue François Mermet 69160 Tassin France
RCS Lyon 437 733 769

OFFERING CIRCULAR

Admission sur Alternext

XXXX 2007



Avertissement

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

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

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

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

Des exemplaires de cette Offering Circular sont disponibles sans frais auprès de la Société ainsi qu'en version électronique sur le site de la Société (www.adthink-media.com) et sur celui d'Alternext (www.alternext.com) préalablement à l'admission de la Société aux négociations sur Alternext soumise à l'accord d'Euronext.

Rappel :

Décret no 2006-557 du 16 mai 2006 modifiant le chapitre 1er du titre 1er du livre IV de la partie réglementaire du code monétaire et financier

Le Premier ministre,

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

Vu le code des assurances ;

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

Vu le code de la mutualité ;

Vu le code de la sécurité sociale ;

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

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

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

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

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

Décète :

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

« Art. D. 411-1. –

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

« 18° Les intermédiaires en marchandises ;

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

« – effectifs annuels moyens supérieurs à 250 personnes ;

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

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

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

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

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

« – effectifs annuels moyens inférieurs à 250 personnes ;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Fait à Paris, le 16 mai 2006.

Par le Premier ministre : DOMINIQUE DE VILLEPIN

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

SOMMAIRE

RESUME	7
1 Personnes responsables.....	11
1.1 Responsables de l' Offering Circular	11
1.2 Attestation des responsables de l'Offering Circular	11
1.3 Responsable de l'information financière.....	11
1.4 Attestation du Listing Sponsor	11
1.5 Engagement de la Société	12
2 Contrôleurs légaux des comptes.....	12
2.1 Commissaire aux comptes titulaire	12
2.2 Commissaire aux comptes suppléant.....	12
3 Renseignements sur l'opération.....	12
4 Informations financières sélectionnées.....	14
5 Facteurs de risques.....	14
5.1 Risques liés à l'activité de la Société	14
5.1.1 Corrélation du marché publicitaire et du cycle économique	15
5.1.2 Risques liés à l'environnement concurrentiel.....	15
5.1.3 Risques liés à Internet	15
5.1.4 Risques liés à la capacité de l'entreprise à générer une forte croissance et à intégrer des croissances externes. 15	
5.1.5 Risques liés à l'internalisation de la régie publicité par les sites.....	16
5.2 Risques liés à l'organisation de la Société	16
5.2.1 Risques liés au recrutement et au départ des collaborateurs clés	16
5.2.2 Risques liés aux systèmes	16
5.3 Risques commerciaux.....	17
5.3.1 Risques Clients.....	17
5.3.2 Risques Fournisseurs	17
5.4 Risques Financiers.....	17
5.4.1 Risque de liquidité	17
5.4.2 Risque de taux	18
5.4.3 Risque de change	18
5.5 Risques liés à la réglementation applicable et à son évolution	18
5.5.1 Le secteur de la publicité.....	18
5.5.2 Le site de rencontre	20
5.5.3 Le site de jeux en ligne	22
5.6 Risque lié à la propriété intellectuelle	22
5.7 Risques fiscaux	22
5.8 Risques sociaux.....	22
5.9 Risques industriels et liés à l'environnement	22
5.10 Assurances.....	23
5.11 Faits exceptionnels et litiges	23
5.12 Risques liés à la cotation de la Société.....	23
5.12.1 Admission des actions de la Société sur un marché non réglementé	23
5.12.2 Absence de cotation des actions de la Société préalablement à l'admission de ses actions aux négociations sur Alternext	24
5.12.3 Impact d'événements particuliers sur la cotation des actions de la Société.....	24
6 Informations concernant l'émetteur.....	24
6.1 Histoire et évolution de la Société.....	24
6.1.1 Dénomination sociale (article 4 des statuts).....	24
6.1.2 Lieu et numéro d'enregistrement de la Société.....	24
6.1.3 Siège social, forme juridique, législation applicable (articles 1 et 5 des statuts)	24
6.1.4 Exercice social (article 13 des statuts)	25
6.1.5 Historique	25
6.2 Investissements.....	27
6.2.1 Investissements réalisés par ADTHINK MEDIA sur les trois derniers exercices	27
6.2.2 Principaux investissements en cours	27

6.2.3	Principaux investissements à venir pour lesquels les organes de direction de la Société ont pris des engagements fermes.....	28
7	Aperçu des activités.....	28
7.1	Présentation générale de l'activité du Groupe.....	28
7.1.1	Le pôle « Monétisation d'audience ».....	28
7.1.2	Le pôle « Acquisition et Génération de Trafic ».....	29
7.1.3	Le pôle « Edition de contenu ».....	30
7.1.4	Poids des différentes activités. Saisonnalité.....	30
7.2	Avantages concurrentiels et Stratégie.....	31
7.2.1	Avantages concurrentiels.....	31
7.2.2	Stratégie de développement.....	34
7.3	Principaux marchés.....	38
7.3.1	Le Media Internet.....	38
7.3.2	Le marché de la publicité et du marketing sur Internet.....	40
7.3.3	Le marché du Search Marketing.....	44
7.3.4	Le marché de la rencontre en ligne.....	45
7.3.5	Le marché des jeux en ligne.....	46
7.4	Les Offres du Groupe ADTHINK MEDIA.....	47
7.4.1	Les offres du pôle de Monétisation d'audience.....	47
7.4.2	Les offres du pôle Edition.....	56
8	Organigramme.....	64
9	Propriétés immobilières, usines et équipements.....	65
9.1	Immobilisations corporelles, locaux.....	65
9.2	Questions environnementales pouvant influencer l'utilisation faite par l'émetteur de ses immobilisations corporelles.....	65
10	Examen de la situation financière et du résultat.....	65
11	Trésorerie et capitaux.....	66
11.1	Capitaux propres du groupe.....	66
11.2	Restrictions éventuelles à l'utilisation des capitaux.....	67
12	Recherche et développement, brevets et licences.....	67
12.1	Politique de recherche et développement.....	67
12.2	Brevets et licences.....	67
13	Informations sur les tendances.....	68
13.1	Principales tendances pouvant affecter les ventes, les coûts et les prix de vente depuis la fin du dernier exercice.....	68
13.2	Éléments susceptibles d'influer sur ces tendances.....	68
14	Prévisions ou estimations du bénéfice.....	68
15	Organes d'administration et de direction.....	68
15.1	Dirigeants et administrateurs de la Société.....	68
15.1.1	Informations générales relatives aux dirigeants et administrateurs.....	68
15.1.2	Autres mandats sociaux et fonctions exercées.....	69
15.1.3	Biographie des dirigeants et administrateurs.....	69
15.2	Conflits d'intérêt au niveau des organes d'administration, de direction et de surveillance et de la direction générale.....	69
16	Rémunérations et avantages.....	70
16.1	Rémunérations des administrateurs et dirigeants.....	70
16.2	Sommes provisionnées ou constatées par l'émetteur et ses filiales aux fins du versement de pensions, de retraites ou d'autre avantages.....	70
17	Fonctionnement des organes d'administration et de direction.....	70
17.1	Date d'expiration des mandats des administrateurs.....	70
17.2	Contrats entre les administrateurs et la Société ou ses filiales.....	70
17.3	Comité d'audit et des rémunérations.....	71

17.4	Gouvernement d'entreprise	71
17.5	Contrôle interne	71
18	Salariés	71
18.1	Effectifs	71
18.2	Organisation.....	71
18.3	Participation des membres de la direction au capital	72
18.4	Participation des salariés au capital.....	73
18.5	Contrats de participation et d'intéressement	73
19	Principaux actionnaires.....	73
19.1	Actionnaires significatifs non représentés au conseil d'administration.....	73
19.2	Contrôle de la Société.....	73
19.3	Accords pouvant entraîner un changement de contrôle	73
19.4	Etat des nantissements d'actions.....	74
20	Conventions réglementées.....	74
21	Informations financières concernant le patrimoine, la situation financière et les résultats du groupe	75
21.1	Comptes consolidés annuels au 31 décembre 2005 et 2006	75
21.1.1	Bilans consolidés annuels au 31 décembre 2005 et 2006.....	75
21.1.2	Comptes de résultats consolidés annuels au 31 décembre 2005 et 2006.....	76
21.1.3	Tableau de variation des capitaux propres.....	77
21.1.4	Tableau consolidé des flux de trésorerie	78
21.1.5	Méthodes comptables et notes explicatives	78
21.2	Comptes sociaux annuels au 31 décembre 2005 et 2006	90
21.2.1	Bilans sociaux annuels au 31 décembre 2005 et 2006	90
21.2.2	Compte de résultats sociaux annuels au 31 décembre 2005 et 2006.....	93
21.2.3	Méthodes comptables et notes explicatives	94
21.3	Vérifications des informations financières historiques annuelles.....	104
21.3.1	Exercice 2006.....	104
21.3.2	Exercice 2005	107
21.3.3	Rapports de gestion du conseil d'administration à l'assemblée générale	110
21.4	Date des dernières informations financières.....	118
21.5	Honoraires versés au Commissaire aux comptes.....	118
21.6	Politique de distribution des dividendes	119
21.7	Procédure judiciaire ou d'arbitrage	119
21.8	Changement significatif de la situation financière ou commerciale	119
22	Informations complémentaires	119
22.1	Capital social	119
22.1.1	Montant du capital social.....	119
22.1.2	Actions non représentatives du capital.....	119
22.1.3	Autocontrôle	120
22.1.4	Valeurs mobilières donnant accès au capital.....	120
22.1.5	Autorisations d'augmentation de capital.....	121
22.1.6	Options ou accords portant sur le capital de la Société.....	121
22.1.7	Historique du capital social.....	121
22.1.8	Evolution de la répartition du capital.....	122
22.2	Actes constitutifs et statuts	123
22.2.1	Objet social	123
22.2.2	Dispositions relatives aux organes d'administration et de direction.....	123
22.2.3	Droits, privilèges et restrictions attachés aux actions	127
22.2.4	Actions nécessaires pour modifier les droits des actionnaires	130
22.2.5	Convocations et conditions d'admission aux assemblées générales.....	130
22.2.6	Dispositions pouvant avoir pour effet de retarder, différer ou empêcher un changement de contrôle de la Société.....	131
22.2.7	Déclaration de franchissement de seuil.....	131
22.2.8	Stipulations particulières dans les statuts régissant les modifications du capital	131
23	Contrats importants.....	132
24	Informations provenant de tiers, déclarations d'experts et déclarations d'intérêts....	132

25	Documents accessibles au public.....	132
26	Informations sur les participations.....	132

RESUME

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

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

1. INFORMATIONS SUR L'EMETTEUR

Activité

ADTHINKMEDIA est un Groupe Internet articulé autour de trois pôles d'activité complémentaires et à fortes synergies.

- Un pôle de Monétisation d'audience dotée d'une puissante offre publicitaire (Régie)

ADVERTSTREAM, la régie publicitaire du Groupe, commercialise auprès des annonceurs et des agences de publicité les espaces publicitaires confiés par les éditeurs. Cette activité permet de générer des revenus publicitaires pour les Editeurs.

- Un pôle d'Acquisition et Génération de trafic

Construit autour des Sociétés de référencement payant acquises fin 2005, ce pôle génère du trafic pour les activités d'édition du Groupe et pour des clients externes au Groupe.

- Un pôle Edition exploitant des services Internet à fortes valeurs ajoutées

Actuellement, le Groupe est présent sur le marché de la Rencontre en marque blanche et sur le marché des jeux en ligne qui connaissent un fort développement.

Organisation

A la date de la présente Offering Circular, le Groupe ADTHINKMEDIA a un effectif de 25 salariés et est composé des Sociétés suivantes :

- ADTHINKMEDIA (anciennement dénommée ADVERTSTREAM): SA au capital de XXX €
- NUMERIK ART : SARL au capital de 8000 € est détenue à 100% par ADTHINKMEDIA depuis l'apport de ses titres le 15 juin 2006.
- WAWA STUDIO (anciennement dénommée WEB PUB): SARL au capital de 1500 €, est détenue à 100% par ADTHINKMEDIA et a été acquise par ADTHINKMEDIA le 23 septembre 2005.

- PROFILES PARTNER (anciennement dénommée TRADE PARTNER): SARL au capital de 1500 €, est détenue à 100% par ADTHINKMEDIA et a été acquise par ADTHINKMEDIA le 23 septembre 2005.
- LUDO FACTORY (anciennement dénommée LEAD TRAFIC): SARL au capital de 1500 €, est détenue à 100% par ADTHINKMEDIA et a été acquise par ADTHINKMEDIA le 23 septembre 2005.
- CLICK MEDIAS (anciennement dénommée CLICK MEDIA): SARL au capital de 1500 €, est détenue à 100% par ADTHINKMEDIA et a été acquise par ADTHINKMEDIA le 23 septembre 2005.
- CHERCHER EUROPE : SAS au capital de 50 000 €, est détenue à 100% par ADTHINKMEDIA et a été acquise par ADTHINKMEDIA le 30 décembre 2006.

Informations financières sélectionnées :

Les données suivantes sont extraites des comptes présentés dans le chapitre 21 de la présente Offering Circular et doivent être lues en regard dudit chapitre.

Les tableaux ci-dessous présentent les principales informations financières pro forma du groupe ADTHINK MEDIA pour les exercices clos les 31 décembre 2005 et 2006, intégrant au premier janvier 2005 les données des Sociétés NUMERIK ART (acquise le 15 juin 2006) et CHERCHER EUROPE (acquise le 30 décembre 2006).

Informations financières consolidées pro forma

en K€	2006	2005
Chiffres d'affaires	4 698	1 471
Résultat d'exploitation	860	237
Résultat financier	-10	-5
Résultat courant	851	233
Résultat exceptionnel	0	0
Résultat des Sociétés intégrées*	876	276
Dotation aux amortissements écarts d'acquisition	768	774
Résultat net part du groupe	108	-498

*avant amortissement des écarts d'acquisition

Autres informations financières sélectionnées

en K€	Comptes consolidés 2006	Comptes consolidés 2005
Immobilisations nettes	4060	118
dont écart d'acquisition	3540	0
Actif circulant	2058	891
Capitaux propres	3779	541
Dette financière nette *	-221	-392

* hors emprunt obligataire

Résumé des principaux facteurs de risques

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

- Les risques liés aux actions (et notamment le fait que les titres faisant l'objet de la présente opération ne seront pas admis sur un marché réglementé, et ne bénéficieront pas des garanties correspondantes). Ces risques sont décrits dans le chapitre 5 du présent document.

- Les risques liés à la Société, décrits au chapitre 5 du présent document (notamment les risques liés à l'activité de la Société et les risques liés à son environnement, aussi bien concurrentiels que juridiques).

ADTHINKMEDIA est ainsi confronté :

- aux risques liés à l'évolution des marchés sur lesquels évoluent les différentes filiales ;
- aux risques liés aux contraintes réglementaires de ses différents pôles d'activité ;
- aux risques liés à la gestion des opérations de croissance externe (intégration des équipes, organisation, concrétisation des synergies) qui concourent au développement d'ADTHINK MEDIA ;
- aux risques liés à la concentration de la clientèle (sur l'exercice 2006, 51% du Chiffre d'affaires pro forma du Groupe est réalisé avec 10 clients) ;
- aux risques liés à la concentration des achats sur peu de fournisseurs (sur l'exercice 2006, 50% des achats pro forma du Groupe sont réalisés avec Google);

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

Composition du Conseil d'Administration

- | | | |
|---|-----------------------|---|
| - | Sylvain MOREL | Président du Conseil d'Administration |
| - | Bertrand GROS | Administrateur, Directeur Général |
| - | Marc LAVIGNE DELVILLE | Administrateur, Directeur du pôle Edition |

Actionnariat

Insérer le tableau après augmentation de capital, actions et droits de vote, base 5 à 7 M€

2 CARACTERISTIQUES DE L'OPERATION

Préalablement à l'introduction des titres de la Société sur le marché Alternext, une opération de placement privé d'un montant de (5 à 7 M€) a été réalisée auprès d'investisseurs qualifiés, durant le mois de mars 2007, opération portant sur xxxx actions nouvelles émises par la Société au prix de x,xx € par action.

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

Objectifs de l'opération

Cette opération d'admission sur Alternext d'Euronext Paris par cotation directe a pour buts de :

- développer la notoriété du groupe et sa visibilité sur ses marchés ;
- permettre la poursuite d'une politique de croissance externe sélective (les secteurs sur lesquels ADTHINK MEDIA intervient présentent de réelles opportunités en France et en Europe) ;
- associer les salariés au développement du groupe ;
- attirer de nouveaux talents.

Service titres

Des négociations sont en cours pour le choix d'un prestataire assurant le service des titres et le service financier des actions de la Société:

3 RENSEIGNEMENTS COMPLEMENTAIRES

Capital social

Le capital social s'élève à **XXX** €, divisé **xxxx** actions d'une valeur nominale de 0,3 € chacune de même catégorie, toutes souscrites et entièrement libérées en numéraire.

Statuts

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

Mise à disposition de l'Offering Circular

Des exemplaires du présent document sont disponibles sans frais auprès de ADTHINKMEDIA et sur les sites Internet d'Alternext (www.alternext.fr) et de la Société (www.adthink-media.com).

Responsable de l'information financière

Bertrand GROS, Directeur Général

Téléphone : +33 (0)4 78 42 90 99

Télécopie : +33 (0)4 78 42 25 54

E-mail : info@adthink-media.com

1 Personnes responsables

1.1 Responsables de l' Offering Circular

Monsieur Sylvain MOREL, Président du Conseil d' Administration
Monsieur Bertrand GROS, Directeur Général.

1.2 Attestation des responsables de l'Offering Circular

« A notre connaissance, et après avoir pris toute mesure raisonnable à cet effet, les informations contenues dans le présent document d'information sont conformes à la réalité ; elles comprennent toutes les informations nécessaires aux Investisseurs Qualifiés 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'omission de nature à en altérer la portée. »

Monsieur Sylvain MOREL, Président du Conseil d' Administration
Monsieur Bertrand GROS, Directeur Général.

1.3 Responsable de l'information financière

Monsieur Bertrand GROS, Directeur Général

ADTHINK MEDIA
71 rue François Mermet
69160 Tassin.

Tél : +33(0) 4 78 42 90 99
Fax : +33(0) 4 78 42 25 54
E-mail : info@adthink-media.com

1.4 Attestation du Listing Sponsor

Avenir Finance Corporate, Listing Sponsor, confirme avoir effectué, en vue de l'admission sur Alternext de ADTHINK MEDIA les diligences professionnelles d'usage.

Ces diligences ont notamment pris la forme de la vérification des documents produits par ADTHINK MEDIA ainsi que d'entretiens avec des membres de la direction et du personnel de la Société, conformément au schéma type d'Alternext. Avenir Finance Corporate atteste, conformément aux règles d'Alternext, que les diligences accomplies n'ont révélé dans la présente Offering Circular aucune inexactitude, ni aucune omission significative de nature à induire l'investisseur en erreur ou à fausser son jugement. Cette attestation est délivrée sur la base des documents ou renseignements fournis par ADTHINK MEDIA à Avenir Finance Corporate, ce dernier les ayant présumés exhaustifs, véridiques et sincères.

Cette attestation ne constitue pas une recommandation d'Avenir Finance Corporate de souscrire aux actions ADTHINK MEDIA, ni ne saurait se substituer aux autres attestations ou documents délivrés par ADTHINK MEDIA ou son commissaire aux comptes.

Avenir Finance Corporate
Monsieur Antoine Rimpot, Directeur Général.

1.5 Engagement de la Société

Conformément aux règles d'Alternext, ADTHINK MEDIA (ou « la Société ») s'engage à assurer

1) La diffusion sur son site (www.adthink-media.com) et sur le site d'Alternext (www.alternext.com) en français, ou en anglais le cas échéant, les informations suivantes :

- dans les quatre mois qui suivent la clôture de l'exercice, un rapport de gestion comprenant les états financiers (article 4.2 des Règles d'Alternext),
- dans les quatre mois après la fin du 2ème trimestre, un rapport semestriel (article 4.2 des Règles d'Alternext),
- toute information susceptible d'avoir une incidence sensible sur le cours de ses titres (article 4.3 des Règles d'Alternext) sans préjudice des obligations du Règlement Général de l'Autorité des Marchés Financiers et de tout autre texte de niveau supérieur concernant l'appel public à l'épargne,
- tout franchissement à la hausse ou à la baisse par toute personne agissant seule ou de concert de seuils de participations représentant 50% ou 95% du capital ou des droits de vote. Cette publication est faite dans un délai de 5 jours de bourse suivant celui où il en a connaissance (article 4.3 des Règles d'Alternext),
- la convocation aux Assemblées Générales et tout document transmis aux actionnaires et cela dans le même délai que pour ces derniers (article 4.4 des Règles d'Alternext),
- les déclarations des dirigeants concernant leur cession de titres.

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

2 Contrôleurs légaux des comptes

2.1 Commissaire aux comptes titulaire

Aux termes des délibérations de l'assemblée Générale Ordinaire du 22 décembre 2006, la Société DELOITTE & ASSOCIES - Immeuble « Park Avenue » - 81, Boulevard de Stalingrad à VILLEURBANNE (69100) a été nommée aux fonctions de commissaire aux comptes titulaire jusqu'à l'assemblée devant statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2009.

2.2 Commissaire aux comptes suppléant

Aux termes des délibérations de l'assemblée Générale Ordinaire du 22 décembre 2006, la Société BEAS - 7-9, Villa Houssay à NEUILLY-SUR-SEINE (92) a été nommée aux fonctions de commissaire aux comptes suppléant jusqu'à l'assemblée devant statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2009.

3 Renseignements sur l'opération

Objectifs

L'introduction en bourse d'ADTHINK MEDIA a pour buts de :

- développer la notoriété du groupe et sa visibilité sur ses marchés ;

- permettre la poursuite d'une politique de croissance externe sélective (les secteurs sur lesquels ADTHINK MEDIA intervient présentent de réelles opportunités en France et en Europe) ;
- associer les salariés au développement du groupe ;
- attirer de nouveaux talents.

Dénomination sociale :	ADTHINK MEDIA
Libellé des actions :	à attribuer
Mnémonique :	à attribuer
Nationalité de la Société :	française
Code ISIN :	à attribuer

Actions dont l'admission sur Alternext sera demandée

3 747 500 actions anciennes, auxquelles s'ajouteront les xxxx actions nouvelles provenant de l'augmentation de capital faisant l'objet du placement privé récent, intégralement souscrites, entièrement libérées et toutes de même catégorie, de 0,3 € de valeur nominale, représentant la totalité des actions composant le capital de ADTHINK MEDIA à la date de leur admission sur Alternext.

Les actions revêtent la forme d'actions nominatives ou au porteur, au choix de l'actionnaire, et seront admises aux opérations d'Euroclear France à compter de leur admission à la cote d'Alternext.

Les actions nouvelles porteront jouissance au 1er janvier 2007.

Nombre d'actions mises à disposition du marché

Néant. L'admission sur Alternext a lieu par cotation directe, selon les dispositions du chapitre 3 des règles d'Alternext.

Placement privé préalable à l'admission

Préalablement à l'admission, il a été procédé à un placement privé auprès d'Investisseurs Qualifiés d'un montant de (5 à 7) millions d'€, soit xxxx actions nouvelles sur la base d'un prix de xxx € par action.

Conformément à l'article 211-4 du Règlement général de l'Autorité des marchés financiers (AMF), il est précisé :

- Que l'opération ne donne pas lieu à un prospectus soumis au visa de l'AMF ;
- Que les personnes ou entités mentionnées au 4° du II de l'article L. 411-2 du Code Monétaire et Financier ne peuvent participer à cette opération que pour compte propre dans les conditions fixées par les articles D. 411-1, D. 411-2, D. 734-1, D. 744-1, D. 754-1 et D. 764-1 du Code Monétaire et Financier ;
- Que la diffusion, directe ou indirecte, dans le public des instruments financiers ainsi acquis ne peut être réalisée que dans les conditions prévues aux articles L. 411-1, L. 411-2, L. 412-1 et L. 621-8 à L. 621-8-3 du Code Monétaire et Financier.

Autorisations en vertu desquelles a été réalisé le placement privé

L'Assemblée générale du XXX avril 2007 a autorisé l'émission avec suppression du Droit Préférentiel de Souscription réalisée dans le cadre du placement privé.

Etablissements financiers en charge de l'admission

Listing Sponsor : Avenir Finance Corporate, 53 rue La Boétie 75008 Paris

Prestataire de Services d'Investissement : Avenir Finance, 53 rue La Boétie 75008 Paris
Service financier : en cours de négociation.

4 Informations financières sélectionnées

Les données suivantes sont extraites des comptes historiques présentés dans le chapitre 21 de la présente Offering Circular et doivent être lues en regard dudit chapitre.

Les tableaux ci-dessous présentent les principales informations financières pro forma du groupe ADTHINK MEDIA pour les exercices clos les 31 décembre 2005 et 2006, intégrant au premier janvier 2005 les données des Sociétés NUMERIK ART (acquise le 15 juin 2006) et CHERCHER EUROPE (acquise le 30 décembre 2006).

Informations financières consolidées pro forma

en K€	2006	2005
Chiffres d'affaires	4 698	1 471
Résultat d'exploitation	860	237
Résultat financier	-10	-5
Résultant courant	851	233
Résultat exceptionnel	0	0
Résultat des Sociétés intégrées*	876	276
Dotation aux amortissements écarts d'acquisition	768	774
Résultat net part du groupe	108	-498

*avant amortissement des écarts d'acquisition

Autres informations financières sélectionnées

en K€	Comptes consolidés 2006	Comptes consolidés 2005
Immobilisations nettes	4060	118
dont écart d'acquisition	3540	0
Actif circulant	2058	891
Capitaux propres	3779	541
Dette financière nette *	-221	-392

* hors emprunt obligataire

5 Facteurs de risques

Les investisseurs, avant de procéder à la souscription et/ ou à l'acquisition d'actions de la Société, sont invités à examiner l'ensemble des informations contenues dans la présente Offering Circular, y compris les risques décrits ci-dessous.

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

L'attention des investisseurs est toutefois attirée sur le fait que la liste des risques présentée au présent chapitre 5 n'est pas exhaustive et que d'autres risques, inconnus ou dont la réalisation n'est pas considérée, à la date de l'Offering Circular, comme susceptible d'avoir un effet défavorable sur la Société, sa situation financière ou ses résultats, peuvent exister.

5.1 Risques liés à l'activité de la Société

Le groupe ADTHINK MEDIA est un groupe média qui exerce l'ensemble de ses activités sur Internet.

5.1.1 Corrélation du marché publicitaire et du cycle économique

Le marché de la publicité est fortement corrélé aux évolutions du cycle économique. La récession européenne de 1991-1993 et le recul de la croissance en Asie en 1997-1998, se sont ainsi traduits par une contraction des dépenses publicitaires nominales.

Après trois années difficiles de 2001 à 2003, 2004, 2005 et 2006 ont été des années de fort rebond des investissements publicitaires, encouragés par une amélioration des performances macro-économiques en Europe occidentale.

La Société pense que le marché de la publicité en ligne obéit principalement à une dynamique structurelle de transfert des budgets de la publicité traditionnelle vers la publicité et le marketing en ligne, commandée notamment par le développement de l'Internet, et que sa croissance à moyen terme ne serait que partiellement affectée par un fléchissement de la croissance économique en Europe.

5.1.2 Risques liés à l'environnement concurrentiel

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

ADTHINK MEDIA a su créer une offre de qualité au travers de campagnes publicitaires performantes répondant aux besoins de ses clients grâce à une technologie propriétaire fiable, à ses équipes spécialisées et à un savoir faire développé depuis sa création en 2001.

La Société estime disposer des compétences pour développer son activité et s'adapter aux évolutions inhérentes au monde de l'internet.

5.1.3 Risques liés à Internet

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

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

5.1.4 Risques liés à la capacité de l'entreprise à générer une forte croissance et à intégrer des croissances externes.

ADTHINK MEDIA est une Société qui a connu un fort développement. Le maintien de cette croissance dépend en partie de la capacité de la Société à gérer efficacement cette croissance, à faire les recrutements et les investissements technologiques nécessaires afin de permettre à la Société de gérer davantage d'opérations en maintenant le même niveau de qualité de prestations.

ADTHINK MEDIA est dirigée par trois dirigeants à la formation et l'expérience très complémentaire. Cette forte complémentarité permet à l'entreprise de disposer de

compétences technologiques, financières et d'une bonne connaissance du métier de l'édition.

5.1.5 Risques liés à l'internalisation de la régie publicité par les sites.

La possible internalisation des activités de régie publicitaire par des sites Editeurs générant un trafic important pourrait avoir un effet défavorable significatif sur son activité, sa situation financière, ses résultats ou sur sa capacité à réaliser ses objectifs.

Ce risque est toutefois limité par le nombre de sites, 6000 au 31 décembre 2006, ainsi que par la taille des sites éditeurs affiliés à l'offre ADTHINK MEDIA.

5.2 Risques liés à l'organisation de la Société

5.2.1 Risques liés au recrutement et au départ des collaborateurs clés

Le capital humain de la Société est un élément essentiel de sa pérennité et de son développement. Le recrutement de nouvelles compétences est particulièrement difficile dans ce secteur et il est nécessaire d'accompagner les nouveaux embauchés par un programme soutenu de formation. La fidélisation des collaborateurs est par conséquent un enjeu primordial pour la Société. L'entreprise a mis en place un mode de fonctionnement participatif et l'ensemble du personnel adhère au projet d'entreprise.

Ce fonctionnement est particulièrement efficace, au regard du « turn-over » qui est nul depuis la création de la Société.

Des BSPCE ont été attribués aux trois dirigeants et à deux salariés. (Voir détail au § 22.1.4).

Un plan de Stock-options est en cours de finalisation (voir le § 18.4).

Le départ d'un ou plusieurs collaborateurs clés, ou d'un dirigeant, pourrait pénaliser la croissance de l'Entreprise. Cependant, les dirigeants, conscients de ce risque, ont mis en place une organisation adaptée.

La maîtrise et l'évolution de la technologie, qui constituent des enjeux forts pour ADTHINK MEDIA, sont assurés par le président Sylvain Morel et le directeur technique.

5.2.2 Risques liés aux systèmes

Les serveurs de la Société sont hébergés à Paris par la Société Redbus, spécialisée dans l'hébergement d'applications sensibles.

La dégradation de ces serveurs serait gravement préjudiciable à l'activité de la Société. Pour prévenir ce risque, ADTHINK MEDIA étudie la mise en place d'une deuxième solution d'hébergement permettant de basculer d'un site sur l'autre en cas de problèmes.

5.3 Risques commerciaux.

5.3.1 Risques Clients

Sur l'activité de régie, les clients sont des annonceurs ou des agences média qui règlent entre 60 et 90 jours.

Les annonceurs utilisateurs de l'offre self service et la clientèle de particuliers des activités d'édition ne génèrent pas de besoin en fonds de roulement.

L'étude de la répartition du Chiffre d'affaires pro forma par client sur l'exercice 2006 montre que le Groupe a aujourd'hui une clientèle diversifiée.

Sur le dernier exercice, le premier client représentait 14% du Chiffre d'affaires, les cinq premiers clients représentaient 42% du Chiffre d'affaires et les dix premiers clients représentaient 51% du Chiffre d'affaires.

La Société considère que le risque de défaillance de ses clients est très faible.

5.3.2 Risques Fournisseurs

Les principaux fournisseurs du Groupe sont :

- les éditeurs de sites sur lesquels ADTHINKMEDIA diffuse les campagnes publicitaires des annonceurs
- les moteurs de recherche (Google, Yahoo, ou Miva pour l'activité de Search Marketing).

GOOGLE représente 50% du montant des achats en 2006 comptes pro forma.

5.4 Risques Financiers

5.4.1 Risque de liquidité

ADTHINK MEDIA

La Société ADTHINK MEDIA SA a contracté des emprunts à moyen terme, afin de financer l'acquisition finalisée le 30 décembre 2006 de 100% des parts de la Société CHERCHER EUROPE.

Le pool bancaire a demandé le nantissement de l'ensemble des actions de la Société acquise et la garantie Oséo Sofaris.

La première échéance mensuelle a été réglée fin janvier 2007.

Banque	Démarrage	Echéance	Taux d'intérêt	Montant initial (€)	Capital restant dû au 31/12/06(€)	Couverture
Banque Populaire	janvier 2007	décembre 2011	taux fixe	212 500	212 500	Nantissement des actions CHERCHER EUROPE
Banque Rhône Alpes	janvier 2007	décembre 2011	taux fixe	212 500	212 500	Nantissement des actions CHERCHER EUROPE
Total					425 000	

LEAD TRAFIC

Un prêt de 30 K€ a été mis en place pour financer le besoin en fonds de roulement.

Banque	Démarrage	Echéance	Taux d'intérêt	Montant initial (€)	Capital restant dû au 31/12/06(€)	Couverture
Banque Populaire	Octobre 2006	Octobre 2009	taux fixe	30 000	28 432	Gage 10 k€
Total					28 432	

NUMERIK ART

Un financement de 30 K€ a été finalisé pour l'acquisition de matériel informatique.

Banque	Démarrage	Echéance	Taux d'intérêt	Montant initial (€)	Capital restant dû au 31/12/06(€)	Couverture
Banque Populaire	Décembre 2006	Décembre 2009	taux fixe	30 000	30 000	Gage 30 k€
Total					30 000	

Le Groupe n'utilise ni ligne de crédit court terme, ni ligne de découvert.

5.4.2 Risque de taux

La Société n'a pas contracté d'emprunt à taux variable et n'est par conséquent pas soumise au risque de taux.

5.4.3 Risque de change

ADTHINK MEDIA réalise la totalité de son Chiffre d'affaires en Europe et n'est par conséquent pas soumise au risque de change.

5.5 Risques liés à la réglementation applicable et à son évolution

5.5.1 Le secteur de la publicité

Le secteur de la publicité dans lequel évolue ADTHINK MEDIA est soumis à plusieurs lois et règlements qui concernent notamment :

- La réglementation sur la publicité et son contenu

Elle concerne en particulier :

- La réglementation de la publicité mensongère (article 121-3 du Code pénal et articles L 121-1 et suivants du Code de la consommation)

Le législateur prévoit un ensemble de sanctions contre toutes les formes de publicité mensongère, les inexactitudes ou les ambiguïtés susceptibles d'induire les consommateurs en erreur, que celles-ci soient involontaires ou non.

Par ailleurs, la loi n° 78-23 du 10 janvier 1978 dite « loi Scrivener » a alourdi le régime des sanctions à l'encontre des publicités mensongères, les peines pouvant aller jusqu'à deux ans

d'emprisonnement et les amendes jusqu'à 50% des dépenses publicitaires constituant un délit (article L 121-6 du Code de la consommation).

- La réglementation de la publicité comparative (articles L 121-8 et suivants du Code de la Consommation)

La réglementation de la publicité comparative est très encadrée. Le régime actuel de la publicité comparative est précisé par l'ordonnance n° 2001-741 du 23 août 2001 transposant la directive 97/55/CE du Parlement Européen et du Conseil du 6 octobre 1997.

- La réglementation relative aux produits interdits ou limités en publicité

La loi Evin n° 91-32 du 10 janvier 1991 réglemente la publicité pour l'alcool et le tabac. Le décret n° 96-531 du 14 juin 1996 et l'article 47 de la loi du 27 janvier 1993 encadrent la publicité pour les produits pharmaceutiques. La loi n° 74-908 du 29 octobre 1974 modifiée interdit les argumentaires publicitaires poussant à la consommation d'énergie. La publicité pour les armes à feu est réglementée par la loi n° 85-706 du 12 juillet 1985. Les publicités pour l'enseignement et la formation professionnelle sont régies respectivement par la loi du 12 juillet 1974 et la loi n° 84-130 du 24 février 1984.

- La réglementation relative à l'emploi de la langue française (loi n° 94-665 du 4 août 1994 modifiée)

L'emploi de la langue française est obligatoire et s'applique à toute publicité écrite, parlée ou audiovisuelle.

- La réglementation relative à la protection de la création publicitaire (droits d'auteur, droits des marques et action en concurrence déloyale)

L'œuvre publicitaire est protégée par le Code de la Propriété Intellectuelle.

Le réglementation générale de la publicité ne présente pas de risques réels pour l'activité, la situation financière ou les résultats de la Société.

• La réglementation relative à la protection des consommateurs

La protection des données personnelles informatisées ou circulant sur Internet est régie par la loi sur l'informatique et la liberté du 6 janvier 1978 (loi n° 78-17). Cette loi relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, telle que modifiée par la loi n° 2004-801 du 6 août 2004 impose une obligation de déclaration ou de demande d'autorisation auprès de la Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL) pour tout traitement automatisé ou non de données à caractère personnel ainsi qu'un ensemble d'autres obligations relatives à la collecte, au traitement et à la conservation de ces données.

L'article 40 de cette loi prévoit en particulier la possibilité pour toute personne physique d'exiger que soient rectifiés, complétés, mises à jour, verrouillées ou effacées les données à caractère personnel la concernant qui sont inexactes, équivoques, périmées, incomplètes ou dont la collecte ou l'utilisation, la communication ou la conservation est interdite.

La loi n° 2004-575 du 21 juin 2004 (loi pour la confiance dans l'économie numérique) prévoit en son article 20 que « toute publicité, sous quelque forme que ce soit, qui est accessible par un service de communication au public en ligne, doit pouvoir être clairement identifiée comme telle » (principe de l'Optin).

La prospection par voie électronique est désormais particulièrement encadrée.

Ainsi :

- Il est obligatoire d'obtenir le consentement des personnes physiques qui figurent dans une base de données afin d'utiliser leurs coordonnées personnelles à des fins de prospection directe.
- Il n'est pas nécessaire de relancer une personne dont les coordonnées ont été recueillies lors d'un achat : son consentement est alors considéré comme acquis, le client devant toutefois être informé que ses coordonnées sont susceptibles d'être utilisées sans son consentement.
- L'internaute abonné à une newsletter doit donner explicitement son accord avant d'être démarché à des fins commerciales.

Bien que la Société ait pris les mesures qu'elle considère nécessaires pour se conformer aux dispositions de la loi sur l'informatique et la liberté protégeant les données à caractère personnel de ses membres, elle ne peut exclure la possibilité d'une déperdition ou d'une fuite de ces données par le biais d'une fraude, ou d'une intrusion dans les systèmes, et leur utilisation abusive par des tiers non autorisés (y compris des membres). De telles pertes, fuites, intrusions, fraudes ou usages abusifs porteraient un préjudice d'image et de réputation important à la Société et seraient susceptibles d'affecter son Chiffre d'affaires de façon défavorable.

La Société ne peut également exclure qu'un membre ou un autre tiers remette en question les conditions dans lesquelles ADTHINK MEDIA traite des données à caractère personnel sur le fondement des dispositions de son droit national en la matière qu'il estimerait applicables.

- La réglementation spécifique applicable aux régies publicitaires.

Devant le manque de transparence et la dérive des tarifs des espaces publicitaires, les pouvoirs publics ont établi des règles strictes dans le cadre de la loi relative à la prévention de la corruption et à la transparence de la vie économique et des procédures publiques n°93-122 du 29 janvier 1993 dite Loi Sapin (chapitre II du Titre II article 20 à 29). Cette loi a bouleversé les pratiques des agences et des centrales d'achats publicitaires et a permis de clarifier le marché de la vente d'espaces publicitaires.

Les tarifs des espaces publicitaires doivent désormais être connus de tous et les pratiques discriminatoires ainsi que les commissions occultes sont formellement interdites. Le législateur n'empêche pas les opérateurs de négocier leurs tarifs mais ils doivent le faire dans un esprit de transparence.

5.5.2 Le site de rencontre

- Risques liés à l'application éventuelle de la loi n° 89-421 du 23 juin 1989

La loi n° 89-421 du 23 juin 1989 modifiée relative à l'information et à la protection des consommateurs ainsi qu'à diverses pratiques commerciales régit en France l'activité de courtage matrimonial et impose notamment des conditions de forme aux contrats intervenus entre l'agence de courtage matrimonial et ses clients ainsi qu'un délai de rétractation à leur profit sous peine de sanctions civiles ou pénales. La Société estime, au vu de l'ensemble des critères légaux et jurisprudentiels qui permettraient de qualifier une activité de courtage matrimonial, qu'elle n'offre pas de tels services dans la mesure où elle offre un service de rencontres virtuelles par une mise en relation entre ses membres qui n'a pas pour objet la réalisation d'un mariage ou d'une union stable. La Société estime par conséquent ne pas être soumise à la réglementation du courtage matrimonial. Elle ne peut toutefois exclure que des actions judiciaires soient intentées sur ce fondement, avec des

conséquences potentiellement négatives sur son Chiffre d'affaires, sa réputation et l'organisation de son activité

- Risques liés à la protection des données à caractère personnel.

Voir réglementation relative à la protection du consommateur pour l'activité de régie publicitaire.

- Risques liés au respect de la vie privée et du droit à l'image.

La Société informe ses membres de l'utilisation qui sera faite de leur image et des données à caractère personnel qui les concernent au moment de leur inscription. Elle recueille leur consentement à cet effet par la voie de leur acceptation des conditions générales d'utilisation (CGU). Par la suite, l'image et certains renseignements concernant le membre se voient conférer une diffusion maximale sur Internet ainsi que, le cas échéant, sur d'autres media par l'intermédiaire des partenaires de la Société. Il est arrivé, et il peut encore arriver que des membres inscrits se méprennent sur l'étendue réelle de la diffusion à laquelle ils ont consenti en s'inscrivant sur le site de la Société et en acceptant les CGU. Dans une telle situation, un membre inscrit pourrait éventuellement tenter de rechercher la responsabilité de la Société sur le fondement de l'atteinte à la vie privée et au droit à l'image, avec un effet potentiellement négatif sur la réputation et les résultats de la Société.

La Société a mis en œuvre une politique de modération et de surveillance renforcée des contenus déposés par les membres et des communications échangées sur le service de rencontre. La Société a pris les mesures nécessaires pour en informer ses membres, et recueillir leur consentement, par le biais des CGU et des informations contenues sur les pages du site. En présence de telles mesures d'information et d'autorisation préalable des membres, la Société estime que la surveillance et la modération des échanges qu'elle effectue sur son site ne semblent pas pouvoir être considérées comme enfreignant les dispositions légales protégeant le secret des correspondances et la vie privée. La Société ne peut cependant exclure que sa politique de surveillance active des correspondances échangées sur son site soit contestée, ce qui pourrait avoir un effet négatif sur l'image, la réputation, l'organisation même de l'activité de la Société ainsi que son Chiffre d'affaires et ses résultats

- Risques liés à la nature déclarative des données fournies par les membres.

Les membres s'engagent au moment de leur inscription à fournir, sous leur entière responsabilité, des informations les concernant qui sont vraies et sincères. Toute donnée mensongère ou inexacte qui serait portée à l'attention de la Société par d'autres utilisateurs du site pourrait entraîner des sanctions allant jusqu'à l'exclusion du membre fautif. La Société ne dispose d'aucun moyen de vérifier l'identité des membres s'inscrivant sur le site ou l'exactitude des déclarations des membres inscrits ; elle estime, qu'à ce jour, les méthodes de certification ou de vérification existantes ne sont pas, selon le cas, applicables ou suffisamment fiables ou performantes. La Société ne peut dès lors garantir, par exemple, qu'un membre ne subisse de préjudice du fait de fausses déclarations d'un autre membre, qu'un membre prétende ne pas avoir souscrit le contrat que la Société lui oppose, qu'un membre ou un tiers répudie un paiement par carte au motif qu'il n'en serait pas l'auteur, ou qu'un mineur s'inscrive sur le site en mentant sur son âge réel, ou de manière plus générale, qu'une personne utilise à des fins frauduleuses le service sous couvert d'une fausse identité, ce qui pourrait indirectement affecter la réputation et le Chiffre d'affaires d'ADTHINK MEDIA. Par ailleurs, la Société considère avoir mis en place vis-à-vis des membres des mesures d'information et d'alerte compte tenu de la nature du service et estime par conséquent ne pas être responsable des fausses inscriptions ou déclarations de ses membres faites en violation des CGU du site.

5.5.3 Le site de jeux en ligne

Tous les jeux d'argent sont contrôlés et réglementés. En principe, la loi française interdit l'organisation de jeux de hasard et de paris hippiques (sauf ceux du PMU). Les autres paris sportifs sont réservés à la Française des jeux qui détient aussi le monopole des loteries. Ludophony opère sur le marché des jeux gratuits et n'est par conséquent pas concerné par cette réglementation.

5.6 Risque lié à la propriété intellectuelle

A ce jour, la Société n'a pas déposé de brevets auprès de l'Institut National de la Propriété Intellectuelle.

Son portefeuille de marques et d'adresses « url » comprend au 31 décembre 2006 :

Marques	Date du dépôt	Numéro du dépôt
ADTHINK MEDIA	en cours	en cours
ADVERT STREAM	8 décembre 2006	06/3468307
ADVIA MEDIA	27 décembre 2006	06/3471937
AD ACCESS	11 décembre 2006	06/3468628
IDYLLOVE	en cours	en cours
LUDOKADO	en cours	en cours

url	Date de création
Adthinkmedia.com	En cours
Advertstream.com	26 novembre 2000
Adviamedia.com	20 octobre 2006
Idyllove.com	28 juin 2006
Ludokado.com	13 novembre 2006

5.7 Risques fiscaux

ADTHINK MEDIA n'a jamais fait l'objet de contrôle fiscal depuis sa création.

A la date de la présente Offering Circular, le Groupe ne fait l'objet d'aucun contrôle et d'aucun redressement.

5.8 Risques sociaux

ADTHINK MEDIA n'a jamais fait l'objet de contrôle URSSAF depuis sa création

A la date de la présente Offering Circular, la Société ne fait l'objet d'aucun contrôle et d'aucun redressement.

5.9 Risques industriels et liés à l'environnement

A la date de la présente Offering Circular et à la connaissance de la Société, il n'existe pas de risque industriel et lié à l'environnement.

5.10 Assurances

Les principaux contrats d'assurance de la Société sont les suivants :

Nature de la police	Assureur	Objet	Montant de la couverture Garantie (€)	Franchise
Responsabilité civile générale	Generali	Tous dommages confondus	7 600 000 par sinistre	néant
Multi Risques Professionnelle	Generali	incendie, vol, bris de glace,	entre 7500 et 10 000 par sinistre et par année	néant
Multi Risques Professionnelle	Generali	défense recours responsabilité civile exploitation, bâtiment	Pas de plafond	néant
Multi Risques Professionnelle	Generali	matériel informatique	15 000	néant
Flotte automobile	MMA	2 véhicules direction		

Ces contrats sont reconductibles par tacite reconduction.

La Société a 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.

ADTHINK MEDIA estime que les polices d'assurance couvrent de manière raisonnable l'ensemble des risques majeurs inhérents à son activité.

Le montant des primes d'assurances versées au cours du dernier exercice s'élève à 1800€.

Par ailleurs ADTHINK MEDIA a souscrit auprès de la Banque Populaire un contrat d'assurance Homme Clé sur M. Sylvain Morel pour une garantie décès invalidité de 100 000 €. Ce contrat est reconductible par tacite reconduction.

5.11 Faits exceptionnels et litiges

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

5.12 Risques liés à la cotation de la Société

5.12.1 Admission des actions de la Société sur un marché non réglementé

Les actions de la Société ne seront pas admises aux négociations sur un marché réglementé et ne bénéficieront pas des garanties correspondantes.

5.12.2 Absence de cotation des actions de la Société préalablement à l'admission de ses actions aux négociations sur Alternext

Compte tenu de l'absence de cotation des actions de la Société préalablement à l'introduction, les cours qui s'établiront postérieurement à l'introduction sont susceptibles de varier significativement par rapport au prix d'introduction. Il n'existe aucune garantie que se développera un marché suffisamment liquide sur lequel les investisseurs seront en mesure de céder leurs actions sur le marché secondaire.

5.12.3 Impact d'événements particuliers sur la cotation des actions de la Société

Le cours des actions de la Société sera susceptible d'être affecté par des événements tels que, par exemple, les performances à venir de la Société, l'évolution des conditions de marché propres au secteur d'activité de la Société ou encore les fluctuations des marchés boursiers.

De même, la cession d'un nombre significatif de titres par un ou plusieurs actionnaires est susceptible d'avoir un impact sur le cours des actions de la Société.

6 Informations concernant l'émetteur

6.1 Histoire et évolution de la Société

6.1.1 Dénomination sociale (article 4 des statuts)

Anciennement dénommée « ADVERT STREAM », la dénomination sociale de la Société est, depuis le 9 mars 2007, « ADTHINK MEDIA ».

6.1.2 Lieu et numéro d'enregistrement de la Société

La Société est immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de Lyon sous le numéro 437 733 769.

Le code NAF est 744 A.

La Société a été constituée le 22 mai 2001 pour une durée de 99 années sauf dissolution anticipée ou prorogation.

6.1.3 Siège social, forme juridique, législation applicable (articles 1 et 5 des statuts)

Le siège social de la Société est sis au 71 rue François Mermet 69160 Tassin-la-demi-lune.

Téléphone : 04 78 42 90 99

Fax : 04 78 42 25 54

Site internet : www.adthink-media.com

La Société a été créée sous la forme de Société Anonyme. Elle est régie notamment par les dispositions du Livre II du Code de Commerce et du décret n°64-236 du 23 mars 1967 sur les Sociétés commerciales.

6.1.4 Exercice social (article 13 des statuts)

L'année sociale commence le 1er janvier et finit le 31 décembre de l'année suivante.

6.1.5 Historique

ADTHINK MEDIA ou : la naissance d'un groupe Internet de taille nationale à partir d'une activité de niche développée au sein d'ADVERT STREAM, autour d'une spécialité technique, le streaming.

2001 – La création d'ADVERT STREAM

En 2001, Sylvain MOREL et Bertrand GROS créent la Société ADVERT STREAM, régie publicitaire internet spécialisée en streaming vidéo.

En effet, dès 2000, Sylvain MOREL, animé par une forte vocation d'entreprendre, oriente sa fin de formation d'ingénieur vers son projet de création d'entreprise en faisant une thèse de fin d'études sur les technologies de streaming vidéo sur Internet. Il rencontre Bertrand GROS, entrepreneur expérimenté et de formation d'expertise comptable, qui est immédiatement séduit par le projet ADVERT STREAM.

Dans un contexte de marché morose suite à l'éclatement de la bulle internet, les deux entrepreneurs à fortes complémentarités fondent la Société en misant sur le développement de l'Internet haut débit et ses applications potentielles telles que la vidéo sur Internet et par conséquent la publicité vidéo. Cette vision se confirmera quelques années plus tard.

2002 – La technologie AD-ACCESS séduit ses premiers clients

En 2002, l'activité commerciale démarre avec des références clients prestigieuses telles que YOP, GINI, Société Générale, FOX...et avec la collaboration de sites ayant des contenus vidéo en streaming disponibles en consultation comme Allociné, MCM, MTV, Skyrock...



2003 – Accélération du développement

En 2003, pour accélérer son développement et financer une deuxième version de son outil technologique, ADVERT STREAM réalise une première levée de fonds de 250 k€ auprès d'investisseurs financiers régionaux que sont Rhône Alpes Création et Banque Populaire Création.

2004 – Elargissement du marché potentiel par une nouvelle plateforme publicitaire

La nouvelle plateforme lancée en 2004 permet d'étendre la diffusion de publicités vidéo sur tous les sites et pas uniquement sur les sites ayant des contenus vidéos. ADVERT STREAM devient une régie publicitaire leader dans le domaine du cinéma et des jeux vidéo.



2005 – Les bases d'une offre publicitaire globale

En 2005, la Société intègre une plate forme d'affiliation permettant de proposer aux annonceurs des solutions de publicité à la performance. Elle obtient auprès du ministère de la Recherche le statut de « Jeune Entreprise Innovante » et réalise une deuxième opération de levée de capitaux, d'un montant de 300 k€, auprès de ses investisseurs historiques et d'un nouvel investisseur régional, Rhône Alpes PME Gestion (Groupe Siparex).

Afin de répondre à la demande florissante du marché sur le positionnement payant dans les moteurs de recherche, elle réalise l'acquisition de quatre Sociétés de référencement payant et constitue son pôle d'activités « Acquisition et génération de trafic ».

2006 – Vers un Groupe Internet

En 2006, le groupe mise sur l'arrivée massive des petits et moyens annonceurs sur Internet et lance une offre « Réseau » disponible en self service, issue de plus de 12 mois de recherche et développement. Ce service intégralement automatisé permet à un annonceur de faire, simplement et en ligne, une campagne de publicité sur un réseau de 5 000 sites avec des critères précis de ciblage (thématique de site, mot clé, pays et langue des internautes, ...).

Le groupe peut ainsi proposer avec une seule plate forme technologique les principales solutions de publicité : Solutions Média, Solutions Réseau et Solutions d'affiliation.

En juin 2006, le groupe crée un nouveau pôle, « Edition », en prenant le contrôle de la Société Numérik Art par échange de titres, Société éditrice de sites de rencontre (un million d'inscrits à la date d'acquisition) et sa plate forme d'affiliation propriétaire. L'objectif pour le groupe est de devenir propriétaire de son audience.



En décembre 2006, le pôle Edition est renforcé avec l'acquisition de CHERCHER EUROPE, Société éditrice du site chercher.org, portail de recherche d'informations générales. Cette acquisition permet de développer la puissance du réseau de la régie avec trois millions de pages avec publicité (PAP) à monétiser.



Les Sociétés de référencement payant acquises en 2005 sont progressivement restructurées. Les activités d'acquisition et de génération de trafic sont regroupées au sein d'une seule entité juridique : CLICK MEDIAS. Les trois autres filiales sont exploitées pour faire émerger sous une entité juridique propre les nouvelles activités en forte croissance du groupe : PROFILES PARTNER, entreprise de marketing direct, WAWA STUDIO, studio de créations graphiques et marketing, et LUDO FACTORY, activités d'édition de jeux internet.

2007 : ADTHINK MEDIA, Groupe Internet

Début 2007, le Groupe change de nom et devient ADTHINK MEDIA, le nom ADVERT STREAM étant conservé pour l'activité de régie publicitaire. Son positionnement est celui d'un Groupe Média axé sur trois pôles d'activités complémentaires et à fortes synergies : la monétisation d'audience, l'édition de sites et la génération de trafic.

Le groupe ADTHINK MEDIA souhaite poursuivre sa croissance interne et externe, en France pour l'exercice 2007, puis à l'international pour 2008.

De forte culture technologique, l'entreprise a obtenu le label OSEO Anvar ce qui la rend éligible aux FCPI.

6.2 Investissements

6.2.1 Investissements réalisés par ADTHINK MEDIA sur les trois derniers exercices

(en k€)	2004	2005	2006
Incorporels	81	109	433
Corporels	9	10	122
Financiers	0	1	6

Les immobilisations incorporelles correspondent essentiellement au développement de logiciels en interne.

Les immobilisations corporelles relèvent majoritairement d'acquisition de matériel de bureau et d'informatique

6.2.2 Principaux investissements en cours

Aucun investissement significatif n'a été engagé depuis la fin du dernier exercice.

Les principaux investissements prévus concernent les licences de logiciel et le matériel informatique pour un montant de 50 000 € sur l'exercice 2007.

6.2.3 Principaux investissements à venir pour lesquels les organes de direction de la Société ont pris des engagements fermes

Néant

7 Aperçu des activités

7.1 Présentation générale de l'activité du Groupe.

L'activité du groupe ADTHINK MEDIA est organisée autour de trois pôles à très fortes synergies stratégiques :

- Le pôle « Monétisation d'audience » (Régie) ;
- Le pôle « Acquisition et Génération de Trafic » ;
- Le pôle « Edition de Contenu ».



7.1.1 Le pôle « Monétisation d'audience »

L'objectif de ce pôle est de monétiser l'audience de sites Internet au moyen de la publicité et du marketing direct (e-mailing).

La régie publicitaire ADTHINK MEDIA commercialise en régie auprès des annonceurs et des agences de publicité les espaces publicitaires confiés par les Editeurs. Cette activité, en diffusant des publicités sur les sites internet pour le compte d'annonceurs, permet de générer des revenus publicitaires pour les Editeurs.

Le Groupe commercialise et gère les espaces publicitaires de plus de 6000 sites Internet indépendants et de toutes tailles pour une commission de 30% à 50% des revenus gérés. Selon l'agence Nielsen/NetRatings l'activité de régie a atteint la quatrième place des réseaux de régie publicitaire opérant sur Internet en France avec une audience totale de 14,76 millions de visiteurs uniques par mois et 1829 millions de pages vues avec publicité (PAP).

L'ensemble de l'activité de régie publicitaire est géré par une plate forme technologique propriétaire, développée depuis 5 ans en interne et permettant d'effectuer toutes les opérations d'exploitation de l'activité (programmation des ordres de publicité sur les sites Internet, diffusion des objets publicitaires, rapports de statistiques, facturation...).

La croissance rapide de la régie publicitaire ADTHINK MEDIA s'explique majoritairement par sa technologie propriétaire et ses fonctionnalités innovantes lui permettant d'assurer la double mission d'une régie publicitaire : satisfaire les annonceurs en atteignant les objectifs publicitaires et satisfaire les éditeurs de sites Internet en générant des revenus publicitaires optimaux.

L'agence de marketing direct PROFILES PARTNERS permet de monétiser les bases d'adresse e-mails de sites éditeurs en les proposant à des annonceurs.

Cette agence, créée en juin 2006 s'est d'abord attachée à monétiser les bases E-mails des sites édités par le Groupe. Elle devrait par la suite étendre son offre à l'ensemble des sites du réseau ADTHINK MEDIA.

A ce jour, le Groupe dispose de plus de deux millions d'adresses.

7.1.2 Le pôle « Acquisition et Génération de Trafic »

ADTHINK MEDIA a construit ce pôle autour des Sociétés de référencement payant acquises fin 2005 afin de générer du trafic pour les activités d'édition du Groupe et pour des clients externes au Groupe.

Ce pôle exerce les principaux leviers de génération d'audience :

- Le référencement payant appelé également SEM (Search Engine Marketing) qui consiste à positionner des sites internet dans les moteurs de recherches (Google, Yahoo, MSN, ...) sous forme de liens sponsorisés apparaissant en fonction de mots clés achetés sur Google, Yahoo, et MSN.
- Le référencement naturel qui consiste à optimiser le positionnement naturel dans les moteurs de recherche (Google, Yahoo, MSN, ...)
- La gestion des programmes d'affiliation : ces programmes sont montés sur les principales plateformes du marché (Trade Doubler, Zanox, Cible Click, Netaffiliation...) et sur la plate forme Advertstream.
- L'achat d'espace publicitaire classique à l'affichage ou au clic

7.1.3 Le pôle « Edition de contenu »

Le pôle Edition crée et exploite des sites Internet alliant un fort potentiel de développement et une forte rentabilité.

A ce jour, le groupe ADTHINK MEDIA est présent sur :

- le marché de la Rencontre sur Internet en marque blanche via l'acquisition de la Société NUMERIK ART.
- le marché des Jeux sur Internet via la Société LUDO FACTORY
- sur le marché des portails d'informations via la Société CHERCHER EUROPE.

Au 31 décembre 2006, NUMERIK ART recensait 1,5 millions d'inscrits sur ses services de rencontre pour un parc de 39 902 clients (un client est un membre ayant souscrit à au moins un service payant).

Maîtrisant déjà deux maillons sur trois d'une activité d'édition (l'acquisition de trafic et la monétisation d'audience), le groupe a créé ce pôle dans l'objectif d'être propriétaire de son audience.

7.1.3.1 L'activité « Rencontre en ligne »

Ce service de rencontres en marque blanche offre aux éditeurs de sites la possibilité d'intégrer un onglet de rencontres, personnalisé à leurs couleurs et pour lequel le partage des revenus entre l'éditeur et le site partenaire est de l'ordre de 60%. Ce service a été intégralement développé par la Société NUMERIK ART.

7.1.3.2 L'activité « Jeux en ligne »

Le service LudoKado offre aux consommateurs différents types de jeux tels que les jeux de l'instant gagnant, les jeux de grattage, et les jeux gratuits. Ce service a été développé par l'équipe du pôle Edition qui est en charge d'élargir l'offre et de la faire évoluer.

7.1.3.3 L'activité « Portail »

Cette activité permet à l'internaute de trouver facilement les services le plus utilisés sur Internet : météo, programme télévision, news AFP etc.

7.1.4 Poids des différentes activités. Saisonnalité.

Chacun des trois domaines d'activité représente environ un tiers du Chiffre d'affaires consolidé pro forma soit :

- 36% pour le pôle régie ou monétisation d'audience ;
- 32% pour le pôle acquisition et génération de trafic ;
- 32% pour le pôle édition

L'activité du Groupe ne connaît pas de saisonnalité.

7.2 Avantages concurrentiels et Stratégie

7.2.1 Avantages concurrentiels

L'organisation du groupe lui confère des avantages concurrentiels spécifiques :

7.2.1.1 Avantages concurrentiels du groupe ADTHINK MEDIA

- L'équipe dirigeante, expérimentée, complémentaire et passionnée, a su s'entourer de collaborateurs avec une forte culture d'entreprise.

Le succès du groupe ADTHINK MEDIA réside dans l'alliance d'entrepreneurs aux domaines d'expertises complémentaires (technologie, finance, marketing...) pour un objectif commun : croissance et rentabilité.

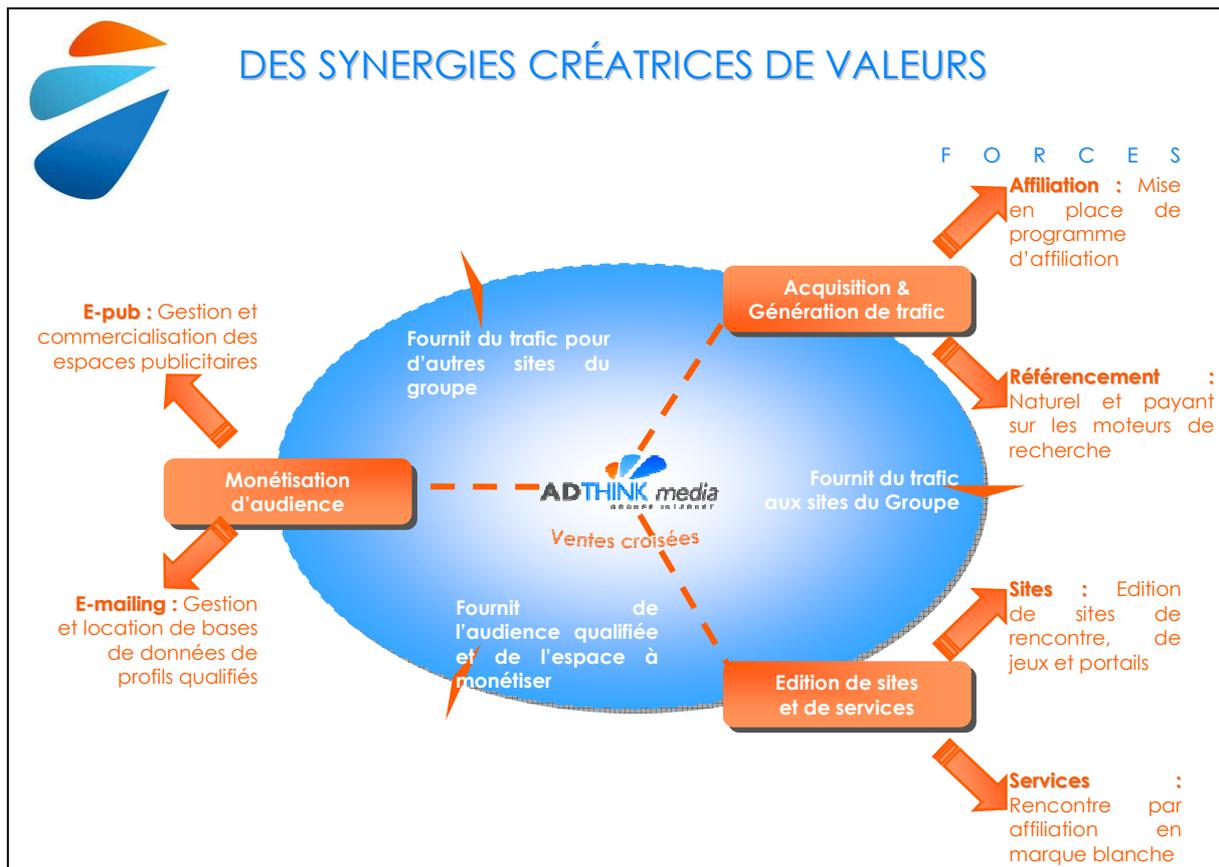
Issus des plus grandes écoles d'ingénieurs (Centrale Lyon, Polytechnique Lausanne...) et écoles de commerce (ESC Toulon, ...), les collaborateurs bénéficient d'une formation soutenue par les dirigeants afin d'acquérir rapidement une expertise métier et une autonomie. Cette stratégie permet d'avoir une politique de délégation et par conséquent d'accompagner efficacement la forte croissance du marché

- Une forte culture technologique, génératrice d'innovations permanentes et de valeurs ajoutées, qualifiée par le label ANVAR et le statut Jeune Entreprise Innovante
- Un groupe axé sur 3 pôles complémentaires et à fortes synergies

Les 3 pôles représentent les 3 maillons de la chaîne de valeur d'une activité d'édition : le pôle d'Acquisition/génération de trafic permet de faire connaître un site, le pôle Edition permet d'éditer un site et le pôle de monétisation permet de générer des revenus de l'audience qualifiée issue du site.

Chaque pôle est lié aux deux autres pôles : d'une part par une relation client avec l'un des pôles d'autre part par une relation fournisseur avec l'autre pôle.

L'alliance de ces trois pôles génère un cycle autonome et perpétuel de croissance de l'audience globale du groupe (voir schéma).



7.2.1.2 Avantages concurrentiels du Pôle de Monétisation d'audience

- Un réseau de plus de 6 000 sites qualifiés en forte croissance.
- Une technologie propriétaire, véritable garantie d'indépendance, de différenciation et d'innovation.
- Une base clientèle large avec une grande diversité de clients parmi lesquels des grands comptes comme Warner Bros, Buena Vista International, Apple, Disney, Dell, Voyages SNCF,
- Une offre client complète de solutions de publicité pour les annonceurs avec :
 - AD-MEDIA : Solution de visibilité, d'image et de notoriété par la diffusion de campagnes Medias (campagnes vidéo, ...) sur des audiences qualifiées par des sites Web leader dans leur domaine.
 - AD-AFFILIATE : Solution de performance marketing par la gestion de programmes d'affiliation.
 - AD-NETWORK : Solution de puissance et performance par la diffusion de campagnes publicitaires sur des milliers de sites Internet avec des options de ciblage avancés : Thématique, Catégorie de site, par mot clé, Langue, Pays.
- Une offre de solutions de monétisation d'audience pour les éditeurs avec des avantages concurrentiels attractifs.

Pour les éditeurs de site Internet, les 3 solutions de publicités offertes aux annonceurs représentent 3 solutions de monétisation d'audience centralisées sur un seul et unique

compte AD-ACCESS. En plus de l'avantage d'avoir un interlocuteur unique, l'offre de partenariat proposée aux éditeurs possède des atouts attractifs pour les éditeurs de sites :

- Une technologie exclusive d'optimisation du rendement des espaces publicitaires : le moteur de distribution d'objets publicitaires (serveur de publicités) analyse le rendement des campagnes sur chaque espace publicitaire et affiche en priorité les campagnes les plus rentables.
- Une offre de Régie Professionnelle pour les sites ayant une audience mensuelle d'au moins 500 000 pages avec publicité. Cette offre de Régie Professionnelle destinée aux sites leaders dans leur domaine ou thématique se distingue particulièrement de la concurrence avec une offre attractive de Revenus Minimum Garantis.
- Paiement mensuel à 20 jours (les régies publicitaires concurrentes paient lorsque le client les a réglé engendrant un paiement parfois jusqu'à 6 mois de l'éditeur)

7.2.1.3 Avantages concurrentiels du pôle Acquisition et Génération de Trafic

Ce pôle joue un rôle clé stratégique pour le pôle Edition : la maîtrise des métiers d'acquisition et génération de trafic est une garantie de la réussite des activités d'édition du groupe. Effectivement, la réussite de l'exploitation d'un site Internet est proportionnelle à sa visibilité et à son trafic. En maîtrisant cette clé de la réussite au sein du groupe, le pôle Edition possède un avantage concurrentiel certain sur ses concurrents. Ce pôle lui permet de hisser rapidement un site parmi les leaders avec des coûts publicitaires les plus optimisés.

7.2.1.4 Avantages concurrentiels du Pôle Edition

7.2.1.4.1 Avantages concurrentiels du service de Rencontre en ligne : IDYLLOVE.COM

Un modèle original et efficace de développement commercial

La Société Numerik ART, filiale spécialisée dans l'édition de services de rencontre, a opté dès sa création en 2004 pour un modèle de développement commercial original : l'affiliation en marque blanche. Elle a ainsi développé sa propre plateforme d'affiliation lui permettant de capter l'attention des webmasters et éditeurs de portails à fort trafic souhaitant monétiser une partie de leur trafic. L'affiliation en marque blanche permettant d'intégrer en quelques minutes seulement un service de rencontre parfaitement adapté à sa charte éditoriale et graphique.

Cette stratégie commerciale a permis à Numerik ART d'accroître rapidement sa présence sur le web en lui donnant accès à des portails à fort trafic intéressés par les services de rencontre.

Leader des services de rencontre avec Webcam

Au démarrage, le service de rencontre édité par Numerik ART s'est démarqué de ses concurrents en proposant un service très innovant et en répondant à une demande croissante des Internautes : un chat Webcam multi utilisateurs.

Ce chat Webcam baptisé « Visio chat » a très vite trouvé son public et a permis à Numerik ART de fidéliser ses clients. En plus d'un « chat » classique (texte uniquement), le « Visio chat » permet aux membres de se voir et de se parler en temps réel sur des salons accueillant jusqu'à 200 personnes. Les membres peuvent ainsi discuter sur des salons publics ou en tête à tête avec les personnes de leur choix.

Cette offre de service à été construite à partir d'une technologie performante et évolutive qui donne à l'internaute une facilité d'utilisation et ne nécessite pas le téléchargement d'un programme sur le disque dur de l'internaute.

Le succès de ce « Visio chat » résulte d'une capacité à avoir su répondre à une attente des Internautees.

Une plate-forme technologique propriétaire

Afin d'être indépendante et pour mieux maîtriser son évolutivité face à la spécificité des solutions technologiques nécessaires, la Société Numerik ART a fait le choix de développer intégralement et de gérer, en interne, la plate-forme technologique sur laquelle reposent le Front Office et le Back Office de son service de rencontre.

Des recherches et développements pointus ont été requis pour répondre aux besoins de cette activité : gestion de base de données de millions de membres, systèmes de recherches simples ou avancés (multicritères), calcul d'affinité ou de compatibilité entre deux membres, gestion des contenus déposés par les membres, Visio chat, etc.

Depuis son lancement en avril 2004, le service de rencontre édité par Numerik ART a toujours assuré un service de qualité grâce à la stabilité des ses applications.

Un modèle économique fondé sur la récurrence

La principale source de revenus des services de rencontre est issue de la vente d'abonnements assurant à Numerik ART une progression constante et stable de son Chiffre d'affaires.

7.2..1.4.2 Avantages concurrentiels de l'offre de service de jeux en ligne LUDOKADO.COM

Une plate-forme multi jeux pour séduire le plus grand nombre

Afin de séduire une population de joueurs la plus large possible, la Société LUDO FACTORY propose différents types de jeux sur son site LUDOKADO.COM. Les joueurs ont ainsi le choix entre des jeux d'adresse, des jeux de grattage, des jeux d'instant gagnants, des jeux d'arcade ainsi que des jeux de hasard.

La participation à ces jeux permet aux joueurs de gagner des points échangeables en cadeaux divers: films DVD, consoles de jeux, chaîne HIFI, lecteurs MP3, etc.

Une base de données de profils très qualifiés

La Société LUDO FACTORY a mis en place une solution efficace destinée à qualifier de manière progressive sa base de données. Elle enrichit régulièrement les informations dont elle dispose sur ses membres : centres d'intérêt, niveau social, statut marital, localisation géographique, etc.

Cette base de données de profils très qualifiés est ensuite commercialisée via la filiale spécialisée en Marketing Direct PROFILE PARTNERS à des annonceurs toujours plus exigeants dans leur phase de recrutement de prospects et clients.

7.2.2 Stratégie de développement

Le Groupe souhaite renforcer chacun de ses pôles par croissance externe et interne

7.2.2.1 Stratégie de développement du groupe ADTHINK MEDIA

- Accélérer la croissance globale du groupe par la croissance externe

Tout en maintenant une forte croissance organique, le groupe souhaite saisir les opportunités d'acquisition qui se présenteraient en France comme il l'a déjà fait deux fois en 2006.

- Maintenir les investissements dans son principal atout : le savoir-faire technologique

Le groupe ADTHINK MEDIA a su s'imposer rapidement dans les différents marchés dans lequel il évolue grâce à de fortes valeurs ajoutées générées par son savoir-faire dans les technologies internet.

7.2.2.2 Stratégie de développement du Pôle de Monétisation d'audience

Afin de conquérir de nouvelles parts de marché, ADTHINK MEDIA développe une stratégie consistant à investir dans des éléments différenciateurs forts et principalement de nature technologique.

Cette stratégie a permis de hisser la Société, en moins de 18 mois, d'une position de niche sur la publicité vidéo au rang des « Top Five » des régies publicitaires internet en France (source : Nov.2006 - Médiamétrie – Nielsen NetRatings).

- Accélérer le développement de son réseau de sites partenaires et particulièrement le réseau professionnel

ADTHINK MEDIA souhaite continuer l'accélération, initiée en 2006, du recrutement de nouveaux sites partenaires dans son réseau permettant ainsi d'augmenter la puissance de son réseau.

La Société souhaite particulièrement accélérer le développement de son réseau professionnel (sites grands comptes, leader dans leur thématique ou domaine, ayant une audience supérieure à 500 000 Pages Avec Publicité par mois).

- Se différencier et prendre des parts de marché avec des nouveaux formats publicitaires

Avec ses équipes de recherche & développement en interne, la régie publicitaire souhaite lancer des formats publicitaires complémentaires aux formats publicitaires classiques pour créer et exploiter de nouveaux encarts publicitaires.

Avoir des formats publicitaires non standards peut permettre à ADTHINK MEDIA d'approcher des nouveaux sites en régie en leur proposant de renforcer leur régie actuelle avec des encarts publicitaires encore non exploités. Cette stratégie de différenciation permet à la régie de rentrer progressivement dans des sites ayant déjà une ou plusieurs régies publicitaires.

- Affiner le ciblage publicitaire

Afin de proposer aux annonceurs de toucher encore plus précisément leur cible, ADTHINK MEDIA va ajouter de nouvelles options de ciblage :

- Ciblage par ville et région : actuellement, ADTHINK MEDIA propose déjà aux annonceurs des options de ciblage géographique par langue et pays des

internautes. Afin d'anticiper l'arrivée du marché de la publicité locale, elle va proposer le ciblage par région et ville des internautes.

- o Ciblage par profil : ce ciblage permettra d'afficher des publicités en rapport avec des critères personnels de l'internaute (sexe, âge, ...).
- Développer à grande échelle son offre self-service destinée aux petits et moyens annonceurs

Lancée début 2006, la nouvelle plate-forme publicitaire permettant à tout annonceur quelque soit sa taille et son budget de communiquer sur le réseau ADTHINK MEDIA en faisant sa campagne de publicité avec le self-service, a rencontré un vif succès sans communication spécifique. Près de 1000 comptes annonceurs ont été enregistrés. Après cette phase réussie de bêta-test, ADTHINK MEDIA souhaite maintenant développer à grande échelle cette offre commerciale.

7.2.2.3 Stratégie de développement du Pôle Acquisition et Génération de Trafic

Actuellement, le groupe exploite ce pôle d'acquisition et génération de trafic principalement pour ses activités internes (fournisseur du pôle Edition) mais il envisage de le développer pour des clients externes au groupe via une ou plusieurs opérations de croissance externe.

7.2.2.4 Stratégie de développement du Pôle Edition

7.2.2.4.1 Services de rencontres avec Webcam

La stratégie du service de rencontre s'appuie sur cinq axes de développement :

- Le lancement d'un site B to C : IDYLLOVE.COM

Fort d'une base membres comptant plus de 2 millions d'inscrits, NUMERIK ART a décidé de lancer une marque afin de proposer son service directement aux clients finaux. Ce service sera différent de celui qu'elle propose via ses partenaires en affiliation.

Idyllove.com a pour ambition de se hisser aux toutes premières places françaises puis européennes.

- Le Renforcement de sa position de leader dans les rencontres avec Webcam

NUMERIK ART souhaite affirmer et consolider sa place de numéro 1 des rencontres avec Webcam en France et étendre cette position en dehors des frontières sur les principaux marchés européens.

- Le déploiement de sa marque IDYLLOVE à l'international

NUMERIK ART a débuté l'internationalisation de son service via sa plateforme d'affiliation au cours du premier semestre 2007. Elle souhaite accélérer le développement commercial de son service sur les principaux pays européens dont l'Espagne, l'Italie et le Royaume Uni en positionnant sa marque européenne IDYLLOVE.

- L'élargissement de son parc d'abonnés

La Société souhaite élargir encore son parc d'abonnés, d'une part, en augmentant les budgets publicitaires dédiés à son site de référence et, d'autre part, en augmentant son parc d'affiliés.

Ainsi, NUMERIK ART envisage de lancer des campagnes de recrutement sur les principaux canaux de trafic Internet ainsi que des campagnes médias sur les grands portails français et européens.

Elle prépare dans le même temps des partenariats commerciaux en Marque Blanche et/ou en co-branding avec des portails drainant un très fort trafic.

- L'augmentation de la rentabilité de son service

La rentabilité du service de rencontre dépend de deux facteurs:

- la rentabilité par abonné
- la rentabilité par inscrit

Pour optimiser la rentabilité de cette activité, Numerik ART conçoit et fait évoluer son service afin d'obtenir un coût d'acquisition abonné le plus bas possible et un revenu par abonné le plus élevé possible.

Pour atteindre ces objectifs, Numerik ART a mis en place une stratégie marketing attractive qui repose sur la complémentarité et les synergies des pôles d'activité.

Le pôle d'acquisition de trafic permet d'optimiser le coût d'acquisition de l'inscrit et le pôle de monétisation d'audience de renforcer le revenu par inscrit.

La vente des abonnements constitue la principale source de revenus.

7.2.2.4.2 Services de Jeux en ligne avec LUDOKADO.COM

- Accélérer le développement commercial du site www.ludokado.com

Ayant validé le modèle du site www.ludokado.com au cours du second semestre 2006, la Société souhaite accélérer le développement commercial du site www.ludokado.com en augmentant le nombre de membres par le biais, principalement, de campagnes de publicité.

- Augmenter le nombre de jeux

Afin de fidéliser les membres et séduire de nouveaux joueurs, la Société mise sur le développement de nouveaux jeux et souhaite renouveler régulièrement ses jeux.

- Développer le site à l'international

La Société LUDO FACTORY prévoit l'ouverture du site www.ludokado.com à l'international sous la marque www.ludoprize.com

7.2.2.4.3 Portail d'informations avec chercher.org

- Donner davantage de publicité au portail en augmentant la publicité sur GOOGLE.
- Elargir l'offre avec les bandes annonces et les petites annonces.

7.3 Principaux marchés

7.3.1 Le Media Internet

Le Groupe ADTHINK MEDIA exerce l'ensemble de ses activités sur Internet, environnement en pleine expansion.

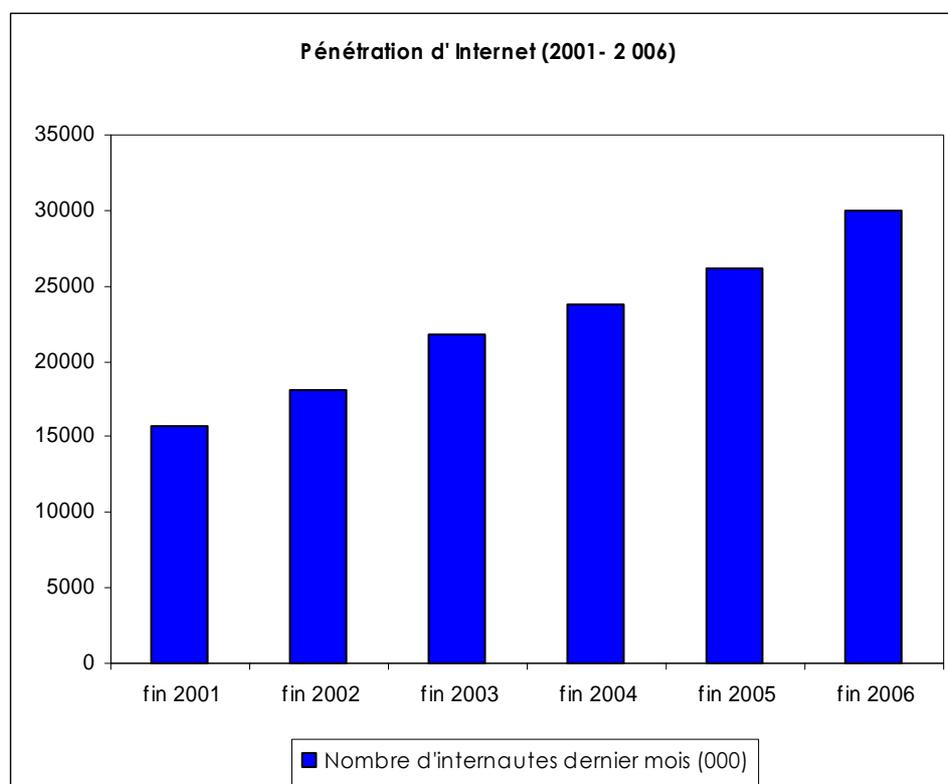
Ce dynamisme s'explique par la conjonction de trois facteurs principaux :

- La pénétration croissante d'Internet dans les foyers français.
- Le développement de l'accès à haut débit.
- La croissance du commerce électronique

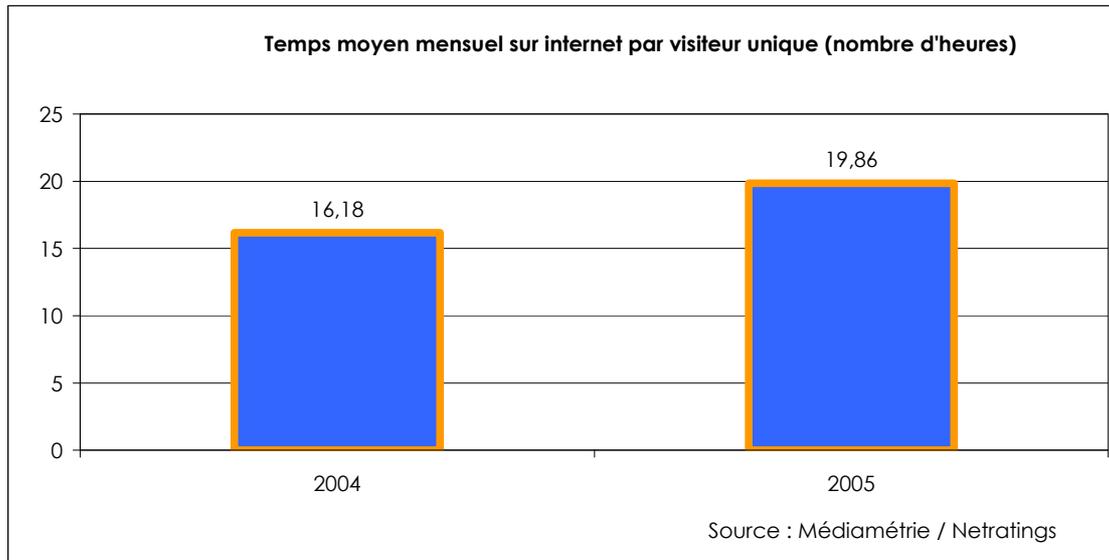
7.3.1.1 Pénétration d'Internet

La progression de l'équipement informatique des ménages français constante et régulière depuis près de 10 ans est un des éléments clés de l'essor d'Internet. Fin 2005, 50% des ménages français disposaient d'un micro-ordinateur et le taux d'accès à Internet approchait les 40%.

Aujourd'hui, plus d'un français de plus de onze ans sur deux est internaute ce qui représente une population de 30 millions d'internautes. (Source Médiamétrie 31 janvier 2007). La pénétration d'Internet est en croissance régulière et forte depuis plusieurs années avec +26% entre 2004 et 2006.



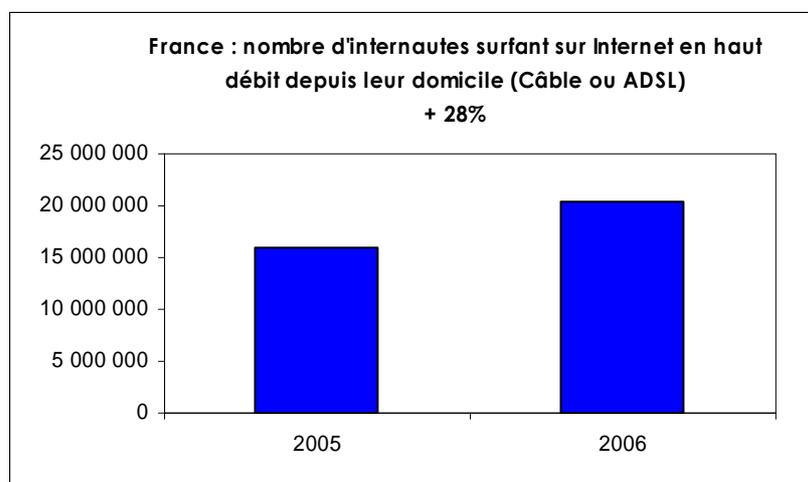
Cette croissance forte du nombre d'internautes s'accompagne d'une augmentation sensible du temps passé sur Internet : + 22% entre 2004 et 2005 pour approcher une moyenne de 20 heures par mois.



7.3.1.2 Développement du haut débit

Le haut débit a connu une progression spectaculaire ces dernières années.

Fin 2005, près de 8 foyers sur 10 ayant accès à Internet étaient connectés en haut débit. Le choix du haut débit est largement privilégié à l'installation puisque 84% des foyers qui se sont équipés de leur première connexion Internet en 2005 ont directement choisi le haut débit.



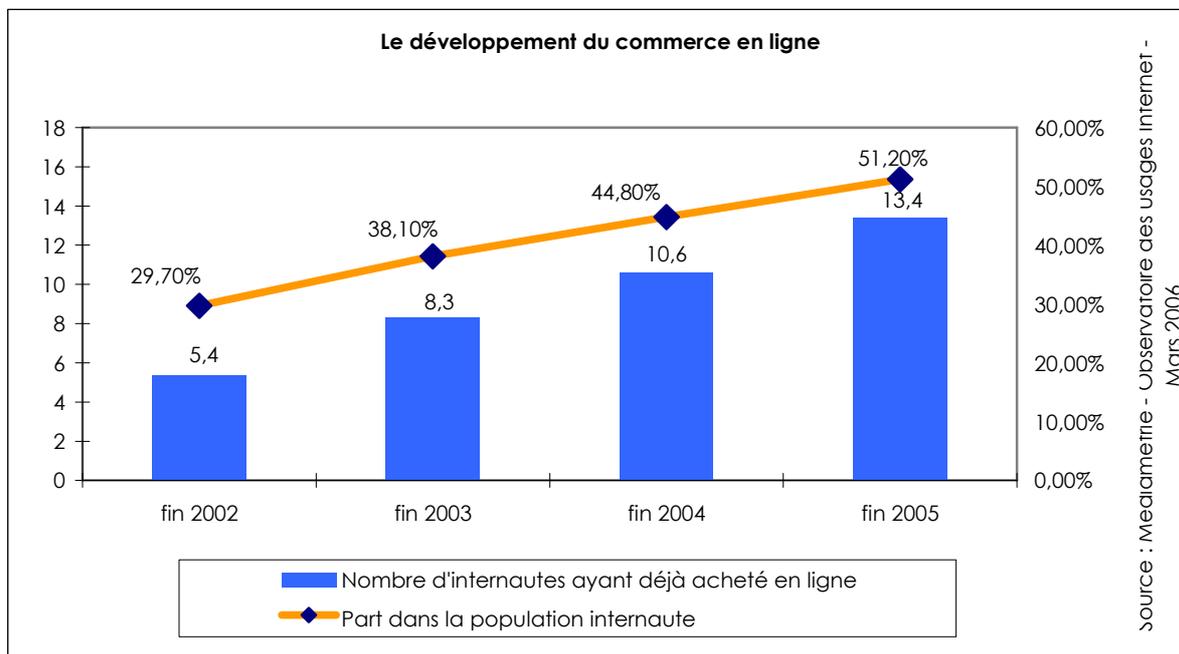
Source Médiamétrie Journal du Net 31 décembre 2006

7.3.1.3 La croissance du commerce électronique

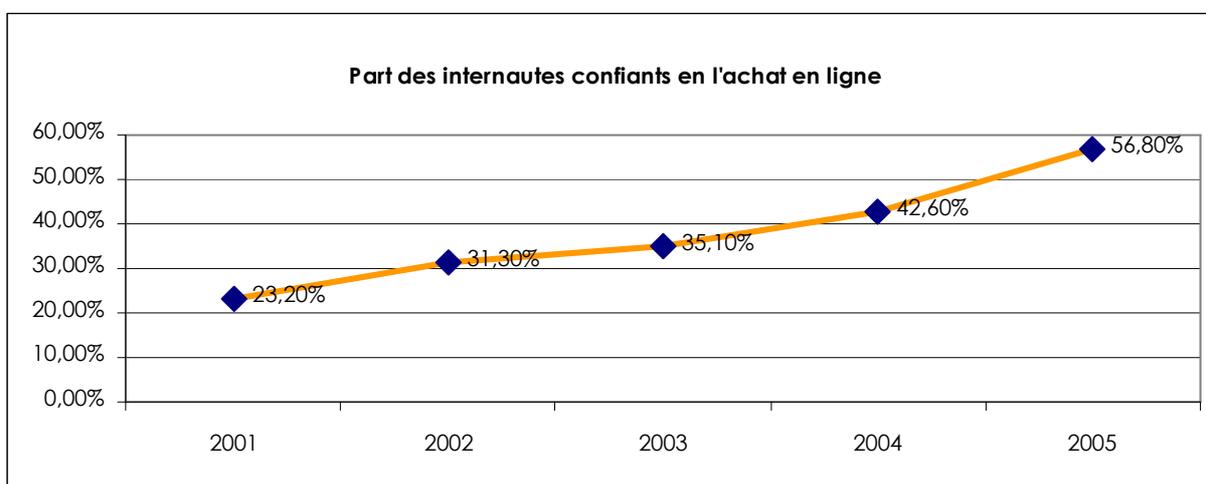
Le commerce électronique connaît un véritable essor et apparaît aujourd'hui comme un canal de distribution à part entière. En 2006, 12Mds € ont été dépensés par les internautes en achats sur Internet selon les chiffres de la Fédération des entreprises de vente à distance (Fevad), et 4 Mrds € en services financiers (Source Acsel).

Fin 2005, la part de e commerce dans le chiffre d'affaire de la vente à distance se situait autour de 60%.

Selon Médiamétrie, 13,4 millions d'internautes, soit plus d'un internaute sur deux, ont déclaré avoir déjà effectué un achat en ligne au quatrième trimestre 2005 contre 10,6 millions l'année précédente.



La confiance, indicateur clé du développement du commerce en ligne, poursuit également sa progression puisque 14,8 millions d'internautes se déclarent confiants dans l'achat en ligne soit un taux de confiance de 56,8%. Cette confiance s'explique essentiellement par le renforcement de la sécurité des paiements en ligne.

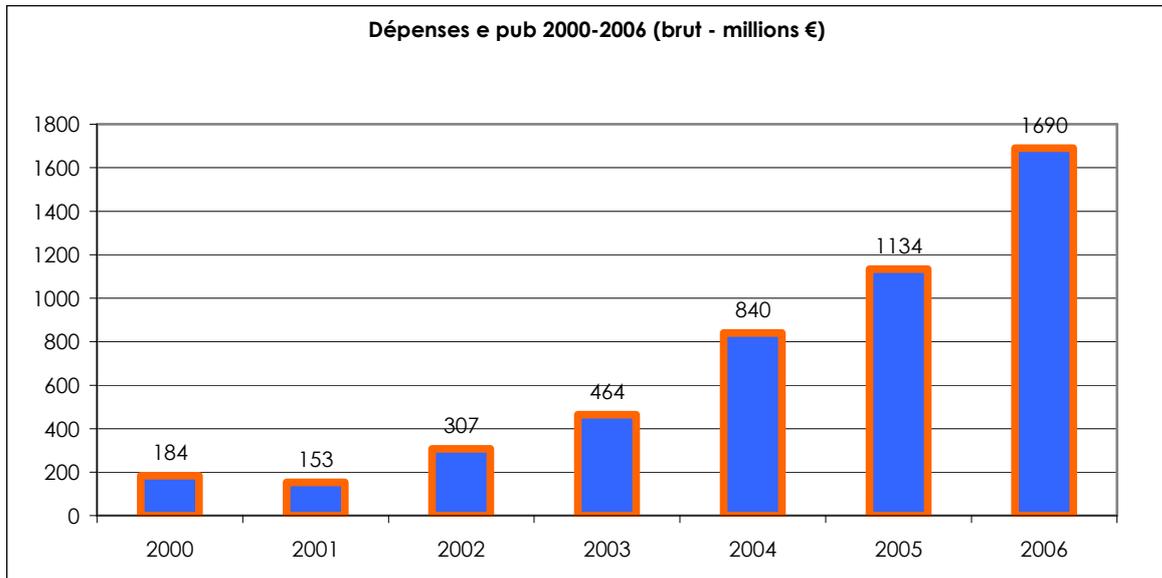


7.3.2 Le marché de la publicité et du marketing sur Internet.

7.3.2.1 En France

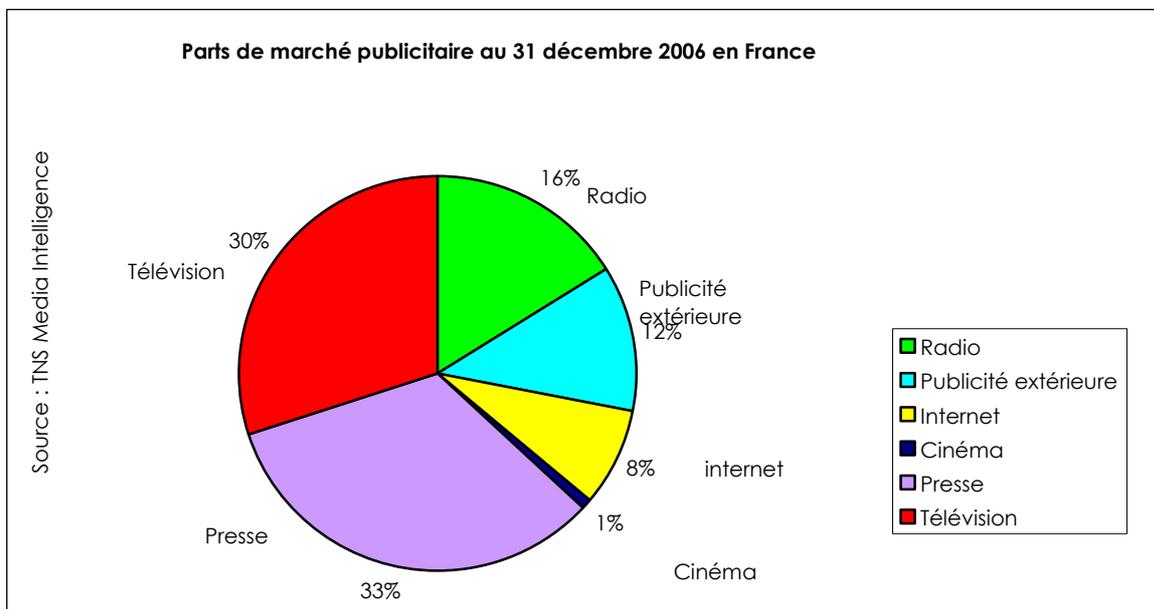
Soutenues par le large développement d'Internet, les dépenses de publicité en ligne continuent leur spectaculaire ascension.

Après une croissance de 74% en 2005 et de 50% en 2006, les investissements publicitaires sur Internet se sont élevés en France à 1,69 milliards d'€ soit deux fois plus qu'en 2004, selon le baromètre de TNS media intelligence réalisé avec l'IAB.



Les dépenses publicitaires en ligne connaissent un poids croissant dans le montant total des investissements publicitaires avec 8 % en 2006, contre 6 % en 2005.

En effet, avec la progression d'Internet dans la vie quotidienne, les annonceurs sont amenés à rééquilibrer leurs investissements publicitaires entre les différents média (cf. schéma ci-dessous) ce qui se traduit par une progression des dépenses en ligne.



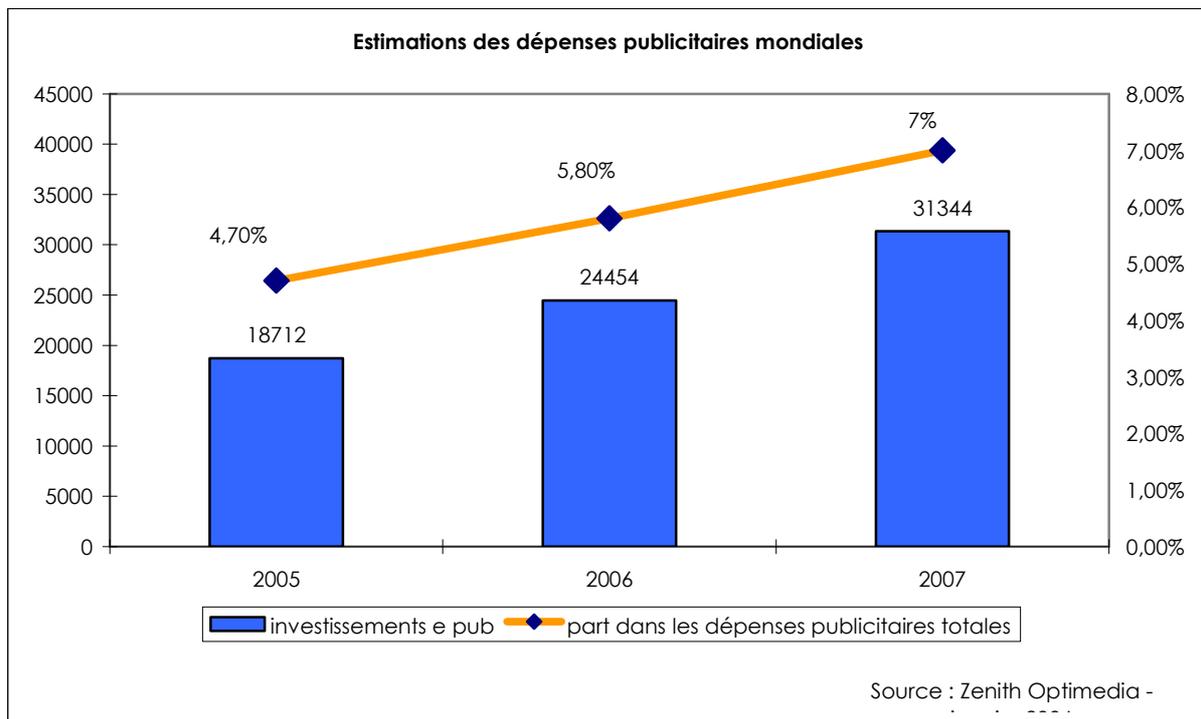
La croissance des investissements publicitaires en ligne s'explique également par le nombre grandissant d'outils à la disposition des agences publicitaires, des annonceurs et des régies publicitaires afin de suivre et d'étudier la performance des campagnes qui y sont lancées. Ces outils positionnent Internet comme un média à part entière ce qui tend à rassurer les annonceurs.

Ces outils permettent de fournir des indicateurs tels le temps moyen de visite par clic, le nombre moyen de pages vues par clic, le montant moyen de la commande etc.

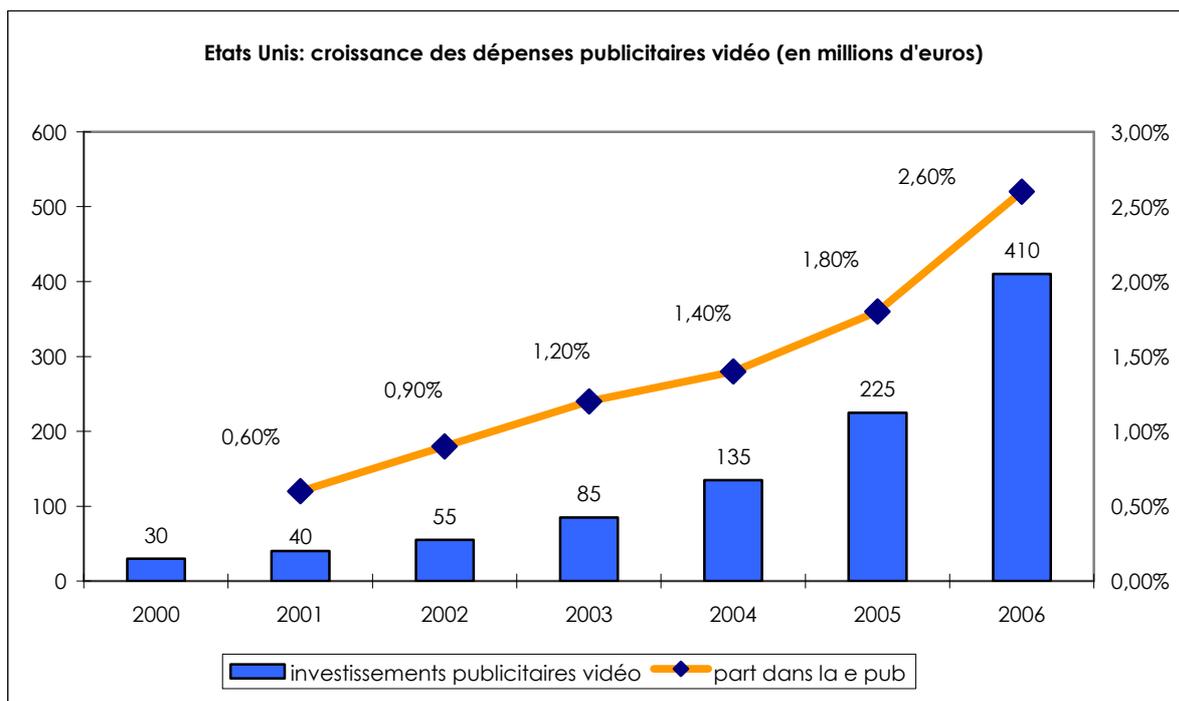
7.3.2.2 Le marché mondial de la publicité en ligne

Selon les données de Zénith Optimédia, Internet devrait représenter 5,8% du marché mondial de la publicité à la fin de l'année 2006 contre 4,7% en 2005. Cette progression devrait continuer puisqu'en 2008 la part de marché d'Internet est estimée à 8% du marché publicitaire mondial.

D'ores et déjà devant l'affichage en 2006, Internet devrait dépasser la radio à l'horizon 2009 et devenir ainsi l'un des trois principaux supports de communication des annonceurs.



La publicité vidéo sur Internet a démarré plus récemment Les dépenses publicitaires vidéo connaissent un fort développement depuis 2004 aux Etats-Unis et atteignent 410 millions d'€ fin 2006 soit trois fois plus qu'en 2004.

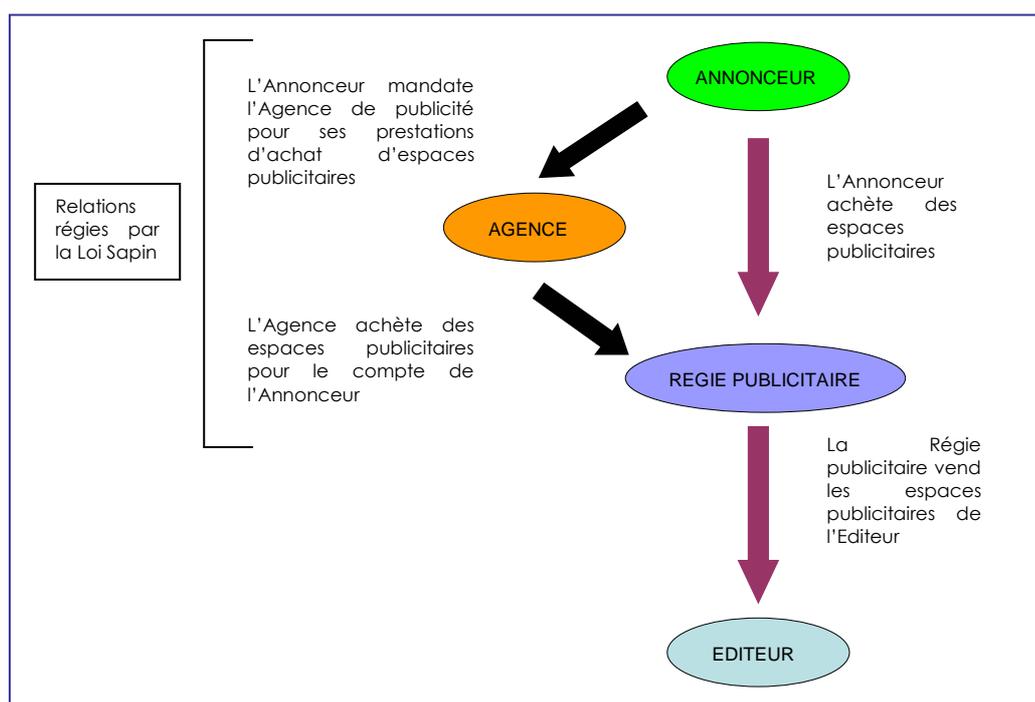


7.3.2.3 Les principaux acteurs de la publicité en ligne.

Le marché de la publicité est structuré autour de quatre acteurs :

- L'Annonceur : Société porteur d'un message publicitaire
- L'Agence de publicité : Société mandatée par les annonceurs pour leurs opérations d'achat d'espaces publicitaires, ce sont des centrales d'achat d'espaces publicitaires.
- La Régie publicitaire : Société commercialisant et gérant les espaces publicitaires de sites éditeurs auprès des annonceurs en direct ou des agences de publicité.
- L'Editeur : Société éditrice et exploitante du site internet

Relations entre les différents acteurs du marché de la publicité



Différents types de régies interviennent sur le marché de la publicité en ligne :

- Les réseaux publicitaires
- Les régies internes
- Les régies externes

Les réseaux publicitaires assurent une activité de régie pour un nombre important d'éditeurs avec une prépondérance de campagnes à la performance. La facturation se fait au nombre de clic, au formulaire ou à la vente réalisée.

TradeDoubler, Cible click, Value Click et Comclick appartiennent à la famille des réseaux publicitaires.

Certains Editeurs de sites Internet comme Aufeminin.com ou Boursorama ont fait le choix de la **régie interne**. Ce sont souvent des sites de taille significative qui souhaitent développer leur notoriété.

Les **régies externes** sont majoritairement des Sociétés qui interviennent sur le marché européen. Leur objectif est de traiter avec des Editeurs de sites internet à fort trafic et disposant de marques à forte notoriété.

Les principales régies externes sont Hi Media et Adverline.

Hi Media, cotée sur Eurolist B, occupe la place de leader sur ce marché avec une capitalisation boursière proche de 200 millions d'€ (fin janvier 2007). Elle a réalisé, en 2006, un Chiffre d'affaires de 72 M€ pour l'ensemble de ses activités soit une croissance (interne et externe) de 190%.

La répartition par activité reflète l'équilibre entre les deux principales sources de revenu du groupe à 47% pour le micro paiement et à 46% pour la régie publicitaire, le marketing direct représentant quant à lui 7% du Chiffre d'affaires annuel.

Cotée sur Alternext depuis mai 2006, Adverline est la régie publicitaire Internet d'un des premiers réseaux de sites grand public français et de sites professionnels. Adverline développe son expertise dans deux domaines d'activité stratégiques : la régie publicitaire online (espaces publicitaires des sites de son réseau e-mailing) et le micro-paiement. Adverline dispose de son propre outil technique : Adnext.

Le groupe prévoit un Chiffre d'affaires de 8 M€ sur l'exercice 2006 soit une croissance de 83% et une marge d'exploitation de 13%.

Sa capitalisation boursière s'élève à 34 M€.

7.3.3 Le marché du Search Marketing

Le Search Marketing est un outil puissant et en pleine croissance, regroupant notamment les techniques marketing de référencement, les techniques d'optimisation des sites Internet et les techniques de génération de trafic.

Le déploiement spectaculaire d'Internet a impliqué la nécessité d'organiser le volume gigantesque d'informations accessibles en ligne. Des outils de recherche et de classement de l'information ont ainsi été développés.

Les utilisateurs ont été contraints de passer par les moteurs de recherche pour trouver ou comparer l'information.

Dès 2004, l'utilisation des moteurs de recherche est devenue prépondérante et le référencement s'est imposé comme première source de trafic des sites.

Le référencement, comme source de trafic, est passé de 20% en 2002 à 40% en 2005, au détriment des liens directs ou externes.

L'objectif du site Internet qui fait appel au Search Marketing est clairement d'améliorer sa position par rapport à la concurrence, et donc son trafic, de manière quantitative et qualitative.

Ce marché représente actuellement la part la plus importante et la croissance la plus rapide des dépenses de publicité on-line en Europe (+ 77% en 2005, + 46% en 2006) comme en France (+ 124% en 2005), et dépasse les dépenses en campagnes de bannières.

D'après Forrester Research, le marché européen du Search Marketing atteint plus de 2 milliards d'€ en 2006, et devrait continuer à progresser pour atteindre 3 milliards d'€ d'ici 2010.

80% des utilisateurs français de l'Internet ont recours couramment à un moteur de recherche, comme Google, Yahoo !, MSN...

Le marché est segmenté en deux grandes parties :

- Le Search Engine Marketing (SEM), d'une part, qui désigne la gestion des liens sponsorisés achetés auprès de moteurs de recherche sur la base d'un « prix au clic » ;
- Le Search Engine Optimisation (SEO), d'autre part, qui comprend le référencement « naturel » dans les résultats des moteurs de recherche.

Le SEM, forme de référencement payant, garantit une position favorable sur des outils de recherche sur un ou plusieurs mots clés. Ces liens, à caractère commercial, apparaissent à côté des résultats « classiques » d'un moteur de recherche. L'annonceur paie selon l'efficacité de sa campagne, c'est-à-dire selon le nombre de « clics » effectués sur son lien. L'enjeu est de bien choisir les mots clés, ceux-ci étant vendus aux enchères.

Le SEL s'est développé plus récemment, soutenu par une demande de plus en plus forte des clients pour augmenter le nombre de leurs visiteurs et réduire leurs coûts « pay per click » (PPC). Ce référencement, gratuit, repose sur l'optimisation des paramètres techniques et du contenu des sites Web.

7.3.4 Le marché de la rencontre en ligne

Le marché de la Rencontre en ligne est en forte croissance soutenu par deux tendances fortes : un environnement technique favorable et un contexte sociologique spécifique.

7.3.4.1 Un environnement technique favorable.

Ce marché est étroitement lié au développement des échanges sur Internet et aux changements de comportement des consommateurs.

La croissance du taux de pénétration d'Internet, l'accroissement du temps de connexion dû notamment au déploiement du haut débit et la sécurisation des paiements en ligne favorisant la consommation constituent des soutiens clés au marché de la Rencontre en ligne.

7.3.4.2 Un contexte sociologique spécifique.

Les évolutions démographiques et sociologiques tel que le recul de l'âge du mariage, le développement du célibat, l'entrée plus tardive dans la vie active, l'augmentation du nombre de divorces et plus largement le renforcement de l'individualisme dans notre Société ont modifié significativement les modes de rencontre au cours des dernières années.

Aujourd'hui les internautes n'hésitent plus à dire qu'ils se connectent sur un site de rencontre, le sujet a perdu de son côté tabou.

7.3.4.3 Les principaux acteurs du marché de la rencontre en ligne.

Meetic.com, cotée sur Eurolist B, est le leader européen incontesté de la Rencontre en ligne avec 25.4 millions de profils enregistrés sur le seul produit Meetic depuis sa création en 2002, la première part d'audience européenne avec 18.2% en août 2006 (source Nielsen-Netratings) et 8.5 millions de visiteurs uniques en septembre 2006 (source Comscore).

A fin septembre 2006, le parc d'abonnés comprenait 400 000 membres.

Meetic exploite deux modèles économiques complémentaires, l'un basé sur l'usage de l'Internet, l'autre du Mobile.

Meetic a réalisé en 2005 un Chiffre d'affaires de 43 M€ pour un résultat net de 5.7 M€. Son chiffre à 9 mois au 30 septembre a atteint 56.7 M€ soit une croissance de 92%.

A fin janvier 2007 sa capitalisation boursière atteint 442 M€.

Match.com, présent dans plus de 30 pays, revendique 3.5 millions d'utilisateurs sur le site de la Rencontre en France depuis mai 2002 au travers de MSN.

En 2006, la Société a déployé des moyens publicitaires et marketing pour lancer une offre directe.

On peut encore citer **Easy rencontre** et **Netclub.com**.

Certains portails généralistes disposent aussi d'une offre d'espaces de mise en relation au sein de groupes, au titre desquels il convient de citer les moteurs de recherche comme Yahoo ! ou les logiciels de discussion en ligne de type « Messenger ».

7.3.5 Le marché des jeux en ligne

Il n'existe pas, à la connaissance de la Société d'étude sur le marché des jeux en ligne.

Les principaux acteurs sont Prizee.com, Madwin.com et Kadodujour.

Leader dans le domaine avec 12 millions d'inscrits et 2 millions de joueurs réguliers, Prizee.com spécialisée dans l'édition et l'animation de sites internet de divertissement, affiche une croissance de plus de 6 000% sur les cinq dernières années. Cette croissance lui a permis de remporter, fin 2006, le premier prix du Deloitte Technology Fast 50 qui récompense les entreprises technologiques les plus dynamiques.

Depuis septembre 2006, il est le site de jeux le plus consulté avec 1.90 millions de visiteurs uniques devant la Française des jeux (source Médiamétrie- Netratings).

Avec une équipe de 85 salariés, la Société a réalisé un Chiffre d'affaires de 10.4 M€ sur l'exercice clos au 31 août 2006 contre 5,7 M€ pour l'exercice précédent. La rentabilité nette est forte avec 30% de marge nette sur le dernier exercice.

Créé fin 2000 par un étudiant, le site propose aujourd'hui une vingtaine de jeux gratuits pour une cible de jeunes de 9 à 15 ans.

Le développement spectaculaire de cette Société illustre le potentiel du marché des jeux en ligne.

Première Société à éditer un site de jeux promotionnels en France début 2000, Madwin.com rassemble aujourd'hui 500 000 abonnés. L'offre comprend une trentaine de jeux gratuits permettant de gagner des cadeaux, des lots et de l'argent.

Créée en 2006, KadoDujour.com propose aujourd'hui une dizaine de jeux gratuits avec des cadeaux à gagner.

7.4 Les Offres du Groupe ADTHINK MEDIA

7.4.1 Les offres du pôle de Monétisation d'audience

Ce pôle d'activité consiste à commercialiser et gérer les espaces publicitaires confiés par les Editeurs en diffusant des objets publicitaires fournis par les annonceurs.

La gestion des espaces publicitaires est opérée par une technologie propriétaire : AD-ACCESS.

7.4.1.1 Une offre commerciale attractive pour les annonceurs (clients) :

La régie publicitaire ADTHINK MEDIA offre 3 solutions de publicité pour les annonceurs :

- AD-MEDIA
- AD-AFFILIATE
- AD-NETWORK

- AD-MEDIA : Solution de visibilité, d'image et de notoriété par la diffusion de campagnes Medias (campagnes vidéo, ...) sur des audiences qualifiées par des sites web leader dans leur domaine. Ces campagnes sont vendues aux annonceurs à l'affichage au CPM (CPM : Coût Pour Mille). Exemples de campagnes Medias :

CAMPAGNE VIDEO « HARRY POTTER »

Campagne de publicité vidéo « HARRY POTTER » (WARNER BROS) avec des formats publicitaires vidéos exclusifs créés par le Studio ADVERT STREAM.



Diffusion sur un ensemble de sites qualifiés et sélectionnés par l'annonceur

The screenshot shows the Cinemovies.fr website interface. At the top, there's a navigation bar with 'A la une', 'News', 'Les films', 'Multimédia', 'Les DVD', and 'CineM'. Below this is a 'Accueil' section with several featured articles and images. A large banner for 'Harry Potter et la Coupe de Feu' is prominent, featuring the title in a stylized font and the release date 'AU CINEMA LE 30 NOVEMBRE'. The banner also includes the text 'AND THE GOBLIN OF FIRE' and 'FERMER'. Below the banner, there are sections for 'PREVIEWS', 'Derailed: 4 extraits exclusifs...', and 'Premières photos'. The bottom part of the page lists 'Cette semaine en France' and 'Déjà en salles' with various movie titles like 'The Matador', 'In Her Shoes', 'Lonesome Jim', 'Doom', '1/3 des yeux', '4 filles et un jean', '40 ans, toujours...', 'Flightplan', 'Domino', 'Et si c'était vrai', 'Factotum', and 'Mi-temps au mitard'.

CAMPAGNE VIDEO « THE WILD »

Campagne de publicité vidéo « THE WILD » (WALT DISNEY) avec des formats publicitaires vidéos exclusifs créés par le Studio ADVERT STREAM.



Diffusion sur un ensemble de sites qualifiés et sélectionnés par l'annonceur

The screenshot shows the PARENTS.fr website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Les actus', 'Les coups de cœur', 'Petites annonces', 'Le guide Parents', 'Psycho-Quiz', 'Forums', and 'Blogs'. Below this is a 'Chaque jour sur PARENTS.fr, un nouveau rendez-vous' section. A large banner for 'The Wild' is prominent, featuring the title in a stylized font and the release date 'le 12 avril au cinéma'. The banner also includes the text 'La vente, c'est la jungle!' and 'le 12 avril au cinéma'. Below the banner, there are sections for 'Notre coaching famille' and 'Le bio, c'est n'importe quel enfant?'. The bottom part of the page lists various articles and sections like 'Méditerranée', 'Biblo Enfants', 'Ludothèque', 'Vie quotidienne', 'Vos Droits', 'Organismes & Associations', 'Biblo Parents', 'Dico Parents', 'Dico Prenoms', 'Dico Psy', and 'Dico Santé'.

CAMPAGNE « APPLE IPOD »

Campagne de publicité « APPLE IPOD » (APPLE)

Diffusion sur un ensemble de sites qualifiés et sélectionnés par l'annonceur



The screenshot shows the website 'INFOS JEUNES FRANCE' with a prominent advertisement for the Apple iPod + iTunes campaign. The ad features the text '1000 chansons dans votre poche.' and 'iPod + iTunes'. The website content includes a video interview with Bernard Werber, a newsletter sign-up, and various news articles.

- AD-AFFILIATE : Solution de performance marketing par la gestion de programmes d'affiliation

L'affiliation consiste à diffuser sur des sites affiliés (sites éditeurs) des objets publicitaires (bannières, liens, etc.) renvoyant vers un site affilié (annonceur). Le principe réside en une rémunération à la performance (Affichage, clic, pourcentage sur vente, commission fixe sur vente, formulaire...) des affiliés.

- AD-ACCESS, plate-forme publicitaire propriétaire d'ADTHINK MEDIA, permet de créer des programmes/campagnes d'affiliation.

Ses principales fonctionnalités sont :

- Création et Configuration de programmes d'affiliation
- Rémunération des campagnes suivant plusieurs types : CPM, CPC, CPA, Formulaire, Vente (fixe ou %)
- Mailing aux affiliés
- Statistiques détaillées des affichages (affichages, clics, ventes, formulaires) et des rémunérations (CPM, CPC, CPA...) par zones publicitaires, par affilié, par affilié...
- Validation des actions (vente, formulaire...)
- Système anti-fraude

Exemple de programmes d'affiliation :

PROGRAMME D’AFFILIATION « COMPLICIO »



Programme d’affiliation (campagne de publicité rémunérée à la performance)

Principe d’affiliation

- (1) Les éditeurs de sites internet s’affilient (postulent) au programme d’affiliation COMPLICIO via leur compte en ligne sur la plate-forme AD-ACCESS.
- (2) Dès que leur site a été validé par l’affilieur (annonceur), ils peuvent récupérer des objets publicitaires et les installer sur leur site.
- (3) Les éditeurs sont rémunérés à la performance (rémunération au formulaire dans le cas de la société de crédit ci-dessous).



- AD-NETWORK : Solution de puissance et performance par la diffusion de campagnes publicitaires sur des milliers de sites internet avec des options de ciblage avancés : Thématique, Catégorie de site, par mot clé, Langue, Pays, ... Chaque affichage ou chaque clic est acheté au meilleur prix avec le principe des enchères (à partir de 0.01 € / CPM ou 0.01 € / CLIC) : l’annonceur fixe son prix d’achat maximal souhaité.

Avec cette offre de services, la Société répond à une grande partie des besoins des annonceurs sur Internet des petits annonceurs aux grands comptes.

Exemple d’une campagne Réseau :

CAMPAGNE RESEAU « DELL »

Campagne Réseau diffusée sur des sites du réseau correspondants aux critères de ciblage définis par l'annonceur. La campagne est facturée à l'affichage ou au clic (au choix de l'annonceur) sur le principe des enchères.



Propriétés de la campagne DELL

➤ Campagne de type CPC (facturée au clic) avec un CPC Max = 0.18€/ Clic (Coût Par Clic Maximal que l'annonceur est prêt à payer aux enchères)

➤ Critères de ciblage :



- Ciblage géographique : France
- Ciblage thématique / Sous-Thématique :
 - Jeux Vidéos / Actualité
 - Jeux Vidéos / Astuces
 - Jeux Vidéos / Jeux en ligne
 - Jeux Vidéos / PC
- Ciblage par catégorie de sites : Webmaster + Professionnel + Premium

7.4.1.2 Une solution compétitive et rémunératrice pour les « Editeurs »

Pour intégrer son réseau, ADTHINK MEDIA propose 2 types de partenariat :

- Partenariat « Partenaire Editeur »

Pour devenir Partenaire Editeur du réseau ADVERTSTREAM, les propriétaires du site doivent au préalable remplir le formulaire d'inscription disponible en ligne et être accepté par la Société. La Société ADVERTSTREAM se réserve le droit de rejeter toute demande d'inscription dont le contenu pourrait porter atteinte à son image et à sa réputation, ou contenant des propos racistes ou diffamatoires, ou à caractère pornographique ou de nature à porter atteinte à l'ordre public et les bonnes mœurs, pratiquant le clic forcé etc.

Cet accord s'inscrit dans le respect de la charte de qualité d'ADVERT STREAM qui s'assure que le site répond aux exigences requises au niveau de la qualité éditoriale et de la qualité de la charte graphique. Elle veille aussi aux respects des réglementations en matière de contenu illicite.

Dès la validation de leur site par les responsables « Editeurs » de la Société, les éditeurs peuvent immédiatement gérer les espaces publicitaires de leur site pour commencer à générer des revenus.

- Partenariat « Régie Professionnelle »

Cette solution est destinée aux éditeurs ayant un volume d'audience supérieure à 500 000 PAP / mois. Le partenariat concède l'exclusivité totale de la gestion et commercialisation publicitaire du site.

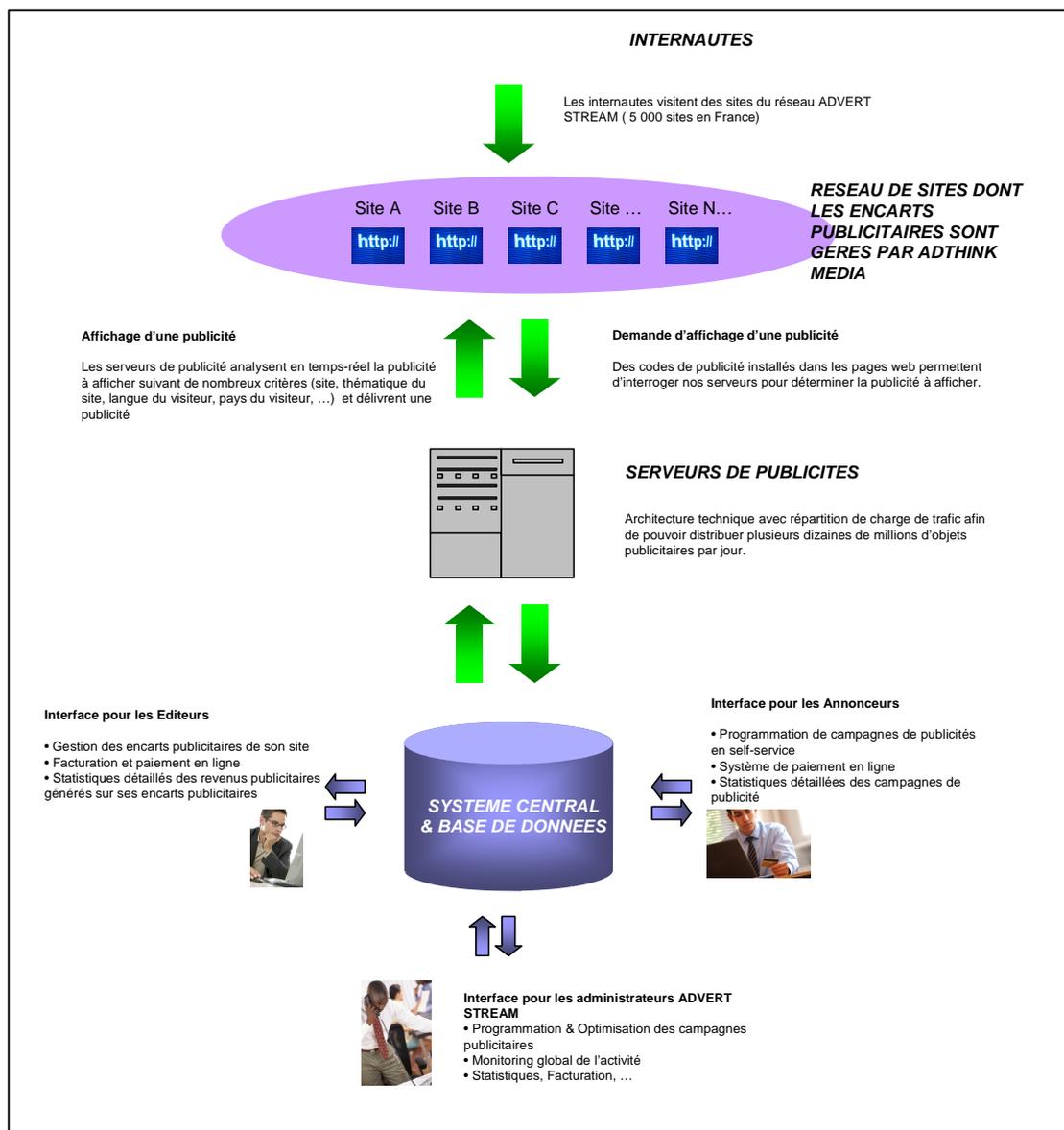
Les avantages de cette offre sont :

- Un revenu minimum garanti tous les mois ;
- Une optimisation de la gestion des espaces publicitaires par des « trafic manager » (personnes chargés de gérer et optimiser les espaces publicitaires d'un portefeuille de sites Internet) ;
- Un interlocuteur unique ;
- Une forte visibilité auprès des annonceurs et des agences et une augmentation de la notoriété ;
- Une technologie propriétaire à disposition pour gérer efficacement ses espaces publicitaires.

7.4.1.3 Des solutions proposées via une plate-forme technologique performante et innovante

Afin d'être innovant, indépendant et réactif, ADTHINK MEDIA a choisi de développer sa propre plate-forme publicitaire en interne dès le début de sa création. Cette plate-forme publicitaire est composée d'un ensemble d'applications permettant de gérer l'ensemble des opérations d'une activité de régie publicitaire.

Schéma simplifié des principaux éléments composant la plate-forme publicitaire AD-ACCESS



7.4.1.4 Description des principaux organes de la plate-forme publicitaire AD-ACCESS

- Adservers / Serveurs de publicité

Les serveurs de publicités permettent de délivrer les objets publicitaires en réponse aux requêtes des codes de publicités installés dans les pages web des sites éditeurs.

Ces serveurs de publicité sont au niveau frontal de l'architecture de la plate-forme AD-ACCESS et répondent quotidiennement à plusieurs dizaines de millions de demandes d'affichage de publicité.

- Système central et Base de données

Cet organe est le cœur de la plate-forme publicitaire. La base de données stocke l'intégralité des données : comptes « Annonceurs », comptes « Editeurs », propriétés des campagnes publicitaires, propriétés des zones publicitaires des sites éditeurs, statistiques des campagnes, facturation...

- Interface Administrateur

Cet interface est l'outil principal utilisé par le personnel d'ADTHINK MEDIA (commerciaux, trafic managers, comptabilité et ingénieurs). Il permet de gérer l'activité de la Société :

- Programmation des campagnes de publicité
- Contrôle de diffusion des campagnes
- Statistiques des comptes Editeurs et Annonceurs
- Gestion de la facturation des éditeurs et annonceurs

Capture d'écran de l'interface « ADMINISTRATEUR »

The screenshot displays the 'ADMINISTRATEUR' interface for ADVERT STREAM. The top navigation bar includes tabs for STATISTIQUES, RAPPORTS, ADMINISTRATION, PARAMÈTRES, FACTURATION, INTRASTREAM, SAGE, COMMERCIAL, and SUIVI. The main content area is divided into several sections:

- Editeurs:** Summary statistics including 'Nombre', 'Nombre avec nouveau tag', 'Nombre avec zones', and 'Demandes d'inscription'.
- Zones:** Summary statistics including 'Nombre' (9184) and 'Avec stats/24h' (1608).
- Facturation:** A table showing daily billing data for 'Annonces', 'Marge', and 'Editeurs' from 04/01/2007 to 29/12/2006, with a 'Total Janvier' row.
- Annonceurs:** Summary statistics including 'Nombre', 'Nombre avec campagnes', and 'Demandes d'inscription'.
- Campagnes:** A table with columns 'Nombre', 'Actives', and 'Avec stats/24h' for 'Normales', 'Affiliation', and 'Network' categories.
- Bannières:** A table with columns 'Nombre', 'Actives', 'Avec stats/24h', and 'A modérer / Confiance' for 'Normales', 'Affiliation', and 'Network' categories.
- Suivi Messages:** A table with columns 'Info Tech Com Com.Editeur Com.Annonceur Administratif Autre Total' and rows for 'En Attente' and 'Urgent'.
- Statistiques:** A table with columns 'Jour', 'Impr.', 'Impr. par défaut', 'Clics', 'Tx.Clic', 'Clics par défaut', 'Dbl. Clics', 'Overlay vus', 'Form.', 'Ventes', 'Auto promo', and 'Pourcentage Autopromo'.

- Interface Editeur

Cette interface permet aux éditeurs d'accéder à leur compte pour :

- Gérer les encarts publicitaires de leur site (activation / désactivation de campagnes de publicité, réglage de fréquence d'affichage des campagnes les unes par rapport aux autres...)
- Consulter les statistiques détaillées de chaque encart publicitaire, de chaque campagne...
- Consulter la facturation et les paiements

Capture d'écran de l'interface d'un compte « Editeur »

Statistiques globales - Du 01/11/2006 Au 30/11/2006

Colonnes masquées : | Impr. (en €) | Impr. par défaut | Clics (en €) | Clics par défaut | Overlay vus | Overlay vus /Impr. | Obj. vus (en €) | Dbl. Clics | Double Clics (en €) | Actes Form. - Ventes | Actes valides Form. - Ventes | Actes refusés Form. - Ventes | Formulaires (en €) | Actions (en €) | Auto promo

Campagnes	Impr.	Clics	Tx.Clic	Montant	eCPM
Programmes d'affiliation	2 164 059	20 607	0,95 %	2 021,07	0,93
Campagnes réseaux	677 815	2 959	0,44 %	92,26	0,14
Campagnes media	10 575 707	157 136	1,49 %	12 651,83	1,20
Total	13 417 581	180 702	1,35 %	14 765,16	1,10

- Interface Annonceur

Via l'interface Annonceur, les annonceurs peuvent accéder à leur compte et effectuer les principales fonctions suivantes :

- Programmer et gérer leurs campagnes de publicité en self-service (uniquement les campagnes de type AD-NETWORK ou Programmes d'Affiliation sont possibles en self-service)
- Créditer leur compte par carte bancaire
- Consulter les statistiques de leurs campagnes

Capture d'écran de l'interface d'un compte « Annonceur »

HARRY POTTER 4 - Statistiques Du 15/11/2005 Au 02/12/2006

Colonnes masquées : | Impr. par défaut | Clics par défaut | Overlay vus | Overlay vus /Impr. | Dbl. Clics | Actes Form. - Ventes | Actes valides Form. - Ventes | Actes refusés Form. - Ventes

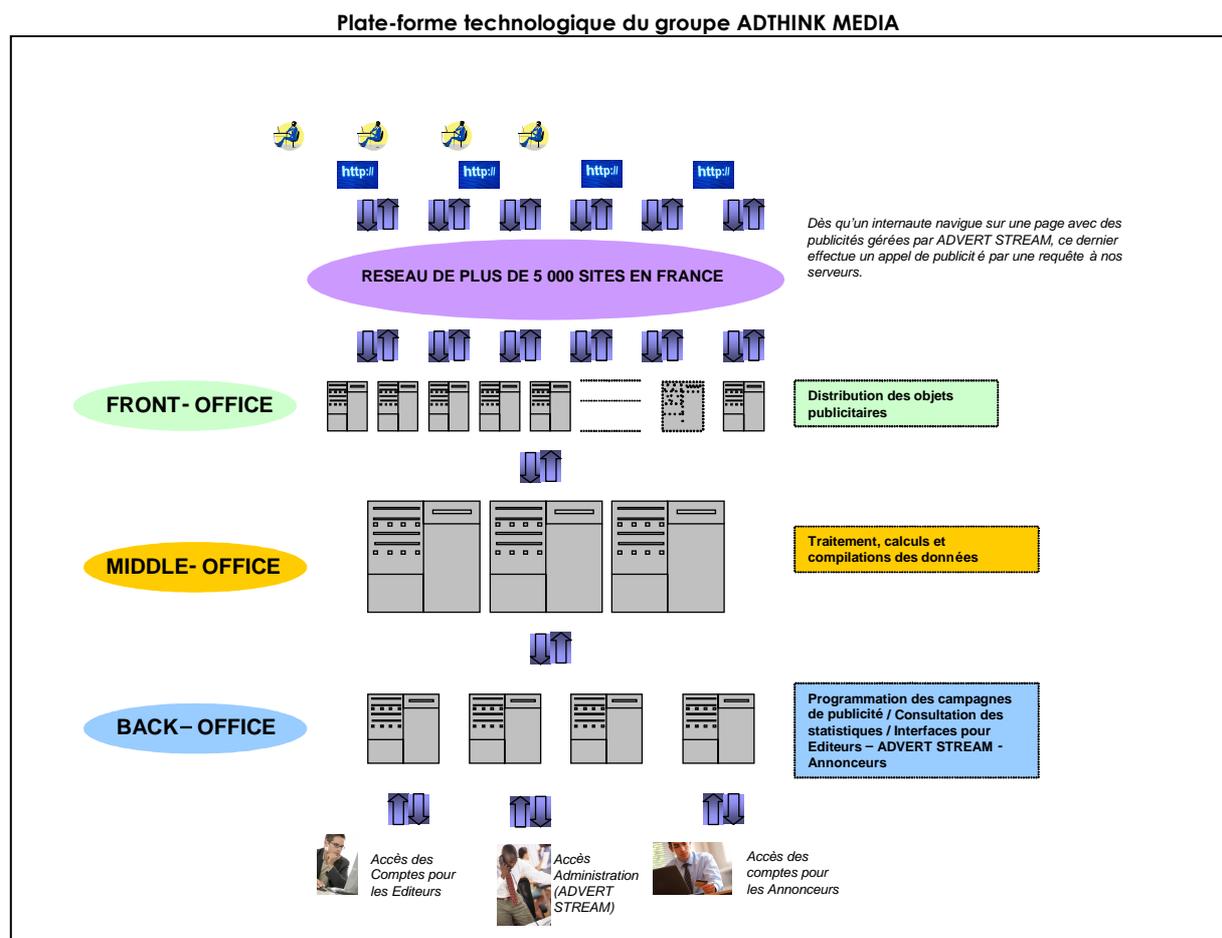
Mois	Impr.	Clics	Tx.Clic
Novembre 2005 (du 15 au 24)	1 752 561	59 994	3,42 %
Total	1 752 561	59 994	3,42 %
Moyenne par mois	137 276	4 699	3,42 %

7.4.1.5 Environnement technologique

Le groupe ADTHINK MEDIA a choisi d'utiliser les technologies « Open Source » qui lui ont permis de développer une plate-forme technologique, système et réseau, robuste et évolutive.

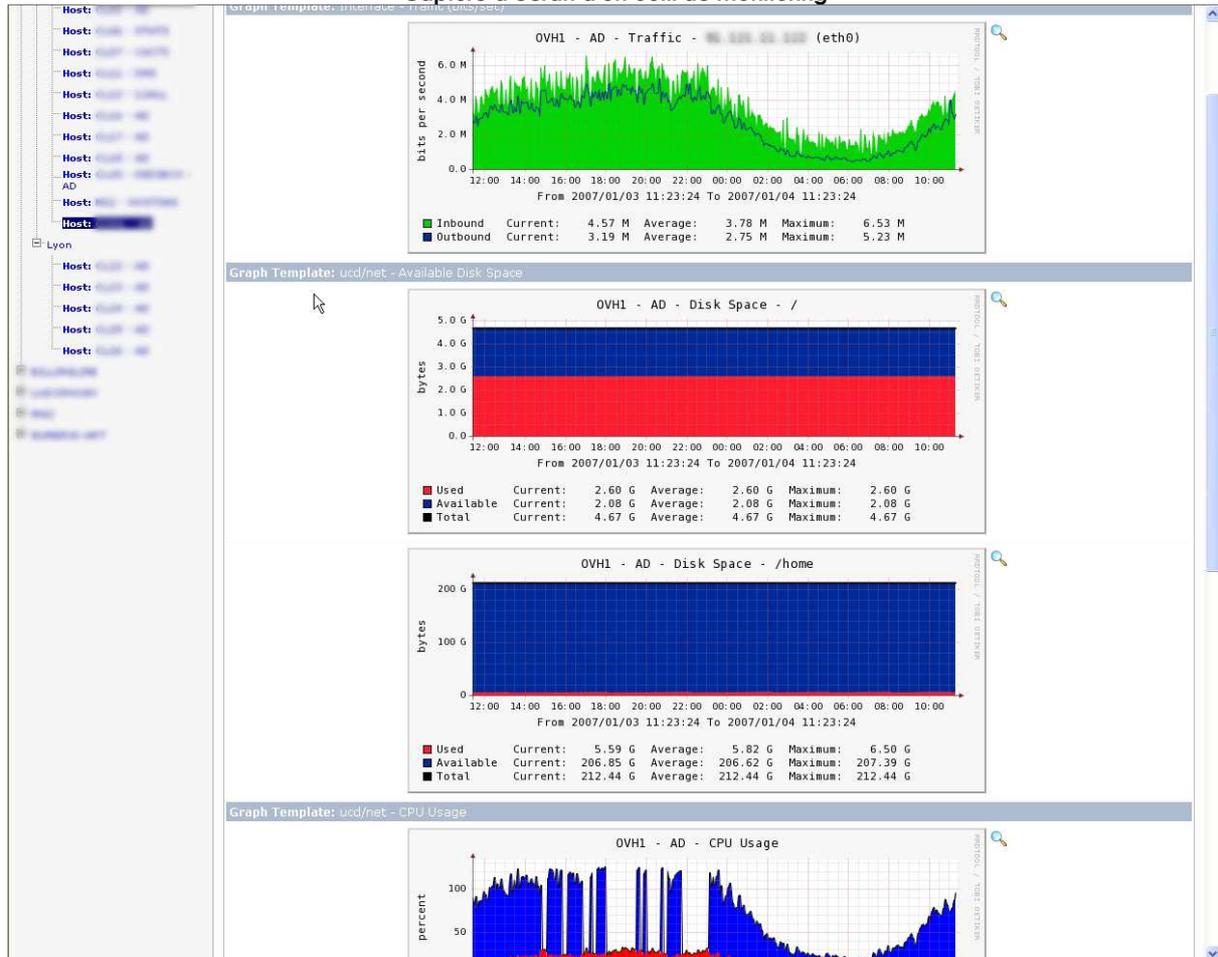
En outre, ADTHINK MEDIA met en œuvre :

- Langage de programmation : PHP
- Système de gestion de bases de données : MySQL
- Système d'exploitation des serveurs : Linux
- Type de serveur web : Apache



ADTHINK MEDIA a mis en place de nombreux outils de contrôle et de surveillance automatisé de son parc de serveurs (le groupe gère un parc de 50 serveurs au 01/01/07) qui lui permettent de suivre l'état de fonctionnement du réseau et des serveurs 24h/24, d'avoir une disponibilité optimisée de ses services et de corriger tout dysfonctionnement avec la meilleure efficacité.

Capture d'écran d'un outil de monitoring



7.4.2 Les offres du pôle Edition

7.4.2.1 L'offre de services de rencontre en ligne

La Société Numerik Art, filiale du groupe ADTHINK MEDIA depuis mi 2006, a été créée en janvier 2004 mais les services de rencontre ont été lancés en version payante fin décembre 2004. En 2 ans, la Société s'est imposée rapidement parmi les leaders des services de Rencontre Webcam en France.

7.4.2.1.1 Une base de profils qualifiés pour un service de rencontre efficace

Chaque inscrit a une fiche qualifiée par une centaine de critères répartis en 12 catégories d'informations :

- Informations civiles (nom, prénom, âge, sexe, adresse, ...) ;
- Annonce texte et vidéo (possibilité d'ajouter une annonce de type vidéo) ;
- Photos (possibilité d'insérer jusqu'à 6 photos) ;
- Description physique (poids, taille, corpulence, beauté, yeux, ...) ;
- Style (coiffure, look en semaine, ...) ;
- Situation personnelle (seul, en co-location, enfants, ...) ;
- Situation professionnelle (études, profession, secteur, revenus...) ;
- Centre d'intérêts (musique, cinéma, peinture, littérature, ...) ;
- Occupations (sport, mer, montage, ...) ;
- Relations avec la politique, la religion, la télévision ... ;
- Ses attentes ;

- Expression libre : la possibilité d'associer des expressions personnelles à sa fiche.

7.4.2.1.2 Un des sites de rencontre internet possédant le plus de fonctionnalités pour trouver l'âme sœur

- Dépôt d'annonce texte, de photos et de vidéo
- Recherche simple, avancée (nombreux critères) et par diaporama (photos)
- Visiochat : Chat par Webcam
- Messagerie
- Autoriser la consultation de ses informations personnelles (photos, ...) uniquement sur demande
- Possibilité de mettre en « favori » ou blacklister des profils
- Connaître les profils ayant visité sa fiche
- Indice d'affinité : une fonctionnalité permettant de calculer l'indice d'affinité entre 2 profils

Capture d'écran d'une page de consultation d'un profil

HOME	EN LIGNE	MESSAGES	RECHERCHE	CHAT WEBCAM
Infos personnelles =>	Messages : 10 [78]	Demandes : 2 [28]	Réponses : 13 [23]	Visiteurs : 845 Favoris : 0 [26]

SUR LE SITE

Choix langue :

Votre pseudo :

Dernière connexion : **03/01/07 19h52**

DECONNEXION

STATISTIQUES

Connectés chat : **84**

Connectés site : **688**

Cette semaine : 85573

Ce mois : 581782

Membres : 1631279

MESSAGES

Messages : 10

Lire mes messages

Messages lus : 29

Envoyer un message

ENTRE NOUS

Ils m'ont vu : 845

Ami(e)s en ligne : 0/27

Je suis leur favori : 47

FONCTIONNALITES

Recherches

Chat webcam

CORRESPONDANCE

Correspondre

Demandes : 10

MON COMPTE

Bienvenue sur la page de STEUPLAI (FRANCE) Indice d'affinité = 58 %

Elle cherche à rencontrer un homme

STEUPLAI

3 photo(s)

Pas de vidéo

Connectée

Chat webcam

Quelques informations :

Son age :	28
Sa passion	NC
Son type de recherche	rencontre amoureuse
Son signe astro	Sagittaire
Son pays	France
Departement	Seine-et-Marne
Sa ville	MELUN

Son annonce texte

Calcul d'affinité par sondage :
Vous n'êtes pas sur la même longueur d'onde [entre 0 et 25%]

Fréquentation du site par steuplai

Janvier 2007						
L	M	M	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Dernière connexion : 4/1/2007
Inscription : 22/10/2006

Astuce : Pour retrouver plus facilement cliquez sur le coeur et retrouvez le dans votre liste de favori.

Communiquer avec

Message	Correspondre	Favori
Fleur	Chat	Blackliste

Pour mieux connaître

<input checked="" type="checkbox"/> Ses centres d'intérêts	<input checked="" type="checkbox"/> Ses occupations
<input checked="" type="checkbox"/> Ses relations avec	<input checked="" type="checkbox"/> Ses attentes
<input checked="" type="checkbox"/> Son apparence	<input checked="" type="checkbox"/> Sa situation

Expression libre...

Mes centres d'intérêt artistiques

LA MUSIQUE

Attrait : J'ai envie de découvrir

Pratique : Je ne pratique pas

Instrument :

Genre : Jazz

Interpretes :

Commentaires :

LE CINEMA

Attrait : J'aime

Genre : Aventure

Films préférés :

Acteurs :

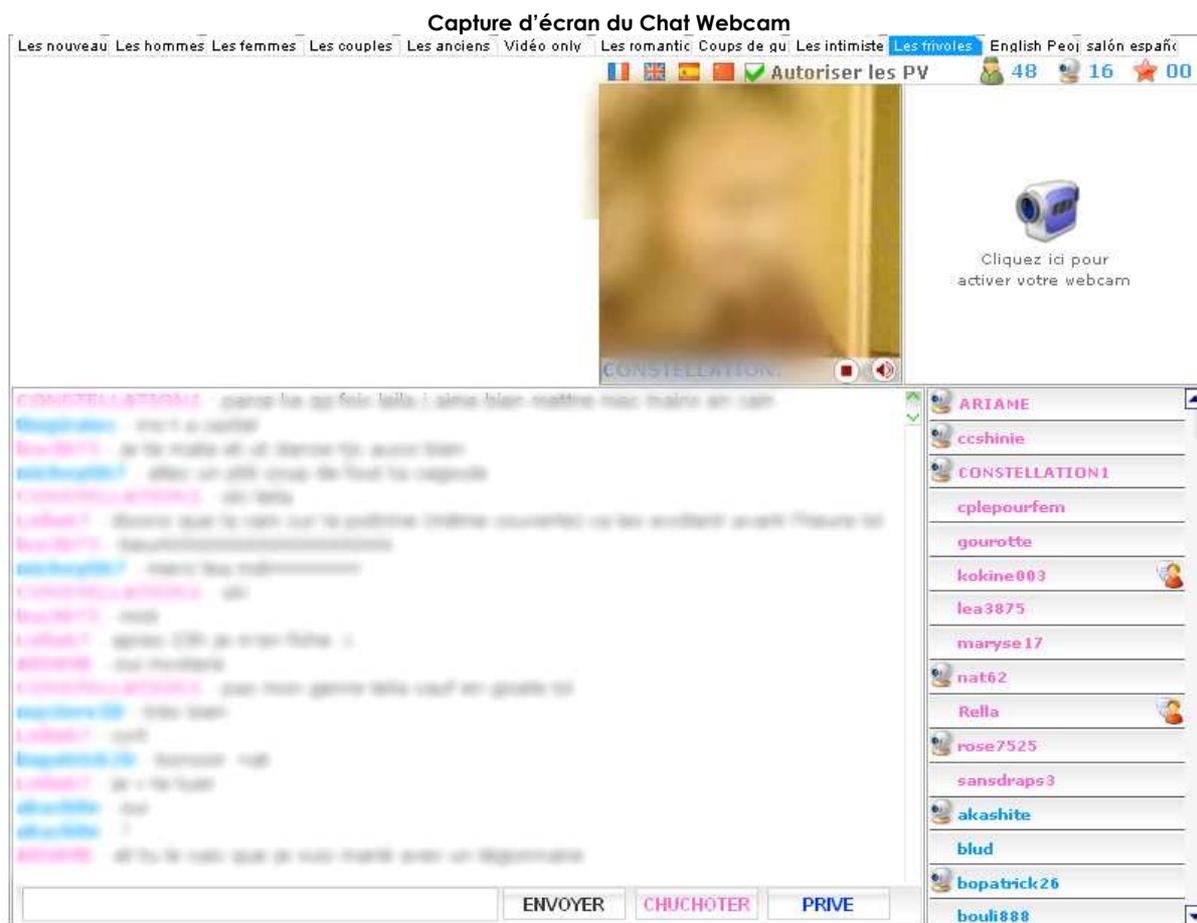
Commentaires :

7.4.2.1.3 Le Visiochat : un Chat Webcam multi-utilisateurs

Développé en interne, le Chat Webcam multi utilisateurs est un des services « phares » de l'activité Rencontre. Il contribue fortement à fidéliser les membres en leur permettant de dialoguer avec de la vidéo et du son, en plus du classique chat par texte.

Les membres dialoguent dans des salles de discussions thématiques mais ils ont également la possibilité de dialoguer dans des salons privés en « one to one ».

Le Chat Webcam est basée sur la technologie Flash (Macromedia Flash) et par conséquent les internautes n'ont pas de logiciels à installer sur leur ordinateur.



7.4.2.1.4 Une charte de sécurité, de modération et de contrôle des informations échangées sur l'ensemble de l'activité

Le groupe ADTHINK MEDIA a mis en œuvre une politique stricte de qualité, de sécurité et de contrôle des informations échangées sur ses services :

- Tous les contenus déposés par les membres (annonces, photos et vidéos) font l'objet d'une validation humaine. Un système de modération évolué permet de garantir aux membres une qualité optimale des profils. Toute fiche, photo, commentaire, ou annonce n'est publié sur le service qu'après avoir été validé par un modérateur.
- Des outils développés par la Société permettent d'analyser les messages échangés à travers la messagerie des sites et de filtrer des messages qui ne correspondraient pas aux critères définis par la charte. Chaque message est scanné par un filtre logiciel avant qu'il n'arrive dans la boîte de messagerie d'un autre membre. Ce scan permet

de masquer les termes interdits mais aussi de masquer les adresses URL ou encore les adresses email... Les mots interdits sont ainsi remplacés par des dièses. Les termes interdits remontent également dans une interface de modération afin qu'un modérateur vérifie qu'il n'y a pas de dérive de la part d'un membre. Le cas échéant, le compte est supprimé.

- Une équipe de modérateurs est présente en permanence sur le Chat Webcam pour veiller au respect de la charte de qualité du service. Ces modérateurs disposent d'outils leur permettant d'agir contre un comportement déviant et ne respectant pas la charte d'utilisation du visiochat.

7.4.2.1.5 Une plate-forme d'affiliation interne www.say.fr permettant de fournir des sites de rencontres clés en main à des partenaires

Possédant des moyens financiers limités à la création, la Société a su se développer via une stratégie commerciale adaptée : l'affiliation en marque blanche. L'affiliation en marque blanche, destinée aux professionnels (sites internet), consiste à fournir des services de rencontre clés en main et personnalisés (logo, couleurs, logo, header, ..) à des partenaires. Ces partenaires perçoivent 60% du Chiffre d'affaires générés par les abonnés en provenance de leurs sites. Ces services d'affiliation sont fournis via une plate-forme d'affiliation propriétaire www.say.fr.

La plate-forme say.fr offre la possibilité à tout webmaster de créer, en quelques minutes, un site de rencontre à ses couleurs et de générer des revenus.

SAY | AFFILIATION RENCONTRE EN MARQUE BLANCHE

HOME NOS CONTENUS SITES REVERSEMENTS INSCRIPTION F.A.Q.

ZONE DE STATISTIQUES

Login

[identifiants égarés ?](#)

LES NEWS

undefined

NOS CONTENUS

SAY.fr fournit à ses partenaires du contenu à très forte valeur ajoutée spécialisé dans la rencontre.

La rencontre en marque blanche

SAY.fr propose 4 sites en marque blanche ! Tout est personnalisable : zone visiteur et zone membre. Vous pouvez aussi intégrer un service de rencontre à très forte valeur ajoutée à vos couleurs afin de proposer un contenu supplémentaire à vos visiteurs.

Expresso

EXPRESSO permet de vendre notre zone membre d'une manière différente, très facilement et très rapidement. Il suffit de sélectionner un site, de créer un tracker (si nécessaire), de sélectionner un mode de vente client (free trial, classique), de récupérer le code de la bannière, de coller le tag dans vos page et c'est fini !

SAY.fr

SAY.fr mise sur la qualité des produits qu'elle édite et qu'elle propose à ses partenaires. Ce positionnement lui permet de garantir des durées moyennes d'abonnement exceptionnelles !

Les thématiques : amour, chat webcam, rencontre amicales, rencontres amoureuses, dialogue, hétéro,

SITES

Sites en marque blanche et site nichés (Derniers sites ajoutés)

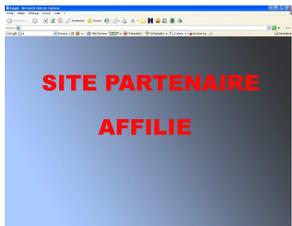
Rencontre-visio.com : nouveau site du module Expresso axé rencontres webcam...

LoveMe.fr : proposez un service de rencontres

MARQUE BLANCHE

Schéma du principe d'affiliation

Le site Partenaire « Affilié » envoie des internautes sur un site de rencontre de Say.fr (site en marque blanche personnalisé aux couleurs du site partenaire ou site Thématique)



SAY.FR reverse 60% du chiffre d'affaires généré par les internautes au site partenaire « affilié »

Une technologie propriétaire

La plate-forme say.fr se compose d'un back-office Editeur et d'un back-office Administrateur.

Le back-office Editeur permet aux partenaires « affiliés » de :

- Gérer leur marque blanche de rencontre en configurant les paramètres disponibles (couleurs, headers, ...)
- Récupérer des éléments marketing dynamiques en marque blanche :
 - Formulaire d'inscription
 - Liste des derniers inscrits
 - Liste des connectés,
 - Boîte de recherche
- Consulter les statistiques détaillées de leurs revenus et des inscrits
- Gérer leur compte (informations personnelles, informations de paiement, ...)

Le back-office Administrateur permet aux équipes Say.fr (dirigeants, commerciaux, ingénieurs, comptabilité, ...) de gérer l'activité d'affiliation de Say.fr :

- Analyse des statistiques globales permettant d'optimiser la performance marketing
- Gestion de la facturation (édition des factures, ...)

Capture d'écran du compte d'un partenaire « Editeur » (Zone Statistiques)

SAY | AFFILIATION RENCONTRE EN MARQUE BLANCHE

> ZONE DE STATISTIQUES HOME C.A. JOUR 202,46 € C.A. MOIS 1 754,72 € NEWS déconnexion

VOTRE COMPTE
 Pseudo :
 ID SAY :
 ID BillingLine :
 Etat : actif

STATISTIQUES
 • Gains
 • Inscriptions

Lu Ma Me Je Ve Sa Di
 20 21 22 23 24 25 26
 27 28 29 30 1 2 3
 4 5 6 7 8 9 10
 11 12 13 14 15 16 17
 18 19 20 21 22 23 24
 25 26 27 28 29 30 31
 1 2 3 4

• Aujourd'hui
 • La journée d'hier
 • Cette semaine
 • Les 7 derniers jours
 • La semaine dernière
 • Ce mois-ci
 • Le mois dernier
 • Flux XML

MARQUE BLANCHE
CONFIGURATION MB
 • Créer un style
 • Gestion des sites
 • Vos sites
 • Créer vos flux XML
MODULES MB
 • Formulaire inscription
 • Boîte connexion

AUJOURD'HUI [Mise à jour toutes les 3 min, dernière à 19h22 CET]

CB	11 essais - 0 suite d'essai - 1 abonnement - 6 rebills - 0 impayé	200,76 €
Dialer	00m00s - 0 connexion - TMC 00m00s	0,00 €
One shot	0 transaction	0,00 €
Parrainage	1 filleul actif	1,70 €
TOTAL :		202,46 €

LA JOURNÉE D'HIER

CB	19 essais - 2 suites d'essai - 3 abonnements - 16 rebills - 0 impayé	558,17 €
Dialer	00m00s - 0 connexion - TMC 00m00s	0,00 €
One shot	0 transaction	0,00 €
Parrainage	1 filleul actif	3,01 €
TOTAL :		561,18 €

CE MOIS-CI [Mise à jour toutes les 3 min, dernière à 19h22 CET]

CB	39 essais - 3 suites d'essai - 10 abonnements - 48 rebills - 0 impayé	1 742,35 €
Dialer	00m00s - 0 connexion - TMC 00m00s	0,00 €
One shot	0 transaction	0,00 €
Parrainage	3 filleuls actifs	12,37 €
BONUS		0,00 €
Total Acquis :		1 754,72 €
Total Prévisionnel :		14 286,62 €

7.4.2.1.6 5 Formules d'abonnement proposées

L'accès à la totalité des services est gratuit pour les femmes (janvier 2007). Pour profiter des services, les hommes doivent souscrire à un abonnement payant.

La Société propose cinq types de formules:

- Offre d'Essai : un accès illimité pendant 3 jours pour 3,95 € TTC
- Offre Découverte : 1 Mois d'accès illimité pour 29,95 € TTC / Mois
- Offre 3 Mois : 19,95 € TTC / Mois (facturé en un paiement de 59,85 € TTC)
- Offre 6 Mois : 14,95 € TTC / Mois (facturé en un paiement de 89,70 € TTC)
- Offre 12 Mois : 9,95 € TTC / Mois (facturé en un paiement de 119,40 € TTC)

Les paiements sont assurés par une Société spécialisée en solutions de paiement sécurisés sur internet : Billing Line TM



Choisissez l'accès qui vous convient le mieux !

ET BÉNÉFICIEZ DE L'ENSEMBLE DE NOS SERVICES
+ CHAT WEBCAM 100 % ILLIMITÉ 24h/24 7j/7

4 PROFILS DE VOTRE RÉGION !

CHOISISSEZ UN ACCES POUR LES REJOINDRE !






CHOISISSEZ VOTRE OFFRE D'ACCES

- Essai : un accès illimité pendant 3 jours pour 3,95 €
- Découverte : 1 mois d'accès illimité pour 29,95 €/mois
- 19,95 €/mois pour 3 mois d'accès illimité**
Soit 33 % de réduction ! Le coup de coeur des membres
- 14,95 €/mois pour 6 mois d'accès illimité**
Soit 50 % de réduction ! Le coup de coeur des membres
- 9,95 €/mois pour 1 an ! Soit 67 % de réduction !

J'ai fait ma sélection

Conditions générales de vente : Pour accéder à notre service et pour maintenir un service de grande qualité, les membres doivent souscrire à un accès payant auprès de la société Billing Line. La nature du service n'apparaît pas sur le relevé de compte bancaire. Les offres confort (3 mois), privilège (6 mois) et premium (1 an) donnent droit à des conditions tarifaires avantageuses. L'offre confort revient à 19,95 € par mois avec un paiement unique de 59,85 euros soit une économie de 33 %. L'offre privilège revient à 14,95 € par mois avec un paiement unique de 89,70 euros soit une économie de 50 %. L'offre premium revient à 9,95 € / mois avec un paiement unique de 119,40 euros. Les accès sont renouvelables pour une durée similaire à la période initialement choisie à l'exception de l'offre d'essai qui devient mensuelle au prix de 29,95 euros par mois. Les membres peuvent stopper leur abonnement à tout moment en cliquant sur le lien 'Gestion de mes accès' situé en bas de page de la zone membre.



LES SERVICES POUR TOUTES NOS OFFRES

- Recherche par **affinités**
- Messages **illimités**
- Certification de **profils**
- Flash messages** illimités
- Espace membre convivial
- Chat Webcam **en duo ou en groupe**
- Envoi de fleurs** pour un premier contact

SÉCURITÉ & CONFIDENTIALITÉ





Cryptage sécurisé 128 bit
Le nom du site n'apparaît pas sur votre relevé bancaire

INFORMATIONS & TELEOPERATIONS

Une hésitation ? un conseil ?
Contactez notre **HOT LINE**
au **08 92 16 00 71***

Du lundi au vendredi de 9h à 10h
et de 13h à 14h - *0,34€/min



PAIEMENT PAR CHEQUE

Bientôt ..
soon ..
prochainement ..

[Vous avez un problème connexion ?]

© Search@you 2004 | Conditions générales d'utilisation | Contact | CNIL

7.4.2.2 L'offre de jeux en ligne avec www.ludokado.com

L'offre de jeux en ligne a été développée en interne par la filiale LUDO FACTORY et finalisée en mai 2006. Elle s'adresse au consommateur final via le site internet LudoKado.com.

LudoKado propose des jeux interactifs aux internautes. Après leur inscription, les joueurs disposent de crédits pour participer à des jeux. A chaque jeu, ils gagnent des points qu'ils peuvent convertir ensuite contre des cadeaux présents dans la boutique. Les points peuvent être gagnés plus ou moins rapidement en fonction de la récurrence de jeu. Pour augmenter leur nombre de points, les joueurs peuvent également acheter des crédits qu'ils utilisent ensuite pour jouer de nouvelles parties.

Le seuil des 100 000 inscrits a été atteint en septembre 2006 et la Société comptait 170 000 inscrits au 10 novembre 2006.



Afin de toucher la plus large population de joueurs, la Société édite des jeux de divers types :

1 – Les jeux de grattage

Les joueurs accumulent des points au fil de leurs parties. Ils ont le choix entre « Grat' Jack », « La Pêche au Trésor » et « Le Filon de la Mine Gelée ». Ces jeux, très simples d'utilisation permettent de satisfaire un grand nombre de joueurs. Pour jouer, il suffit de gratter avec la souris une image pour faire apparaître les points gagnés.

2 – Les jeux d'Instant Gagnant

Les jeux d'Instant Gagnant consistent à faire gagner des lots à chaque fois qu'un nombre d'appels préalablement fixé a été atteint. Exemple : « Jouez pour gagner cette console de jeu XBOX 360 ! Un vainqueur tous les 250 appels ». Les joueurs souhaitant participer à ce jeu sont invités à appeler un numéro de téléphone qui leur précise immédiatement s'ils ont gagné ou perdu. Le nombre d'appels pour gagner un lot n'est pas limité. Chaque appel passé pour remporter un lot peut-être remboursé sur simple demande écrite.

3 – Les jeux de tournois

Les jeux de tournois permettent à des joueurs plus confirmés de s'affronter en duel ou en groupe. Les jeux sont lancés avec une durée de vie limitée. A la fin du jeu, le joueur ayant accumulé le plus de points remporte le tournoi dont la dotation peut-être significative. Aujourd'hui, les joueurs peuvent ainsi s'affronter avec le « Taille Mine » et la « Bataille des 3 pics ».

4 – Autres jeux

Plusieurs jeux en cours de développement viendront compléter le jeu de « L'île au trésor ». Ce dernier propose aux joueurs de découvrir des cases. Sous chaque case se trouve un nombre de points gagnés ou une tête de mort. A chaque case, le joueur peut continuer ou s'arrêter. Il prend donc le risque de tout perdre. Tant qu'il découvre des points, ceux-ci s'accumulent ; s'il découvre une tête de mort tous les points s'annulent.

7.4.2.3 L'offre de services de recherche d'informations avec chercher.org

ADTHINKMEDIA édite, via sa filiale CHERCHER EUROPE, des portails média sur des thématiques fréquemment consultées.

Ainsi le portail « Chercher.org » constitue une porte d'entrée pour les services les plus utilisés par les internautes: météo, programmes TV, actualités généralistes et actualités sportives.

Chercher.org propose aussi une sélection de liens sur les thématiques recherchées.

La filiale CHERCHER EUROPE édite également des portails thématiques destinés à capter un trafic particulier comme Actu Voyance qui concentre des visiteurs intéressés par les arts divinatoires, le portail « Finance » ou « Bien être ». Elle monétise ensuite ce trafic auprès des annonceurs spécialisés dans ce domaine.

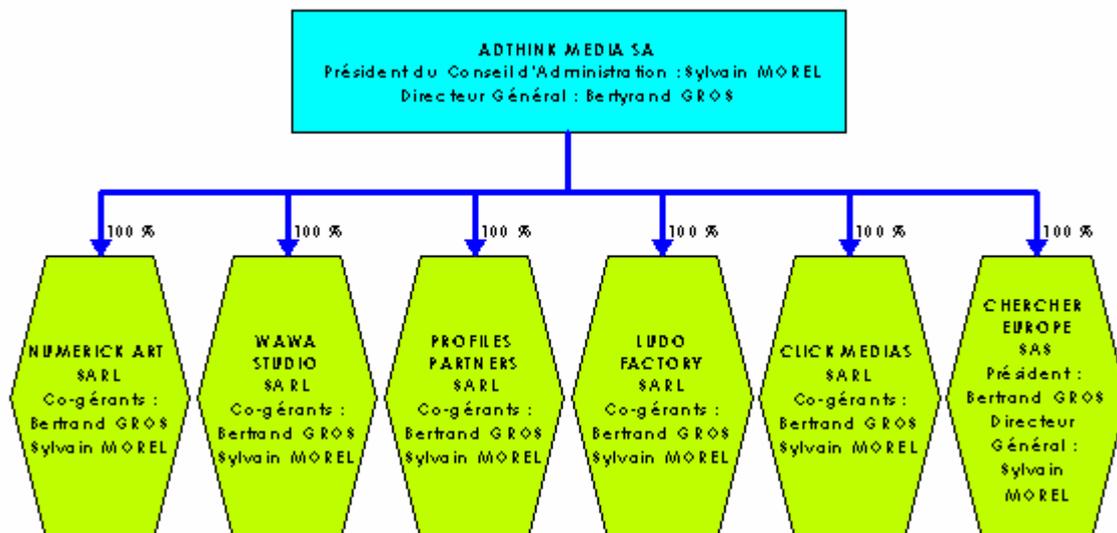
CHERCHER EUROPE a pour but de devenir leader sur chaque portail ce qui lui permettra d'asseoir sa position vis-à-vis des annonceurs concernés.

8 Organigramme

A la date de la présente Offering Circular, le Groupe ADTHINK MEDIA est constitué d'une Société holding détenant 100% de six participations.

Aucune convention de service n'a été signée entre ADTHINKMEDIA et les filiales. Cependant les services généraux pris en charge au niveau de la Société mère sont refacturés aux filiales au prorata de leur Chiffre d'affaires et du nombre de salariés.

Le groupe n'a pas mis en place d'intégration fiscale.



9 Propriétés immobilières, usines et équipements

9.1 Immobilisations corporelles, locaux

ADTHINK MEDIA n'est propriétaire d'aucun bien immobilier.

Un bail commercial désignant les locaux situés 71 rue Mermet, d'une superficie de 368 m² a été signé le 1^{er} janvier 2006 pour une durée de 9 ans avec possibilité pour le preneur de donner congé à l'expiration de chaque période de 3 ans. La charge de loyer s'est élevée à 36 800 € hors taxes sur l'exercice 2006.

9.2 Questions environnementales pouvant influencer l'utilisation faite par l'émetteur de ses immobilisations corporelles

A la connaissance de la Société, il n'existe pas de question environnementale pouvant influencer l'utilisation par la Société de ses immobilisations corporelles.

10 Examen de la situation financière et du résultat

Les commentaires et analyses ci-dessous se fondent sur les informations financières extraites des comptes de résultats consolidés pro forma de ADTHINK MEDIA établis conformément aux principes comptables français au 31 décembre 2005 et 2006, intégrant au premier janvier 2005 les données des Sociétés NUMERIK ART (acquise le 15 juin 2006) et CHERCHER EUROPE (acquise le 29 décembre 2006).

Le lecteur est invité à lire la présentation suivante au regard de l'ensemble du document notamment en tenant compte des informations exposées dans le chapitre 5 « Facteurs de risques ».

Comptes consolidés pro forma

en K€	2006	2005	Pourcentage
Chiffres d'affaires	4 698	1 471	219%
Résultat d'exploitation	860	237	263%
Résultat financier	-10	-5	
Résultat courant	851	233	265%
Résultat exceptionnel	0	0	
Résultat net part du groupe	108	-498	
Résultat des Sociétés intégrées*	876	276	217%
Marge d'exploitation	18,3%	16,1%	13,7%
Marge nette avant amortissement écart acquisition	18,6%	18,8%	
Marge nette	2,3%	négative	

*avant amortissement des écarts d'acquisition

Chiffre d'affaires

Le Chiffre d'affaires pro forma est en très forte croissance en 2006 puisqu'il a été multiplié par plus de trois par rapport à l'exercice 2005.

La totalité du Chiffre d'affaires des deux derniers exercices est réalisé en France.

Le Chiffre d'affaires ne connaît pas de saisonnalité.

Charges d'exploitation

Les charges d'exploitation ont connu sur le dernier exercice une évolution globale inférieure à celle du Chiffre d'affaires.

Les charges de personnel ont diminué de 25% à 22% du Chiffre d'affaires.

Résultat d'exploitation

Le résultat d'exploitation a été multiplié par 3,6 entre 2005 et 2006 pour atteindre 860 k€ sur le dernier exercice soit 18,3 % du Chiffre d'affaires contre respectivement 237 k€ et 16,11% sur l'exercice précédent.

Résultat net

Le calcul de l'impôt sur le bénéfice a conduit à un crédit d'impôt de 25k€ en 2006 et 43k€ pour l'exercice précédent.

L'activité de recherche et développement sur les Sociétés NUMERIK ART et LEAD TRAFIC permet de comptabiliser un crédit d'impôt recherche.

Par ailleurs avec le statut de jeune entreprise innovante, le Groupe bénéficie d'un taux d'impôt réduit.

En 2006, le Groupe a procédé à l'acquisition de NUMERIK ART et de CHERCHER EUROPE. Le total des écarts d'acquisition présentés au bilan consolidé s'élève à 3 847 k€ amortissements. La durée de l'amortissement de l'écart d'acquisition a été fixé à 5 ans et représente 768 k€ en 2006.

Après participation et impôt et avant amortissement des écarts d'acquisition, le résultat net s'est élevé à 108 k€ en 2006 contre une perte de 498 k€ l'exercice précédent.

11 Trésorerie et capitaux

11.1 Capitaux propres du groupe

CAPITAUX PROPRES (k€)	comptes consolidés 2006	comptes consolidés 2005
Capital social	1 056	174
Prime d'émission	1 852	216
Réserves indisponibles	557	74
Report à nouveau	-13	-79
Réserves Groupe	89	
Résultat de l'exercice	239	156
Total Capitaux Propres	3 779	541

L'augmentation des capitaux propres est essentiellement due à l'apport des titres de NUMERIK ART avec une augmentation de capital de 58 k€ et une prime d'émission de 2 942 k€.

FLUX DE TRESORERIE CONSOLIDES (k€)	au 31 décembre 2006
Flux de trésorerie générée par l'activité	631
Flux de trésorerie lié aux opérations d'investissement	-751
Flux de trésorerie lié aux opérations de financement	478
Variation de la trésorerie	358
Trésorerie à l'ouverture	407
Trésorerie à la clôture	764
Incidence de variation de cours des devises	0

Sur l'exercice clos au 31 décembre 2006 :

Les flux de trésorerie d'exploitation sont constitués d'un résultat net de 239k€, d'une marge brute d'autofinancement de 673k€ et d'une hausse du besoin en fonds de roulement de 51k€. Il en résulte un flux de trésorerie générée par l'activité de 631 k€.

Les flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement comprennent des acquisitions d'immobilisations pour 418 k€, des incidences des variations de périmètre de 913 k€ et des dettes sur acquisition de filiales de 580 k€ soit un total de 751 k€.

Les flux de trésorerie liés aux opérations de financement correspondent à des émissions d'emprunts pour un montant de 500 k€ et à des remboursements pour 22 k€.

Le groupe ne dispose pas de découvert ni de lignes de crédit.

11.2 Restrictions éventuelles à l'utilisation des capitaux

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

12 Recherche et développement, brevets et licences

12.1 Politique de recherche et développement

Le Groupe réalise de la Recherche et Développement au travers des Sociétés ADTHINK MEDIA pour le développement et l'amélioration de la plateforme AD-ACCESS, NUMERIK ART pour la mise au point des plateformes d'affiliation et LUDOFACORY pour les solutions de back office de gestion des jeux en ligne.

Les montants consacrés à la Recherche et Développement se sont élevés en 2006 à 330k€ soit 7% du Chiffre d'affaires pro forma.

Pour le développement de sa plate forme publicitaire AD-ACCESS, ADVERTSTREAM a obtenu:

- En 2005, le statut de jeune entreprise innovante par le Ministère de la Recherche
- Fin 2006, le label OSEO Anvar qualifiant la Société d'entreprise innovante dans le cadre des FCPI

L'activité de Recherche et Développement sur ces trois Sociétés a généré un crédit Impôt Recherche total de 316 058 € au 31 décembre 2006 contre 91 281 € au 31 décembre 2005.

12.2 Brevets et licences

La Société, ou le groupe, n'a pas déposé de brevet ou de licence.

Voir chapitre 5.6. Risque lié à la propriété industrielle.

13 Informations sur les tendances

13.1 Principales tendances pouvant affecter les ventes, les coûts et les prix de vente depuis la fin du dernier exercice

Depuis la fin du dernier exercice, ADTHINKMEDIA n'a pas constaté de tendance sensiblement différente ayant affecté les ventes, les coûts et les prix de vente.

13.2 Eléments susceptibles d'influer sur ces tendances

Néant

14 Prévisions ou estimations du bénéfice

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

15 Organes d'administration et de direction

15.1 Dirigeants et administrateurs de la Société

15.1.1 Informations générales relatives aux dirigeants et administrateurs

- Monsieur Sylvain Morel

Nommé administrateur dans les statuts constitutifs du 27 avril 2001 et Président du Conseil d'Administration lors du Conseil d'Administration de la même date, il a été renouvelé sans discontinuité dans ses fonctions d'administrateur et pour la dernière fois lors de l'assemblée générale du 27 avril 2005 pour une durée venant à expirer lors de l'assemblée générale qui statuera sur les comptes de l'exercice clos au 31 décembre 2010.

- Monsieur Bertrand Gros

Nommé administrateur dans les statuts constitutifs du 27 avril 2001 et Directeur général par le Conseil d'administration de la même date, il a été renouvelé sans discontinuité dans ses fonctions d'administration et pour la dernière fois lors de l'assemblée générale du 27 avril 2005 pour une durée venant à expirer lors de l'assemblée générale qui statuera sur les comptes de l'exercice clos au 31 décembre 2010.

- Monsieur Marc Lavigne Delville

Nommé administrateur lors de l'assemblée générale mixte du 15 juin 2006, en remplacement de Madame Nathalie Gros, pour une durée venant à expirer lors de l'assemblée générale qui statuera sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2010

15.1.2 Autres mandats sociaux et fonctions exercées

Mandats exercés au cours des cinq dernières années En dehors de la Société et de ses filiales.	Depuis septembre 2006
Sylvain Morel	Gérant de la Société Civile Leromys (1)
Bertrand Gros	Gérant de la Société civile ALV Participations (2)
Marc Lavigne Delville	Gérant de la Société civile LD Invest (3)

(1) la Société civile Leromys est la holding patrimoniale de Sylvain MOREL.

(2) la Société civile ALV Participations est la holding patrimoniale de Bertrand GROS.

(3) la Société civile LD Invest est la holding patrimoniale de Marc Lavigne Delville.

15.1.3 Biographie des dirigeants et administrateurs

Sylvain MOREL (29 ans) : Fondateur – Président du Conseil d'Administration

Manifestant très tôt un intérêt pour la création d'entreprise et passionné de technologie, Sylvain Morel fonde la Société ADVERTSTREAM pendant sa dernière année d'étude d'ingénieur. En 2001, il obtient le diplôme de l'école CPE à Lyon avec une spécialisation dans les technologies Internet.

Bertrand GROS (43 ans) : Fondateur – Directeur Général

Diplômé DECF et DESCF, Bertrand GROS débute sa carrière en cabinet d'audit et de comptabilité. De 1992 à 2000, il mène des projets de création d'entreprise dans l'agro-alimentaire et l'édition de logiciel.

En 2000, attiré par la nouvelle économie, il fonde la Société ADVERT STREAM avec Sylvain MOREL.

Marc LAVIGNE DELVILLE (35 ans) : Administrateur – Directeur du pôle Edition

Diplômé de l'EFAP, Marc LAVIGNE DELVILLE débute dans la communication et intègre le Groupe Bouygues Télécom.

Séduit par le développement d'Internet, il s'inscrit à la formation de chef de projet Internet à l'école Gobelins et crée la Société NUMERIK ART Société d'édition intégrée au Groupe ATHINKMEDIA en 2006 par voie d'apport de titres

A la date du présent document, à la connaissance de la Société, aucune de ces personnes n'a fait l'objet d'une condamnation pour fraude, d'incrimination ou de sanction publique officielle, ou n'a été associée à une faillite, à une mise sous séquestre ou à une liquidation au cours des cinq dernières années.

15.2 Conflits d'intérêt au niveau des organes d'administration, de direction et de surveillance et de la direction générale

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

Les rapports spéciaux du commissaire aux comptes sur les conventions réglementées figurent au paragraphe 21.2.4

16 Rémunérations et avantages

16.1 Rémunérations des administrateurs et dirigeants

Au titre des exercices 2005 et 2006, le total avant impôts des rémunérations versées et des avantages en nature octroyés par la Société ont été les suivants (en €) :

Nom	Fonction	2006	2005	Rémunération conditionnelle ou différée
Sylvain Morel	Président	76933	52000	Néant
Bertrand Gros	Directeur général	78445	38000	Néant
Marc Lavigne Delville	Administrateur	58500	22000	néant
	Total	213878	112000	

16.2 Sommes provisionnées ou constatées par l'émetteur et ses filiales aux fins du versement de pensions, de retraites ou d'autres avantages

Néant.

17 Fonctionnement des organes d'administration et de direction

17.1 Date d'expiration des mandats des administrateurs

Voir paragraphe 15.1.

17.2 Contrats entre les administrateurs et la Société ou ses filiales

Marc Lavigne a signé le 14 juin 2006 un contrat de travail à durée indéterminée en qualité de Directeur du pôle Edition avec la Société ADTHINK MEDIA.

A la connaissance de la Société, il n'existe pas en dehors de ce contrat de contrat de service liant les administrateurs à la Société et prévoyant l'octroi d'avantages.

Les rapports spéciaux du commissaire aux comptes sur les conventions réglementées figurent aux paragraphes 21.

17.3 Comité d'audit et des rémunérations

La Société n'a pas mis en place de comité d'audit ni de comité de rémunération.

17.4 Gouvernement d'entreprise

Les statuts de la Société ne prévoient pas la nomination de censeurs.

La Société ne dispose ni d'administrateur indépendant ni de comité spécialisé.

En matière de gouvernement d'entreprise, la Société est en train de mener une réflexion sur les dispositions qui pourraient être prises et en particulier sur la nomination d'administrateurs indépendants.

17.5 Contrôle interne

Le Groupe a prévu de mettre en place un processus de contrôle interne courant 2007.

18 Salariés

18.1 Effectifs

L'effectif du Groupe ADTHINK MEDIA est encore modeste avec 22 salariés au 31 décembre 2006 contre 7 en 2005.

L'âge moyen de l'équipe est inférieur à 30 ans et la Société n'a connu aucun départ depuis sa création.

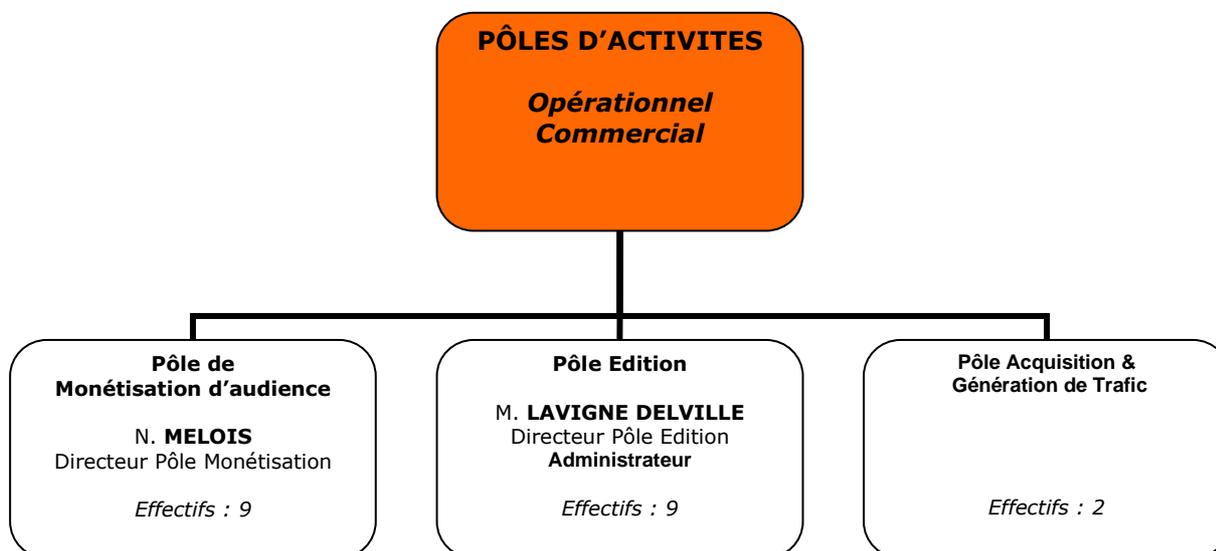
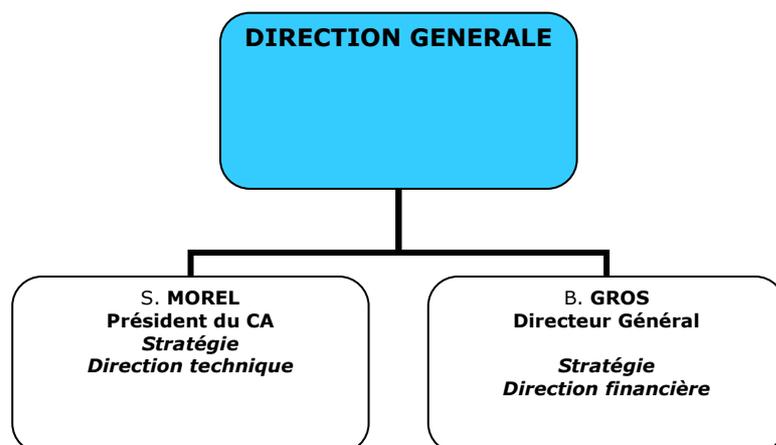
L'équipe technique qui regroupe la recherche et développement et la production est la plus conséquente avec la moitié des ressources.

REPARTITION DES EFFECTIFS

Direction Générale	2
Marketing & Commercial	7
Technique – Production - Recherche Développement	12
Administratif – Comptabilité – Finance	1
Total des effectifs	22

18.2 Organisation

L'organigramme fonctionnel est construit à partir des trois pôles d'activité.



18.3 Participation des membres de la direction au capital

A actualiser après opération de placement privé

Nom	nombre actions	nombre droits de vote	% actions	% droits de vote
Sylvain MOREL	500	1 000	0,01%	0,02%
Leromys (1)	1 029 500	1 029 500	27,47%	24,26%
Bertrand GROS	500	1 000	0,01%	0,02%
ALV participations (2)	1 029 500	1 029 500	27,47%	24,26%
Marc LAVIGNE DELVILLE	500	500	0,01%	0,01%
LD Invest (3)	219 500	219 500	5,86%	5,17%
TOTAL	2 280 000	2 281 000	60.84%	53.75%

(1) la Société civile Leromys est la holding patrimoniale de Sylvain MOREL.

(2) la Société civile ALV Participations est la holding patrimoniale de Bertrand GROS.

(3) la Société civile LD Invest est la holding patrimoniale de Marc LAVIGNE DELVILLE.

18.4 Participation des salariés au capital

Un plan d'options de souscription d'actions a été mis en place par l'Assemblée Générale du xxx avril 2007. Dans ce cadre, le Conseil d'Administration peut attribuer à certains cadres et dirigeants du Groupe des options de souscription d'actions au prix de l'augmentation de capital réalisée dans le cadre du placement privé, pour un montant total maximum de 2% du capital post-opération.

18.5 Contrats de participation et d'intéressement

Néant

19 Principaux actionnaires

19.1 Actionnaires significatifs non représentés au conseil d'administration

A actualiser après opération de placement privé

Les investisseurs financiers historiques détiennent au 9 mars 2007 29.31% du capital.

Nom	nombre actions	nombre droits de vote	% actions	% droits de vote
Rhône Alpes Création	419 000	592 000	11,18%	13,95%
Banque Populaire Création	419 000	592 000	11,18%	13,95%
FIP Rhône Alpes PME	109 500	109 500	2,92%	2,58%
FIP Bourgogne Franche comté	151 000	151 000	4,03%	3,56%
TOTAL	1 098 500	1 444 500	29,31%	34,04%

19.2 Contrôle de la Société

Aucun actionnaire ne détient individuellement le contrôle de la Société.

Par ailleurs un droit de vote double a été attribué lors de l'AG du XXX avril 2007 aux titres détenus depuis plus de deux ans.

Tableau actualisé à intégrer après opération de placement privé

19.3 Accords pouvant entraîner un changement de contrôle

Il a été mis fin au Pacte d'Actionnaires du 12 décembre 2003 et ses deux avenants ultérieurs par un avenant emportant résiliation anticipée en date du 9 mars 2007, sous conditions

suspensives de la décision d'admission d'Euronext et de la réalisation définitive d'une augmentation de capital de 5 millions d'€ minimum.

Une convention de vote est actuellement en cours de négociation avec les actionnaires financiers.

19.4 Etat des nantissements d'actions

Nom	nombre actions	nantissement
Sylvain MOREL	500	néant
Leromys	1 029 500	néant
Bertrand GROS	500	néant
ALV participations	1 029 500	néant
Nathalie GROS	500	néant
Bruno MAISONNIER	128 500	néant
Dominique BOUILLOT	20 000	néant
M. CHAZELLE		néant
Infranext	220 000	néant
M. LAVIGNE	500	néant
LD Invest	219 500	néant
Rhône Alpes Création	419 000	néant
Banque Populaire Création	419 000	néant
FIP Rhône Alpes PME	109 500	néant
FIP Bourgogne Franche comté	151 000	néant
TOTAL	3 747 500	

Il n'existe pas, à la connaissance de la Société, d'autre accord dont la mise en œuvre pourrait entraîner un changement de son contrôle.

20 Conventions réglementées

Rapport spécial du Commissaire aux Comptes sur les conventions réglementées

Exercice clos le 31 décembre 2006

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre Société, nous devons vous présenter un rapport sur les conventions réglementées dont nous avons été avisés. Il n'entre pas dans notre mission de rechercher l'existence éventuelle de telles conventions.

Nous vous informons qu'il ne nous a été donné avis d'aucune convention soumise aux dispositions de l'article L.225-38 du Code de commerce.

Villeurbanne, le 16 février 2007
Le Commissaire aux Comptes
DELOITTE ASSOCIES
Dominique VALETTE

21 Informations financières concernant le patrimoine, la situation financière et les résultats du groupe

21.1 Comptes consolidés annuels au 31 décembre 2005 et 2006

21.1.1 Bilans consolidés annuels au 31 décembre 2005 et 2006

BILAN ACTIF	au 31/12/2006			au 31/12/2005
	Montant brut	Amortissements Provisions	Montant net	
Ecart d'acquisition	3 846 691	306 242	3 540 449	
IMMOBILISATIONS INCORPORELLES				
Concessions, brevets et marques	560 883	223 313	337 570	97 140
Fonds commercial	16 000		16 000	
Autres immobilisations incorporelles	45 500		45 500	
IMMOBILISATIONS CORPORELLES				
autres immobilisations corporelles	165 087	54 968	110 119	16 284
IMMOBILISATIONS FINANCIERES				
Autres titres immobilisés	170		170	170
Autres immobilisations financières	10 300		10 300	4 316
ACTIF IMMOBILISE	4 644 631	584 523	4 060 108	117 910
Avances, acomptes sur commandes	4 204		4 204	
Clients	735 522	4 526	730 996	371 020
Actifs d'impôts différés	8 556		8 556	
Autres créances	453 079		453 079	95 091
Autres valeurs mobilières	211 731		211 731	355 276
Disponibilités	554 446		554 446	60 685
Charges constatées d'avance	95 371		95 371	9 074
ACTIF CIRCULANT	2 062 909	4 526	2 058 383	891 146
TOTAL GENERAL	6 707 540	589 049	6 118 491	1 009 056
BILAN PASSIF			au 31/12/2006	au 31/12/2005
Capital social			1 055 550	174 141

Prime d'émission	1 852 134	215 817
Réserves réglementées	556 518	74 244
Réserves groupe	88 942	-981
Report à nouveau	-12 536	-79 028
Résultat du groupe	238 782	156 448
CAPITAUX PROPRES	3 779 390	540 641
Provisions pour risques	23 806	23 806
PROVISIONS RISQUES ET CHARGES	23 806	23 806
Emprunts obligataires convertibles	152 154	151 023
Emprunts, dettes auprès établissements de crédit	545 201	21 685
Emprunts et dettes financières divers	54	2 054
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	363 763	125 323
Dettes fiscales et sociales	607 086	131 442
Dettes sur immobilisations	480 000	
Autres dettes	167 037	13 082
DETTES ET REGULARISATIONS	2 315 295	444 609
TOTAL GENERAL	6 118 491	1 009 056

21.1.2 Comptes de résultats consolidés annuels au 31 décembre 2005 et 2006

COMPTE DE RESULTAT	au 31/12/2006	au 31/12/2006 pro forma	au 31/12/2005 pro forma
Production vendue de services France	2 049 867	2 036 316	1 290 925
Production vendue de services Export	1 474 124	2 661 430	180 290
CHIFFRE D'AFFAIRES NET	3 523 991	4 697 746	1 471 215
Production immobilisée	330 157	330 157	102 552
Reprises amortissements, provisions, transfert	5 631	6 591	11 208
Autres produits	32 203	32 211	23 663
PRODUITS D'EXPLOITATION	3 891 982	5 066 705	1 608 638
Autres achats et charges externes	2 567 678	2 982 421	893 438
Impôts taxes et versements assimilés	31 246	32 931	3 986
Salaires et traitements	656 318	776 214	282 199
Charges sociales	114 495	251 608	83 518
Dotations amortissements immobilisations	151 913	156 976	81 411
Dotations provisions sur actif circulant	3 313	3 313	1 212
Dotations provisions risques et charges			23 806
Autres charges	2 808	3 138	1 731

CHARGES D'EXPLOITATION**3 527 771****4 206 601****1 371 301**

RESULTAT D'EXPLOITATION	364 211	860 104	237 337
Produits des autres valeurs mobilières			25
Autres intérêts et produits assimilés	4 327	4 327	1 577
Produits nets/cessions valeurs mobilières	883	883	
PRODUITS FINANCIERS	5 210	5 210	1 602
Intérêts et charges assimilées	13 622	14 781	6 202
Différences négatives de change			2
CHARGES FINANCIERES	13 622	14 781	6 204
RESULTAT FINANCIER	-8 412	-9 571	-4 602
RESULTAT COURANT AVANT IMPÔTS	355 799	850 533	232 735
Impôts dus sur les bénéfices	-174 669	-16 628	-43 149
Impôts différés sur les bénéfices	-8 556	-8 556	
RESULTAT DES SOCIETES INTEGREES	539 024	875 717	275 884
Dotation amortissement écarts d'acquisition	300 242	768 138	774 138
RESULTAT D'ENSEMBLE CONSOLIDE	238 782	107 579	-498 254
RESULTAT GROUPE	238 782	107 579	-498 254

21.1.3 Tableau de variation des capitaux propres**TABLEAU DE VARIATIONS DES CAPITAUX PROPRES**

	Contribution Groupe	Intérêts hors Groupe	TOTAL
--	--------------------------------	---------------------------------	--------------

Comptes consolidés au 31/12/2007

Capitaux propres N-2			
Variation de capital			
Dividendes versés de la Société mère			
Dividendes reçus et versés des autres entreprises			
RESULTAT N-1			
Ecart de conversion			
Réévaluations			
Variation de pourcentage d'intérêt et périmètre			
Autres variations			
CAPITAUX PROPRES N-1	540 641		540 641
Variation de capital	881 409		881 409

Dividendes versés de la Société mère			
Dividendes reçus et versés des autres entreprises			
RESULTAT N	238 782		238 782
Ecart de conversion			
Réévaluations			
Variation de pourcentage d'intérêt et périmètre			
Autres variations	2 118 558		2 118 558
CAPITAUX PROPRES N	3 779 390		3 779 390

21.1.4 Tableau consolidé des flux de trésorerie

TABLEAU DE FLUX DE TRESORERIE CONSOLIDE

Comptes consolidés au 31/12/2007

Résultat net des Sociétés intégrés	238 782	
Elimination des charges et produits sans incidence sur la trésorerie ou non liée à l'activité		
Amortissements et provisions	442 910	
Variation des impôts différés	-8 556	
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité		
sur avances et acomptes fournisseurs	-4 204	
sur clients	-402 288	
sur autres créances	-357 988	
sur régularisation actif	-86 297	
sur dettes fournisseurs	280 752	
sur dettes fiscales et sociales	475 644	
sur autres dettes financières	-2 000	
sur autres dettes financières	53 955	
Flux net de trésorerie généré par l'activité		630 710
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement		
Acquisition d'immobilisation	-417 836	
Dettes sur acquisition de filiales	580 000	
Incidence des variations de périmètres	-913 364	
Flux net de trésorerie lié aux opérations d'investissement		-751 200
Flux de trésorerie lié aux opérations de financement		
Emissions d'emprunts	500 000	
Remboursements d'emprunts	-21 859	
Flux de trésorerie lié aux opérations de financement		478 141
Variations de trésorerie		357 651
Trésorerie d'ouverture	406 813	
Trésorerie de clôture	764 464	

21.1.5 Méthodes comptables et notes explicatives

Annexe aux comptes consolidés au 31 décembre 2006

1 - PRESENTATION ET FAITS SIGNIFICATIFS DE L'EXERCICE

Le groupe ADVERT STREAM exerce ses diverses activités dans le secteur de l'Internet. Elle a trois pôles d'activités:

- Monétisation d'audience (Régie)
- Edition de contenu (Edition de sites)
- Acquisition et génération de trafic (Référencement)

La société ADVERT STREAM, immatriculée le 22 mai 2001, est devenue société mère du Groupe ADVERT STREAM lors de l'acquisition le 23 septembre 2005 des sociétés à responsabilité limitée CLICK MEDIA, LEAD TRAFIC, TRADE PARTNER et WEB PUB, sociétés de référencement payant.

Le 15 juin 2006 puis le 29 décembre 2006, le Groupe s'est enrichi de deux sociétés, la SARL NUMERIK ART, société d'édition de sites de rencontre tout d'abord, puis la SAS CHERCHER EUROPE, société d'édition d'un portail d'information.

Toutes les acquisitions portent sur l'ensemble des parts ou actions de ces sociétés.

Pour permettre une comparaison et donner une vision économique réaliste de l'activité du Groupe, des comptes de résultat pro forma pour les années 2005 et 2006 ont été établis à périmètre et méthodes de consolidation identiques à ceux retenus au 31 décembre 2006 en intégrant l'activité de l'ensemble des sociétés sur une année complète.

Les modalités d'établissement de ces comptes pro forma, sont précisées au paragraphe 6 de l'annexe.

L'exercice 2006 se solde par un bénéfice d'ensemble consolidé de 238 782 €, après amortissement d'un écart d'acquisition 300 242 euros en 2006.

Les comptes de résultat pro forma présentent un total de produits d'exploitation de 5066705 euros en 2006 contre 1 608458 euros en 2005.

Le résultat pro forma des sociétés intégrées, avant amortissement de l'écart d'acquisition, s'élève à 875 717 euros en 2006, contre 275 794 euros en 2005.

Le résultat d'ensemble consolidé pro forma s'élève en 2006 à 107 579 euros après amortissement de l'écart d'acquisition pour 768 138 euros, et à - 498 344 euros en 2005, après amortissement de l'écart d'acquisition pour 774138 euros.

2 - PRINCIPES, REGLES ET METHODES COMPTABLES

2.1 Première consolidation

L'exercice 2006 constitue le premier exercice de réalisation des comptes consolidés par le groupe ADVERT STREAM.

Les comptes consolidés 2005, non audités, ont été réalisés selon les mêmes méthodes et sont donc valablement présentés en comparaison.

2.2 Référentiel de consolidation

Les comptes consolidés du groupe sont établis en conformité avec les principes comptables généralement admis en France, et notamment avec l'arrêté du 22 juin 1999 homologuant le règlement 99-02 du Comité de la Réglementation Comptable (CRC).

2.3 Méthodes de consolidation

Les filiales contrôlées directement par ADVERT STREAM ou indirectement par le biais d'autres filiales sont consolidées selon la méthode de l'intégration globale.

Les participations dans les entités sous contrôle conjoint sont comptabilisées selon la méthode de l'intégration proportionnelle.

Les participations dans les entreprises associées, dans lesquelles ADVERT STREAM exerce une influence notable sont comptabilisées selon la méthode de la mise en équivalence. L'influence notable est présumée lorsque la société mère détient directement ou indirectement par le biais de filiales 20 % ou plus des droits de vote dans l'entreprise détenue

2.4 Dates de clôture et durées des exercices des sociétés consolidées

Les sociétés sont consolidées sur la base de leurs comptes sociaux arrêtés au 31 décembre de chaque année.

Les sociétés acquises au cours de l'exercice sont consolidées à compter de leur prise de contrôle.

2.5 Imposition différée

Certains décalages d'imposition dans le temps peuvent dégager des différences temporaires entre la base imposable et le résultat consolidé avant impôt.

Le calcul de l'impôt différé est effectué par entité fiscale et selon la méthode du « report variable », tous les décalages temporaires étant retenus.

Des situations nettes actives d'impôts différés sont constatés dès lors que ces créances d'impôts sont récupérables avec suffisamment de certitude.

2.6 Opérations et comptes réciproques

Les opérations internes ainsi que les comptes réciproques entre les sociétés consolidées sont éliminés.

2.7 Ecart d'acquisition

L'écart d'acquisition résulte de la différence entre le coût d'acquisition, coûts annexes inclus, des titres des sociétés consolidées et la part du Groupe dans leurs capitaux propres à la date d'acquisition.

Les écarts d'acquisition constatés lors de l'entrée des sociétés CLICK MEDIA, LEAD TRAFIC, TRADE PARTNER et WEB PUB le 23 septembre 2005 ont été portés en totalité en écart d'acquisition et amortis sur l'exercice compte tenu de leur caractère non significatif.

Dans le cadre de l'apport des droits sociaux de la société NUMERIK ART à la société ADVERT STREAM intervenu au 15 juin 2006, la valeur de ces titres, frais compris, a été évaluée à 3 016 500 €.

Cette valeur a été établie par application au chiffre d'affaires réalisé en 2006 d'un coefficient multiplicateur de 2.

Cette valorisation, établie par comparaison avec d'autres sociétés similaires, est aussi fondée sur le potentiel commercial que représente la base d'adresses e-mail exploitée par le groupe.

La juste valeur des actifs et passifs de la société NUMERIK ART au 15 juin 2006, s'élèvent à

14.078 €.

L'écart d'acquisition s'élève donc à 3 002 422 €.

Par ailleurs, les titres de la société CHERCHER EUROPE ont été acquis le 29 décembre 2006 pour un montant de 991 300 euros, incluant le complément de prix de 480 000 basé sur le chiffre d'affaires mensuel prévisionnel sur 24 mois.

L'hypothèse la plus haute soit 20k€ par mois a été retenue.

Ce complément de prix est comptabilisé en dettes sur immobilisations.

La juste valeur des actifs et passifs de la société CHERCHER EUROPE au jour de l'acquisition s'élèvent à 253 030 euros, mais il a été convenu qu'une distribution de dividendes de 100 000 euros interviendrait en 2007 au bénéfice de l'associé cédant.

Cette somme est donc imputée dans les comptes consolidés comme une dette vis à vis d'un tiers, et la juste valeur des actifs et passifs considérés s'élèvent donc après cette imputation à 153 030 euros.

L'écart d'acquisition s'élève donc à 838 270 euros.

Le total des écarts d'acquisition présentés au bilan consolidé se décompose donc comme suit:

Ecart d'acquisition sur acquisitions du 23 septembre 2005	6 000 €
Ecart d'acquisition sur échange de titres NUMERIK ART	3 002 422 €
Ecart d'acquisition sur acquisition tirs CHERCHER EUROPE	838 270 €

Ecart d'acquisition total **3 846 691 €**

2.8 Amortissement de l'écart d'acquisition

Compte tenu des éléments utilisés pour la valorisation de la société NUMERIK ART, un examen approfondi de la durée de validité et des possibilités d'exploitation des adresses e-mail de la base évoquée ci-dessus a été effectué.

A la suite de cette analyse, la durée de l'amortissement de l'écart d'acquisition a été fixée à 5 ans.

De la même manière et par assimilation, l'amortissement de l'écart d'acquisition constaté lors de l'acquisition le 29 décembre 2006 de la société SAS CHERCHER EUROPE a été fixé à la même durée.

Lorsqu'il existe des indices montrant qu'un actif a pu perdre de la valeur, il est procédé au calcul de la valeur d'utilité du bien. Cette dernière est comparée à la valeur de l'actif du bilan afin de déterminer le montant de la provision pour dépréciation.

3 METHODES D'EVALUATION ET DETAILS

3.1 Immobilisations

Immobilisations incorporelles

Le Groupe engage des dépenses de développement dans le but de développer les logiciels très spécifiques à l'activité de la société.

Ces dépenses de développement sont inscrites à l'actif immobilisé des comptes annuels par le biais de la production immobilisée dès lors que la faisabilité technique nécessaire à

l'achèvement de l'immobilisation incorporelle est démontrée, que l'immobilisation incorporelle générera très probablement des avantages économiques futurs et que l'entreprise a la capacité d'évaluer de manière fiable les dépenses attribuables à l'immobilisation incorporelle au cours de son développement.

Les frais de développement comprennent uniquement des salaires, appointements et autres coûts annexes du personnel affecté au développement, à l'exclusion de toute charge indirecte.

Ils font l'objet d'un amortissement linéaire sur trois ans.

Les logiciels acquis par la société sont amortis en linéaire sur une période de un à trois ans.

Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont amorties linéairement sur leur durée d'utilisation économique estimée.

Les durées d'amortissement généralement retenues sont les suivantes:

Matériel de bureau et informatique	3 à 5 ans linéaire
Mobilier	5 ans linéaire

3.2 Participations, autres titres immobilisés, valeurs mobilières de placement

La valeur brute est constituée par le coût d'achat hors frais accessoires. Lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur brute, une provision pour dépréciation est constituée du montant de la différence.

3.3 Crédit impôt recherche

Le Groupe ADVERTSTREAM effectue des dépenses de recherche et développement et peut donc bénéficier du crédit d'impôt recherche.

Les dépenses prises en compte dans le calcul sont les rémunérations, charges sociales obligatoires comprises des chercheurs et techniciens affectés à la création des logiciels internes.

Les dépenses de fonctionnement sont évaluées forfaitairement à 75% des dépenses de personnel précitées, conformément à la législation en vigueur.

Au 31 décembre 2006, la créance envers l'Etat s'élève à 316058 € contre 91 281€ au 31 décembre 2005.

3.4 Créances

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

Les « créances clients et comptes rattachés » s'élèvent au 31 décembre 2006 à 730996 € contre 371 020 € au 31 décembre 2005.

Elles ont une échéance de moins d'un an, à l'exception d'une créance douteuse de 5 412€ entraînant la comptabilisation d'une provision pour un montant de 4 526 €.

Le poste « Autres créances » s'élève au 31 décembre 2006 à 453079 € et correspond principalement aux créances envers l'Etat liées aux crédits d'impôt recherche pour un total de 316 k€, et aux taxes sur le chiffre d'affaires pour 137 k€.

Ces autres créances ont une échéance inférieure à un an pour 418 k€, et de trois ans pour 35 k€.

En effet, les créances de crédit d'impôt recherche sont remboursables dans l'hypothèse où la société ne pourrait les imputer sur l'impôt sur les bénéfices supporté au titre des trois années suivant celle de leur constatation.

Toutefois, les sociétés LEAD TRAFIC et NUMERIK ART compte tenu de leur statut d'entreprises nouvelles et ADVERT STREAM pour les créances relatives à 2004 et 2005, bénéficient d'un remboursement immédiat pour un montant total de 281 k€.

3.5 Capitaux propres

Opérations de l'exercice sur le capital social de l'entreprise consolidante :

Le capital de la société ADVERT STREAM s'élevait au 31 décembre 2005 à 174 141 € et était constitué de 5 277 actions de 33€ de valeur nominale.

En date du 15 juin 2006, il a été décidé une augmentation de capital de 58 080 € en rémunération de l'apport des actions de la société NUMERIK ART, au moyen de la création de 1760 actions nouvelles de 33 € chacune. Il a également décidé d'augmenter le capital de 823 329 € pour le porter à 1 055 550 € par l'incorporation d'une somme prélevée sur le compte « Primes d'émission ».

La valeur nominale des 7 037 actions existantes est ainsi passée de 33 € à 150 €.

Les mouvements de l'exercice sur les postes de capitaux propres s'analysent comme suit:

	31/12/2005	Augmentations	Diminutions	31/12/2006
Capital social	174141	881 409		1 055 550
Prime d'émission	215817	2941 920	1 305 603	1 852134
Réserves indisponibles	74244	482 274		556518
Report à nouveau	-79 029	66 492		-12 537
Réserves groupe	-981	89 923		88 942
Résultat 2005	156 448		156 448	0
Résultat 2006		238 782		238 782

3.6 Provisions pour risques et charges

Une provision pour risques a été constituée au 31/12/2005 et maintenue au bilan au 31/12/2006, concernant les éditeurs indépendants de sites Internet.

3.7 Emprunts, dettes auprès des établissements de crédit

Le poste « Emprunts et dettes auprès d'établissement de crédit » s'élève au 31 décembre 2006 à 545 201€ contre 21 685€ au 31 décembre 2005.

Ce poste correspond principalement à deux emprunts d'un montant total de 425 000 € contractés pour une durée de 5 ans auprès de la Banque Rhône Alpes et la Banque Populaire pour l'acquisition des titres de la SAS CHERCHER EUROPE fin décembre 2006.

3.8 Dettes fournisseurs et comptes rattachés

Les « dettes fournisseurs et comptes rattachés » s'élèvent au 31 décembre 2006 à 363 763 € contre 125323 € au 31 décembre 2005. Ce poste a une échéance inférieure à un an.

3.9 Dettes fiscales et sociales

Les dettes fiscales et sociales ont toutes une échéance inférieure à un an au 31 décembre 2006 et s'analysent comme suit:

- Personnel et comptes rattachés pour 104744 €
- Organismes sociaux pour 102 705 €
- Etat, taxes sur le chiffre d'affaires pour 235 772 €
- Etat, impôt sur les bénéfices pour 144 195 €
- Etat, taxes à payer pour 19 670 €

3.10 Autres Dettes et Dettes sur immobilisations

Le poste « Autres dettes» a une échéance inférieure à un an et correspond à des dettes envers des tiers pour un montant de 167 037€ au 31 décembre 2006.

Les dettes sur immobilisations correspondent au complément de prix des titres de la SAS Chercher Europe pour un montant de 480 000 € remboursable sur 24 mois.

3.11 Indemnités de départ à la retraite

Il a été dérogé à la méthode préférentielle énoncée par le règlement CRC 99-02 et par l'avis n097-06 du CNC qui préconise la comptabilisation et l'inscription en annexe des engagements de retraite. En effet aucune provision pour charge n'a été comptabilisée à la clôture de l'exercice; compte tenu de la faible ancienneté des salariés, de leur taux de rotation, et de l'âge moyen, son montant est estimé non significatif.

3.12 Reconnaissance du chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires du groupe est généré différemment en fonction des trois pôles d'activité

Pôle Monétisation

Le chiffre d'affaires réalisé au sein du pôle Régie résulte d'un contrat de vente d'espace publicitaire entre l'annonceur et la régie Advert Stream.

L'annonceur envoie un ordre d'insertion pour commander l'espace publicitaire dont il a besoin. Cet ordre d'insertion précise les caractéristiques de sa campagne.

Une facture est émise pour le montant de l'ordre d'insertion en fin de mois.

Pôle Edition de contenu

Le chiffre d'affaires réalisé dans le secteur de la rencontre est constitué d'un abonnement mensuel payé par carte bleue.

Ces services proposés aux clients constituant une prestation continue dans le temps, le chiffre d'affaires est reconnu prorata temporis sur une base journalière.

Ainsi, à la clôture, la quote-part d'abonnements donnant accès au site Internet sur l'exercice suivant est constaté en produits constatés d'avance.

A l'inverse, la société enregistre une charge constatée d'avance correspondant à la quote-part des commissions reversées aux affiliés concernant l'exercice suivant. Ces régularisations de clôture étant non matérielles au 31.12.2006" elles n'ont pas été comptabilisées.

Le chiffre d'affaires réalisé dans le secteur du jeu est constitué majoritairement par des versements audiotel.

Pôle acquisition et génération de trafic

Le chiffre d'affaires réalisé dans le secteur du référencement est constitué par le montant de l'achat des mots clé sur les plates formes de liens sponsorisés auxquels sont ajoutés les 15% de

marge, et facturés aux clients tous les mois.

3.13 Informations sectorielles

Le chiffre d'affaires consolidé au 31 décembre 2006 soit 3523991 euros se répartit selon les trois pôles d'activités décrits ci-dessus de la manière suivante:

Monétisation / Régie	Edition	Acquisition de trafic	TOTAL
1 283 362 36.42%	1 120 112 31.79%	1 120 517 31.80%	3 523 991 100.00%

3.14 Charges constatées d'avance

Les charges constatées d'avance s'élèvent à 95k€ au 31 décembre 2006.

25 k€ correspondent à des ajustements classiques de charges d'exploitation.

Un poste de 70k€ regroupe l'ensemble des frais supportés par la société dans le cadre de l'admission directe des actions constituant le capital de la société sur le marché Alternext sans offre publique

Les frais afférents feront l'objet d'une imputation directe sur la prime d'émission constatée lors de la réalisation de l'opération.

4 ENGAGEMENTS HORS BILAN

4.1 Engagements donnés:

Emprunt, garantis par des sûretés réelles

Gage d'un compte d'instrument financier pour 40 000 €

Nantissement des actions de la SAS CHERCHER EUROPE

4.2 Engagements reçus:

Garantie de passif

225 000 €

4.3 Obligations convertibles:

L'Assemblée générale extraordinaire du 25 novembre 2005 a décidé l'émission d'un emprunt obligataire d'un montant de 150 272 € divisé en 587 obligations convertibles en actions de préférence de catégorie B, de valeur nominale 256€.

Ces obligations ont été souscrites par plusieurs investisseurs spécialisés dans le capital risque, et produisent un intérêt fixe au taux annuel de 5% payable semestriellement à terme échu.

L'emprunt obligataire est souscrit pour une durée expirant le 30/06/09.

La conversion interviendra sur une base d'une action de préférence B de la société de 33 € de valeur nominale pour une obligation convertie.

5 INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES

5.1 Preuve d'impôt

Résultat consolidé avant impôt

56k€

Retraitement du résultat ADVERT STREAM, non soumis à l'IS

95k€

Retraitement crédit impôt recherche 2006 et IFA

34k€

Résultat consolidé retraité	184k€
Charge théorique d'impôt	61k€
Crédit impôt recherche NUMERIK ART et LEAD TRAFIC	- 224k€
Impact de l'impôt au taux réduit	- 21 k€
Charge d'impôt effective	- 183k€

5.2 Effectifs

L'effectif au 31 décembre 2006 s'élève à 21 personnes dont 13 cadres.

5.3 Rémunérations allouées au cours de l'exercice aux organes d'administration et de direction

. Organes d'administration:

Néant

. Organes de direction

Cette information, au demeurant non significative pour la compréhension des comptes, n'est pas fournie car elle conduirait indirectement à indiquer des rémunérations individuelles.

5.4 Plus values latentes sur valeurs mobilières

Les plus values latentes attendues sur les SICAV en portefeuille au 31 décembre 2006 ne sont pas significatives compte tenu du caractère à court terme de ces placements.

6 ETABLISSEMENT DES COMPTES DE RESULTAT PRO FORMA 2005 ET 2006

Afin de donner une image réelle de l'activité du Groupe, des comptes de résultats pro forma 2005 et 2006 ont été établis à périmètre et méthodes de consolidation identiques à ceux retenus au 31 décembre 2006 en intégrant l'activité de l'ensemble des sociétés sur une année complète.

6.1 Retraitements concernant la société NUMERIK ART en 2005 et 2006

L'entrée de la société NUMERIK ART dans le périmètre de consolidation a eu lieu au 15 juin 2006.

Afin de permettre la comparabilité des comptes et donner l'image de la réalité économique du Groupe, les comptes de résultats pro forma intègrent cette société au 1er janvier 2005 et reprennent les comptes sociaux de la structure sur une année entière en 2005 et 2006 (opérations réciproques annulées depuis cette date).

Les comptes de la société NUMERIK ART arrêtés au 31 décembre 2005 ont une durée d'exercice exceptionnelle de 24 mois.

Les comptes de la société ont donc été retraités de manière extracomptable afin d'inclure le résultat correspondant uniquement à la période du 1er janvier au 31 décembre 2005.

Sur la base d'une situation arrêtée au 31.12.2004, les comptes de la société NUMERIK ART ont ainsi été ramenés à une période de douze mois.

Au 31.12.2004, les capitaux propres s'élèvent à -10 931 €, compte tenu de la perte de 18 931€.

Ce résultat est affecté en report à nouveau dans les comptes consolidés pro forma 2005.

. Prise en compte d'un an d'amortissement de l'écart d'acquisition :

L'écart d'acquisition, étudié précédemment aux paragraphes 2.6 et 2.7 de cette annexe, est amorti sur cinq ans. L'annuité d'amortissement est prise en compte dans le compte de résultat pro forma 2005 comme dans celui de 2006 pour un montant annuel de 600 484 euros.

6.2 Retraitements des comptes sociaux de la société CHERCHER EUROPE en 2005 et 2006

L'entrée de cette société dans le périmètre de consolidation a eu lieu au 29 décembre 2006.

Les comptes de résultats consolidés pro forma intègrent cette société au 1er janvier 2005. Les comptes sociaux de cette société retraités sont donc repris dans leur intégralité dans les comptes de résultats pro forma et les opérations réciproques sont annulées sur la totalité de "exercice.

. Retraitements des comptes sociaux de la société CHERCHER.EUROPE :

Retraitements des montants de rémunérations et d'impôt sur les bénéfices :

En 2005, l'activité de la société Chercher Europe est exercée sous la forme d'une entreprise individuelle.

Au 1er juillet 2006, la société est transformée en SARL puis le 22 décembre 2006 en SAS.

Pour permettre la comparabilité des comptes, le compte de résultat de l'entreprise individuelle au 31 décembre 2005 a été retraité du montant estimé de la rémunération normale de l'exploitant, soit 80.000 euros charges sociales comprises, et de l'impôt sur les sociétés calculé sur le résultat retraité.

De la même manière, le compte de résultat au 31 décembre 2006 est retraité principalement d'une charge de rémunération de 80 000 euros, charges sociales comprises et de l'impôt sur les sociétés pour un montant de 158k€.

. Prise en compte d'un an d'amortissement de l'écart d'acquisition :

L'écart d'acquisition, étudié précédemment aux paragraphes 2.6 et 2.7 de cette annexe, est amorti sur cinq ans. Une annuité d'amortissement est prise en compte dans le compte de résultat pro forma 2005 comme dans celui de 2006, soit annuellement un montant de 167.654€.

LISTE DES ENTREPRISES CONSOLIDEES

GRUPE ADVERT STREAM	71 RUE F.MERMET 69160 TASSIN	43773376900024	100%	I.G.
SAS CHERCHER EUROPE	71 rue F.MERMET 69160 TASSIN	49126967600012	100%	I.G.
SARL CLICK MEDIA	24 RUE L.BLANC 75010 PARIS	47904852200011	100%	I.G.
SARL LEAD TRAFIC	21 RUE DE FECAMPS 75012 PARIS	47904858900010	100%	I.G.

SARL NUMERIK ART	71 rue F.MERMET 69160 TASSIN	5149269800019	100%	I.G.
SARL TRADE PARTNER	174 av R.SALENGRO VILLEURBANNE	7904892800010	100%	I.G.
SARL WEB PUB	7 place du 11 nov. 1918 BOBIGNY	47909885700010	100%	I.G.

CREANCES PAR ECHEANCE

NATURE	Montant total	Montant à un an au plus	Montant à plus d'un an et 5 ans au plus	Montant à plus de cinq ans
Avances, acomptes sur commande	4 204	4 204		
Clients	735 522	730 110	5 412	
Actifs d'impôts différés	8 556	8 556		
Autres créances	453 079	418 174	34 905	
TOTAL	1 201 361	1 161 044	40 317	

DETTES FINANCIERES PAR ECHEANCE

NATURE	Montant total	Montant à un an au plus	Montant à plus d'un an et 5 ans au plus	Montant à plus de cinq ans
Emprunts obligataires convertibles	152 154	1 882	150 272	
Emprunts dettes établissements de crédit	545 201	118 233	426 968	
Emprunts et dettes financières	54	54		
TOTAL	697 409	120 169	577 240	

TABLEAU DES IMMOBILISATIONS

RUBRIQUES	Début d'exercice	Acquisition	Cession	Variation de périmètre	Autres	Fin d'exercice
Frais d'établissement	241				- 241	
Concessions brevets et marques	189 599	354 307		16 977		560 883
Fonds commercial				16 00		16 000
Autres immobilisations incorporelles				45 500		45 500

Immobilisations incorporelles	189 840	354 307		78 477	- 241	622 383
-------------------------------	---------	---------	--	--------	-------	---------

TABLEAU DES IMMOBILISATIONS (SUITE)

RUBRIQUES	Début d'exercice	Acquisition	Cession	Variation de périmètre	Autres	Fin d'exercice
Constructions						
Autres immobilisations corporelles	42 880	105 711		16 496		165 087
Immobilisations corporelles	42 880	105 711		16 496		165 087

TABLEAU DES IMMOBILISATIONS (SUITE)

RUBRIQUES	Début d'exercice	Acquisition	Cession	Variation de périmètre	Autres	Fin d'exercice
Titres de participation						
Créances sur participations						
Autres titres immobilisés	170					170
Autres immobilisations financières	4 320	5 980				10 300
Immobilisations financières	4 490	5 980				10 470

TOTAL GENERAL	237 210	465 998		94 973	- 241	797 940
---------------	---------	---------	--	--------	-------	---------

TABLEAU DES AMORTISSEMENTS

RUBRIQUES	Début d'exercice	Dotations	Reprises	Variation de périmètre	Autres	Fin d'exercice
Frais d'établissement	241				- 241	
Concessions brevets et marques	92 459	127 107		3 747		223 313
Immobilisations incorporelles	92 700	127 107		3 747	- 241	223 313

TABLEAU DES AMORTISSEMENTS (SUITE)

RUBRIQUES	Début d'exercice	Dotations	Reprises	Variation de périmètre	Autres	Fin d'exercice
Constructions						

Autres immobilisations corporelles	26 595	24 808		3 565		54 968
Immobilisations corporelles	26 595	24 808		3 565		54 968

TOTAL GENERAL	119 295	151 915		7 312	- 241	278 281
---------------	---------	---------	--	-------	-------	---------

TABLEAU DES PROVISIONS

RUBRIQUES	Début d'exercice	Dotations	Reprises	Variation de périmètre	Autres	Fin d'exercice
Clients	1 213	3 313				4 526
Créances	1 213	3 313				4 526

TABLEAU DES AMORTISSEMENTS (SUITE)

RUBRIQUES	Début d'exercice	Dotations	Reprises	Variation de périmètre	Autres	Fin d'exercice
Provisions pour risques	23 806					23 806
Risques et charges	23 806					23 806

TOTAL GENERAL	25 019	3 313				28 332
---------------	--------	-------	--	--	--	--------

21.2 Comptes sociaux annuels au 31 décembre 2005 et 2006

21.2.1 Bilans sociaux annuels au 31 décembre 2005 et 2006

ACTIF

Rubriques	31/12/2006			31/12/2005
	Montant Brut	Amortissements	Net	
Capital souscrit non appelé				
<i>IMMOBILISATIONS INCORPORELLES</i>				
Frais d'établissement				
Frais de recherche et développement				
Concessions, brevets et droits similaires	310 029	175 281	134 748	97 140
Fonds commercial				
Autres immobilisations incorporelles				

Avances, acomptes sur immo. incorporelles				
<i>IMMOBILISATIONS CORPORELLES</i>				
Terrains				
Constructions				
Installations techniques, matériel, outillage				
Autres immobilisations corporelles	78 129	20 112	58 017	15 567
Immobilisations en cours				
Avances et acomptes				
<i>IMMOBILISATIONS FINANCIERES</i>				
Participations par mise en équivalence				
Autres participations	4 019 800		4 019 800	12 000
Créances rattachées à des participations	30 000		30 000	
Autres titres immobilisés	170		170	170
Prêts				
Autres immobilisations financières	9 660		9 660	3 680
ACTIF IMMOBILISE	4 447 787	195 392	4 252 395	128 557
<i>STOCKS ET EN-COURS</i>				
Matières premières, approvisionnements				
En-cours de production de biens				
En-cours de production de services				
Produits intermédiaires et finis				
Marchandises				
Avances et acomptes versés sur commandes	4 204		4 204	
<i>CREANCES</i>				
Créances clients et comptes rattachés	365 836	4 526	361 310	296 264
Autres créances	143 377		143 377	8 328
Capital souscrit et appelé, non versé				
<i>DIVERS</i>				
Valeurs mobilières de placement	191 391		191 391	355 277
(dont actions propres:)				
Disponibilités	207 173		207 173	60 687
<i>COMPTES DE REGULARISATION</i>				
Charges constatées d'avance	91 988		91 988	8 032
ACTIF CIRCULANT	1 003 968	4 526	999 443	728 588
Charges à répartir sur plusieurs exercices				

Primes de remboursement des obligations				
Ecart de conversion actif				
TOTAL GENERAL	5 451 756	199 918	5 251 838	857 145

PASSIF

Rubriques	31/12/2006	31/12/2005
Capital social ou individuel (dont versé: 1 055 550)	1 055 550	174 141
Primes d'émission, de fusion, d'apport	1 852 134	215 817
Ecart de réévaluation (dont écart d'équivalence:)		
Réserve légale		
Réserves statutaires ou contractuelles		
Réserves réglementées (dont rés. Provo fluctuation cours)	556 518	74 244
Autres réserves (dont achat œuvres originales artistes)		
Report à nouveau	(12 536)	(79 029)
RESULTAT DE L'EXERCICE (bénéfice ou perte)	290 994	66 493
Subventions d'investissement		
Provisions réglementées		
CAPITAUX PROPRES	3 742 660	451 666
Produits des émissions de titres participatifs		
Avances conditionnées		
AUTRES FONDS PROPRES		
Provisions pour risques	23 806	23 806
Provisions pour charges		
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES	23 806	23 806
DETTES FINANCIERES		
Emprunts obligataires convertibles	152 154	151 023
Autres emprunts obligataires		
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	436 600	11 849
Emprunts et dettes financières divers (dont empr. participatifs)		2 000
A van ces et acomptes reçus sur commandes en cours		
DETTES D'EXPLOITATION		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	204 741	116 179
Dettes fiscales et sociales	211 823	87 485
DETTES DIVERSES		
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés		
Autres dettes	480 054	13 137
COMPTES DE REGULARISATION		
Produits constatés d'avance		
DETTES	1 485 371	381 673
Ecart de conversion passif		
TOTAL GENERAL	5 251 838	857 145

21.2.2 Compte de résultats sociaux annuels au 31 décembre 2005 et 2006

Rubriques	France	Exportation	31/12/1006	31/12/1005
Ventes de marchandises				
Production vendue de biens				
Production vendue de services	1 368 163	373 499	1 741 661	587 389
CHIFFRES D'AFFAIRES NETS	1 368 163	373 499	1 741 661	587 389
Production stockée				
Production immobilisée			116 280	102 552
Subventions d'exploitation				
Reprises sur amortissements et provisions, transferts de charges			5 631	490
Autres produits			30 958	3 411
PRODUITS D'EXPLOITATION			1 894 530	693 841
Achats de marchandises (y compris droits de douane)				
Variation de stock (marchandises)				
Achats de matières premières et autres approvisionnements (et droits de douane)				
Variation de stock (matières premières et approvisionnements)				
Autres achats et charges externes			1 131 058	385 042
Impôts, taxes et versements assimilés			20 894	2 130
Salaires et traitements			372 831	138 568
Charges sociales			96 641	20 113
<i>DOTATIONS D'EXPLOITATION</i>				
Sur immobilisations : dotations aux amortissements			96 193	72 956
Sur immobilisations : dotations aux provisions				
Sur actif circulant: dotations aux provisions			3 313	1 213
Pour risques et charges: dotations aux provisions				23 806
Autres charges			2253	565
CHARGES D'EXPLOITATION			1723 183	644 392
RESULTAT D'EXPLOITATION			171 347	49 449
<i>OPERATIONS EN COMMUN</i>				
Bénéfice attribué ou perte transférée				
Perte supportée ou bénéfice transféré				
<i>PRODUITS FINANCIERS</i>				
Produits financiers de participations				
Produits des autres valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé				

Autres intérêts et produits assimilés	4 327	1 578
Reprises sur provisions et transferts de charges		
Différences positives de change		
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement	883	
PRODUITS FINANCIERS	5 210	1 578
Dotations financières aux amortissements et provisions		
Intérêts et charges assimilées	10 623	3 704
Différences négatives de change		
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement		
CHARGES FINANCIERES	10 623	3 704
RESULTAT FINANCIER	(5 414)	(2 126)
RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS	165 933	47 323

Produits exceptionnels sur opérations de gestion		20 320
Produits exceptionnels sur opérations en capital		
Reprises sur provisions et transferts de charges		
PRODUITS EXCEPTIONNELS		20 320
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion		1 150
Charges exceptionnelles sur opérations en capital		
Dotations exceptionnelles aux amortissements et provisions		
CHARGES EXCEPTIONNELLES		1 150
RESULTAT EXCEPTIONNEL		19 170
Participation des salariés aux résultats de l'entreprise		
Impôts sur les bénéfices	(125 061)	
TOTAL DES PRODUITS	1 899 739	715 739
TOTAL DES CHARGES	1 608 746	649 246
BENEFICE OU PERTE	290 994	66 493

21.2.3 Méthodes comptables et notes explicatives

Les conventions générales comptables ont été appliquées dans le respect du principe de prudence, conformément aux hypothèses de base: continuité de l'exploitation, permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre, indépendance des exercices, conformément aux règles générales d'établissement et de présentation des comptes annuels.

La méthode de base retenue pour l'évaluation des éléments inscrits en comptabilité est la

méthode des coûts historiques. Les principales méthodes utilisées sont les suivantes :

IMMOBILISATIONS

Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont amorties linéairement sur leur durée d'utilisation économique estimée. La valeur brute est constitué par le coût d'achat hors frais accessoires.

Les durées d'amortissement généralement retenues sont les suivantes :

- Matériel de bureau et informatique 3 à 4 ans
- Mobilier 5 ans

Immobilisations incorporelles

La société engage des dépenses de développement dans le but de développer des logiciels très spécifiques à leur activité.

Ces dépenses de développement sont inscrites à l'actif immobilisé par le biais de la production immobilisée dès lors que leur faisabilité technique nécessaire à l'achèvement de l'immobilisation incorporelle est démontrée, que l'immobilisation incorporelle générera très probablement des avantages économiques futurs et que l'entreprise a la capacité d'évaluer de manière fiable les dépenses attribuables à l'immobilisation incorporelle au cours de son développement.

Les frais de développement comprennent uniquement des salaires, appointements et autres coûts annexes du personnel affecté au développement, à l'exclusion de toute charge indirecte.

Ils font l'objet d'un amortissement linéaire sur trois ans.

Les logiciels acquis par la société sont amortis en linéaire sur une période de trois ans.

Mission de Présentation des Comptes Annuels

PARTICIPATIONS ET AUTRES TITRES IMMOBILISES ET VMP

Historiquement, la valeur brute était constituée par le coût d'achat hors frais accessoires. Depuis le règlement CRC 2004-06 sur l'évaluation, la définition et la comptabilisation des actifs, les frais accessoires sont intégrés.

Dans le cadre de l'apport des droits sociaux de la société NUMERIK ART à la société Advert Stream intervenu au 15 juin 2006, la valeur de ces titres, frais compris, a été évaluée à 301 6500 euros.

Cette valeur a été établie par application au chiffre d'affaires réalisé en 2006 d'un coefficient multiplicateur de 2.

Cette valorisation, établie en comparaison avec d'autres sociétés similaires, est aussi fondée sur le potentiel commercial que représente la base d'adresses e-mail exploitée par le groupe. Ces apports ont été rémunérés par des actions de la société Advert Stream (voir capitaux propres).

Par ailleurs, les titres de la société CHERCHER EUROPE ont été acquis le 29 décembre 2006 pour un montant de 991 300 euros, incluant un complément de prix éventuellement dû de 480 000 euros.

L'évaluation du complément de prix est basée sur le chiffre mensuel prévisionnel sur 24 mois, l'hypothèse la plus haute plafonnée à 20k€ par mois a été retenue.

Lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur brute, une provision pour dépréciation est constituée du montant de la différence.

EMPRUNT OBLIGATAIRE CONVERTIBLE EN ACTION

L'assemblée générale extraordinaire du 25 novembre 2005 a décidé l'émission d'un emprunt obligataire d'un montant nominal de 150 272 €, divisé en 587 obligations convertibles en actions de préférence de catégorie B, de valeur nominale 256 €.

Ces obligations ont été souscrites par plusieurs investisseurs spécialisés dans le capital risque, et produisent un intérêt fixe au taux annuel de 5%, payable semestriellement à terme échu.

L'emprunt obligataire est souscrit pour une durée expirant le 30 juin 2009.

La conversion interviendra sur une base d'une action de préférence B de la société de 33 € de valeur nominale pour une obligation convertie.

Au 31 décembre 2006, le montant des intérêts provisionnés est de 1 881,60

CREDIT D'IMPOT RECHERCHE

La société effectue des dépenses de recherche et développement et peut donc bénéficier du crédit d'impôt recherche.

Les dépenses prises en compte dans le calcul sont les rémunérations, charges sociales obligatoires comprises des chercheurs et techniciens affectés à la création des logiciels internes.

Les dépenses de fonctionnement sont évaluées forfaitairement à 75 % des dépenses du personnel précité, conformément à la législation en vigueur.

Au 31 décembre 2006, la créance envers l'Etat s'élève à 126 186 €. En ce qui concerne les années 2004, 2005 et 2006, et a été en totalité comptabilisée sur l'exercice 2006.

Cette créance a une échéance inférieure à un an pour 91 281 € et de trois ans pour 34 905 €. En effet, les créances de crédit d'impôt recherche sont remboursables dans l'hypothèse où la société ne pourrait les imputer sur l'impôt sur les bénéfices supporté au titre des trois années suivant celle de leur constatation.

Compte tenu de son statut de jeune entreprise innovante, la société Advert Stream est exonérée d'impôt sur les bénéfices.

Toutefois, la société Advert Stream bénéficie d'un remboursement immédiat, compte tenu de son statut d'entreprise nouvelle, pour les créances relatives à 2004 et 2005 soit un total de 91 281 €.

INDEMNITES DE DEPART A LA RETRAITE

Il a été dérogé à la méthode préférentielle énoncée par le règlement CRC 99-02 et par ravis N° 97-06 du CNC qui préconise la comptabilisation et l'inscription en annexe des engagements de retraite. En effet, aucune provision pour charge n'a été comptabilisée à la clôture de l'exercice ; compte tenu de la faible ancienneté des salariés, de leur taux de rotation, et de l'âge moyen, son montant est estimé non significatif

DROIT INDIVIDUEL A LA FORMATION

En application de l'avis 2004-F du Comité d'urgence du CNC, il est précisé que l'entreprise n'a comptabilisé aucun droit individuel à la formation, à la clôture de l'exercice et que le nombre d'heures des droits acquis à la date du 31.12.2006 n'est pas significatif

CREANCES

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

CAPITAUX PROPRES

Le capital de la société s'élevait au 31 décembre 2005 à 174 141 € et était constitué de 5 277 actions de 33 € de valeur nominale.

En date du 15 juin 2006, il a été décidé une augmentation de capital de 58 080 € en rémunération de rapport des actions de la société NUMERIK ART, au moyen de la création de 1 760 actions nouvelles de 33€ chacune. Il a également été décidé d'augmenter le capital de 823 329€ pour le porter à 1 055 550 € par incorporation d'une somme prélevée sur le compte "Prime d'émission". La valeur nominale des 7 037 actions existantes est ainsi passée de 33€ à 150 €.

Les mouvements de l'exercice sur les postes de capitaux propres et la composition du capital social sont précisés aux pages 24 et 25 de cette annexe.

ENGAGEMENTS DONNES ET RECUS

Engagements donnés :

- Emprunts, garantis par des sûretés réelles : nantissement des actions de la société SAS Chercher Europe.

Engagements reçus :

- Garantie de passif: cela concerne l'acquisition des titres de la SAS Chercher Europe pour 225 000 €.

RECONNAISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES

Le chiffre d'affaires réalisé au sein du pôle régie résulte d'un contrat de vente d'espace publicitaire entre l'annonceur et la régie Advert Stream.

L'annonceur envoie un ordre d'insertion pour commander l'espace publicitaire dont il a besoin. Cet ordre d'insertion précise les caractéristiques de sa campagne.

Une facture est émise pour le montant de l'ordre d'insertion en fin de mois.

CHARGES CONSTATEES D'AVANCE

Les charges constatées d'avance s'élèvent à 91 988 euros au 31 décembre 2006.

21 988 euros correspondent à des ajustements classiques de charges d'exploitation.

Un poste de 70 000 euros regroupe l'ensemble des frais supportés par la société dans le cadre de l'admission directe des actions constituant le capital de la société sur le marché Alternext sans offre publique.

Les frais afférents feront l'objet d'une imputation directe sur la prime d'émission constatée lors de la réalisation de l'opération.

IMMOBILISATIONS

Rubriques	Début d'exercice	Réévaluation	Acquisit., apports
FRAIS D'ETABLISSEMENT, DE RECHERCHE ET DE DEVELOPPEMENT	241		
AUTRES POSTES D'IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	189599		120 430
Terrains			

	<i>Dont composants</i>		
Constructions sur sol propre			
Constructions sur sol d'autrui			
Const. Install. générales, agencements, aménagements			
Install. techniques, matériel et outillage industriels			
Installations générales, agencements, aménagements			470
Matériel de transport			
Matériel de bureau, informatique, mobilier		22 308	55 351
Emballages récupérables et divers			
Immobilisations corporelles en cours			
Avances et acomptes			
IMMOBILISATIONS CORPORELLES		22 308	55 821
Participations évaluées par mise en équivalence			
Autres participations		12 000	4 037 800
Autres titres immobilisés		170	
Prêts et autres immobilisations financières		3 680	5 980
IMMOBILISATIONS FINANCIERFS		15 850	4 043 780
TOTAL GENERAL		227 997	4 220 031

<i>Rubriques</i>	<i>Virement</i>	<i>Cession</i>	<i>Fin d'exercice</i>	<i>Valeur d'origine</i>
FRAIS ET ABLIST, RECHERCHE, DEVELOPPEMENT	241			
AUTRES POSTES IMMOB. INCORPORELLES			310 029	
Terrains				
Constructions sur sol propre				
Constructions sur sol d'autrui				
Constructions, installations générales, agencements				
Installations techn.,matériel et outillages industriels				
Installations générales, agencements divers			470	
Matériel de transport				
Matériel de bureau, informatique, mobilier			77 658	
Emballages récupérables et divers				
Immobilisations corporelles en cours				
Avances et acomptes				
IMMOBILISATIONS CORPORELLES			78 129	
Participations évaluées par mise équivalence				
Autres participations			4 049 800	
Autres titres immobilisés			170	
Prêts et autres immobilisations financières			9 660	
IMMOBILISATIONS FINANCIERES			4 059 630	
TOTAL GENERAL	241		4 447 787	

AMORTISSEMENTS

<i>Rubriques</i>	<i>Début d'exercice</i>	<i>Dotations</i>	<i>Reprises</i>	<i>fin d'exercice</i>
FRAIS ET ABLIST, RECHERCHE, DEVELOPMT	241		241	
AUTRES IMMO. INCORPORELLES	92 459	82 822		175 281
Terrains				
Constructions sur sol propre				
Constructions sur sol d'autrui				
Constructions inst. générales, agencements				
Installations techniques, matériel et outillage				
Installations générales, agencements		24		24
Matériel de transport				
Matériel de bureau, informatique, mobilier	6 740	13 348		20 088
Emballages récupérables, divers				
IMMOBILISATIONS CORPORELLES	6 740	13 371		20 112
TOTAL GENERAL	99 440	96 193	241	195 392

<i>Ventilation des dotations</i>	<i>Linéaires</i>	<i>Dégressifs</i>	<i>Exceptionnels</i>	<i>Dotations dérogat.</i>	<i>Reprises dérogat.</i>
FRAIS ET ABL., RECHERCHE					
AUT. IMMO. INCORPORELLES	82 822				
Terrains					
Constructions sur sol propre					
Constructions sur sol d'autrui					
Constructions et installations					
Install. techniques, outillage					
Install. générales, agencements	24				
Matériel de transport					
Matériel bureau et informatique	13 348				
Emballages récupérables					
IMMO. CORPORELLES	13 371				
TOTAL GENERAL	96 193				

<i>Charges réparties sur plusieurs exercices</i>	<i>Début d'exercice</i>	<i>Augmentations</i>	<i>Dotations</i>	<i>Fin d'exercice</i>
Charges à répartir sur plusieurs exercices				
Primes de remboursement des obligations				

PROVISIONS

Rubriques	Début d'exercice	Dotations	Reprises	Fin d'exercice
Provisions gisements miniers, pétroliers				
Provisions pour investissement				
Provisions pour hausse des prix				
Amortissements dérogatoires				
Dont majorations exceptionnelles de 30 %				
Implantations étrangères avant 01/01/92				
Implantations étrangères après 01/01/92				
Provisions pour prêts d'installation				
Autres provisions réglementées				
PROVISIONS REGLEMENTEES				
Provisions pour litiges				
Provisions pour garanties données aux clients				
Provisions pour pertes sur marchés à terme				
Provisions pour amendes et pénalités	4 702			4 702
Provisions pour pertes de change				
Provisions pour pensions, obligations similaires				
Provisions pour impôts				
Provisions pour renouvellement immobilisations				
Provisions pour grosses réparations				
Provisions charges soc. fisc. sur congés à payer				
Autres provisions pour risques et charges	19 104			19 104
PROVISIONS RISQUES ET CHARGES	23 806			23 806
Provisions sur immobilisations incorporelles				
Provisions sur immobilisations corporelles				
Provisions sur titres mis en équivalence				
Provisions sur titres de participation				
Provisions sur autres immobilis. financières				
Provisions sur stocks et en cours				
Provisions sur comptes clients	1 213	3 313		4 526
Autres provisions pour dépréciation				
PROVISIONS POUR DEPRECIATION	1 213	3 313		4 526
TOTAL GENERAL	25 019	3 313		28 332
Dotations et reprises d'exploitation		3 313		
Dotations et reprises financières				
Dotations et reprises exceptionnelles				
Dépréciation des titres mis en équivalence à la clôture de l'exercice				

CREANCES ET DETTES

ETAT DES CREANCES	Montant brut	1 an au plus	plus d'un an
Créances rattachées à des participations	30 000	30 000	
Prêts			

Autres immobilisations financières	9 660		9 660
Clients douteux ou litigieux	5 412		5 412
Autres créances clients	360 423	360 423	
Créance représentative de titres prêtés			
Personnel et comptes rattachés			
Sécurité Sociale et autres organismes sociaux	711	711	
Etat, autres collectivités: impôt sur les bénéfices	127486	92 581	34 905
Etat, autres collectivités: taxe sur la valeur ajoutée	15 180	15 180	
Etat, autres collectivités: autres impôts, taxes, versements assimilés			
Etat, autres collectivités: créances diverses			
Groupe et associés			
Débiteurs divers			
Charges constatées d'avance	91 988	91 988	
TOTAL GENERAL	640 861	590 884	49 977
Montant des prêts accordés en cours d'exercice			
Montant des remboursements obtenus en cours d'exercice			
Prêts et avances consentis aux associés			

ETAT DES DETTES	Montant brut	1 an au plus	plus d'1 an,-5 ans	plus de 5 ans
Emprunts obligataires convertibles	152 154	1 882	150 272	
Autres emprunts obligataires				
Emprunts et dettes à 1 an maximum à l'origine	610	610		
Emprunts et dettes à plus d' 1 an à l'origine	435 990	82 917	353 072	
Emprunts et dettes financières divers				
Fournisseurs et comptes rattachés	204 741	204 741		
Personnel et comptes rattachés	45 986	45 986		
Sécurité sociale et autres organismes sociaux	54 717	54 717		
Etat: impôt sur les bénéfices				
Etat: taxe sur la valeur ajoutée	98 407	98 407		
Etat: obligations cautionnées				
Etat: autres impôts, taxes et assimilés	12 714	12 714		
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés				
Groupe et associés	54		54	
Autres dettes	480 000	240 000	240 000	
Dettes représentatives de titres empruntés				
Produits constatés d'avance				
TOTAL GENERAL	1 485 371	741 973	743 398	
Emprunts souscrits en cours d'exercice	440 000			
Emprunts remboursés en cours d'exercice	15 574			
Emprunts, dettes contractés auprès d'associés	54			

DETAIL DES PRODUITS A RECEVOIR

PRODUITS A RECEVOIR	22 950
CLIENTS ET COMPTES RATTACHES	21 939
418100 Client facture à établir	21 939
AUTRES CREANCES	711
438700 Produits à recevoir	711
BANQUES, ETABUSSEMENTS FINANCIERS	300
518700 intérêt à recevoir	300
TOTAL DES PRODUITS A RECEVOIR	22 950

DETAIL DES CHARGES A PAYER

CHARGES A PAYER	65 240
EMPRUNTS ET DETTES FINANCIERFS	1 882
168810 Intérêts courus s/empt obligataire	1 882
DETTES FOURNISSEURS CPTES RATTACH	23 846
408100 Fournisseurs FNP	23 846
DETTES FISCALES ET SOCIALES	38 903
428600 Provision sur congés payés	17 994
428650 Autres prov. s/salaires	2 733
438200 Prov. charges s/cp.	4 873
438650 Autres charges s/salaires	590
448600 Etat charges à payer	12 714
INTERETS COURUS SURDECOUVERT	610
518600 Intérêts bancaires	610
TOTAL DES CHARGES A PAYER	65 240

DETAIL DES CHARGES & PRODUITS CONSTATES D'AVANCE

CHARGES CONSTATEES D'AVANCE	91 988
CHARGES/PRODUITS D'EXPLOITATION	91 988
486000 Charges constatées d'avance	21 988
486100 Frais à imputer P. émission	70 000
TOTAL DES CHARGES & PRODUITS CONSTATES D'AVANCE	91 988

TRANSFERTS DE CHARGES

<i>Nature des transferts</i>	<i>Montant</i>	<i>Imputation au compte</i>
------------------------------	----------------	-----------------------------

Avantage en nature	4 635	791000
Indemnités journalières de sécurité sociale	738	791000
Autres remboursements	259	791000
TOTAL	5 631	

ENGAGEMENTS DE CREDIT-BAIL

Rubriques	Terrains	Constructions	Matériel outillage	Autres immobilisations	Total
VALEUR D'ORIGINE				48 162	48 162
AMORTISSEMENTS					
Exercice en cours				7 224	7 224
TOTAL				7 224	7 224
VALEUR NETTE				40 938	40 938
REDEVANCES PAYEES					
Exercice en cours				15 231	15 231
TOTAL				15 231	15 231
REDEVANCES A PAYER					
A un an au plus				8 690	8 690
A plus d'un an et moins de 5 ans				28 460	28 460
TOTAL				37 150	37 150
VALEUR RESIDUELLE				2 013	2 013

LISTE DES FILIALES ET PARTICIPATIONS

Dénomination	Capital	Q.P.	Val. brute Titres	Prêts, avances	Chiffre
Siège Social	Capitaux propres	Détenue Divid. encaissés	Val. nette Titres	Cautions	d'affaires
					Résultat
FILIALES (plus de 50%)					
SARL LEAD TRAFIC	1 500	100.00 %	3 000	10 000	594 824
71 rue F Mermet 69160 Tassin la demi lune	32 231		3 000		30 428
SARLTRADEPARTNER	1 500	100.00 %	3 000		91 747
71 rue F Mermet 69160 Tassin la demi lune	1 842		3 000		49
SARL CUCK MEDIA	1 500	100.00 %	3 000		524 732
71 rue F Mermet 69160 Tassin la demi lune	39 874		3 000		36 304
SARL WEB PUB	1 500	100.00 %	3 000	10 000	575 521

71 rue F Mermet 69160 Tassin la demi lune	51 971		3 000		49 220
SARL NUMERIK ART	8 000	100.00 %	3 016 500	10 000	1 660 601
71 rue F Mermet 69160 Tassin la demi lune	223 242		3 016 500		208 767
SAS CHERCHER EUROPE	50 000	100.00 %	991 300		460 204
71 rue F Mermet 69160 Tassin la demi lune	253 030		991 300		203 030
<i>PARTICIPATIONS (10 à 50%)</i>					
<i>AUTRES TITRES</i>					

COMPOSITION DU CAPITAL SOCIAL

Catégories de titres	Nombre de titres			Valeur nominale
	à la clôture de l'exercice	créés pendant l'exercice	remboursés pendant l'exercice	
Actions ordinaires	5 298	1 760		150.00
Actions préférentielles	1 739			150.00

VARIATION DES CAPITAUX PROPRES

Situation à l'ouverture de l'exercice		Solde
Capitaux propres avant distributions sur résultats antérieurs		451 666
Capitaux propres après distributions sur résultats antérieurs		451 666
Variations en cours d'exercice		
		En moins En plus
Variations du capital		881 409
Variations des primes liées au capital		1 363 683
Variations des réserves		482 274
Autres variations		290 994
SOLDE		3 290 994
Situation à la clôture de l'exercice		Solde
Capitaux propres avant répartition		3 742 660

21.3 Vérifications des informations financières historiques annuelles.

21.3.1 Exercice 2006.

Rapport du Commissaire aux Comptes Comptes Consolidés - Exercice clos le 31 décembre 2006

En notre qualité de commissaire aux comptes de la société ADVERTSTREAM et à la suite de votre demande, nous avons procédé au contrôle des comptes consolidés relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2006, tels qu'ils sont joints au présent rapport, et établis pour les besoins de l'admission directe des actions constituant le capital social de votre société sur le marché Alternext sans offre au public.

Nous précisons que votre société établissant des comptes consolidés pour la première fois au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2006, les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2005 n'ont pas fait l'objet d'un audit.

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 CONSOLIDES

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 personnes et entités comprises dans la consolidation.

Sans remettre en cause l'opinion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur la note 6 de l'annexe qui précise la manière dont les informations comparatives pro forma ont été établies et indique que ces informations ne sont pas nécessairement représentatives de la situation financière ou des performances qui auraient été constatées si l'opération était survenue à une date antérieure à celle de sa survenance réelle.

II. JUSTIFICATION DES APPRECIATIONS

En application des dispositions de l'article L.823-9 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance l'élément suivant :
Lorsqu'il existe, à la clôture, des indices montrant qu'un actif à long terme a pu perdre de la valeur, la société procède au calcul de la valeur d'utilité du bien. Cette dernière est comparée à la valeur de l'actif du bilan afin de déterminer le montant de la provision pour dépréciation. Nous avons examiné les modalités de mise en oeuvre de ces tests de dépréciation et hypothèses utilisées et nous avons vérifié que la note 2.8 de l'annexe donne une information appropriée.

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 exprimée dans la première partie de ce rapport.

III. VERIFICATION SPECIFIQUE

Par ailleurs, le commissaire aux comptes a également procédé à la vérification des informations données dans le rapport sur la gestion du groupe, conformément aux normes

professionnelles applicables en France. Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Villeurbanne, le 16 février 2007
Le Commissaire aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIES
Dominique VALETTE

Rapport général du Commissaire aux Comptes sur les Comptes Annuels clos le 31 décembre 2006.

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre assemblée générale, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 31 décembre 2006, sur :

- le contrôle des comptes annuels de la Société ADVERTSTREAM, tels qu'ils sont joints au présent rapport,
- la justification des appréciations,
- les vérifications spécifiques et les informations prévues par la loi.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le conseil d'administration. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

I. OPINION SUR LES COMPTES ANNUELS

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en oeuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

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

II. JUSTIFICATION DES APPRECIATIONS

En application des dispositions de l'article L.823-9 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance l'élément suivant :

Comme indiqué dans la note sur les règles et méthodes comptables de l'annexe, les titres de participation figurent au bilan à leur coût d'acquisition ou à leur valeur d'inventaire si celle-ci est inférieure. Lorsque la valeur d'inventaire est inférieure au coût d'acquisition de ces mêmes titres, une provision pour dépréciation est constatée. Conformément à la norme professionnelle applicable aux estimations comptables, nos travaux ont notamment consisté à apprécier les données et les hypothèses utilisées pour évaluer ces montants et à vérifier les calculs effectués. Nous avons procédé, sur ces bases, à l'appréciation du caractère raisonnable de ces estimations.

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

III. VERIFICATIONS ET INFORMATIONS SPECIFIQUES

Nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du conseil d'administration et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels.

En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives aux prises de participation et de contrôle vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Villeurbanne, le 16 février 2007
Le Commissaire aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIES
Dominique VALETTTE

Rapport spécial du Commissaire aux Comptes sur les conventions réglementées pour l'exercice clos le 31 décembre 2006.

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre Société, nous devons vous présenter un rapport sur les conventions réglementées dont nous avons été avisés. Il n'entre pas dans notre mission de rechercher l'existence éventuelle de telles conventions.

Nous vous informons qu'il ne nous a été donné avis d'aucune convention soumise aux dispositions de l'article L.225-38 du Code de commerce.

Villeurbanne, le 16 février 2007
Le Commissaire aux Comptes

DELOITTE & ASSOCIES
Dominique VALETTTE

21.3.2 Exercice 2005

Rapport général du Commissaire aux Comptes sur les Comptes Annuels clos le 31 décembre 2005.

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre assemblée générale, je vous présente mon rapport relatif à l'exercice clos le 31.12.2005, sur :

- le contrôle des Comptes Annuels de la Société ADVERTSTREAM, tels qu'ils sont joints au présent rapport,
- la justification de mes appréciations,
- les vérifications spécifiques et les informations prévues par la loi.

Les comptes annuels ont été arrêtés par votre conseil d'administration.
Il m'appartient, sur la base de mon audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

1. OPINION SUR LES COMPTES ANNUELS

J'ai effectué mon audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre des diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. J'estime que les contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Je certifie que les comptes annuels sont réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la Société fin de cet exercice.

2. JUSTIFICATION DES APPRECIATIONS

En application des dispositions de l'article L. 225-235 du Code de Commerce relatives à la justification de mes appréciations, introduites par la loi de sécurité financière du 1er août 2003, et applicables à cet exercice, les appréciations auxquelles j'ai procédé pour émettre l'opinion ci-dessus, portant notamment sur les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes, ainsi que leur présentation d'ensemble, n'appellent pas de commentaires particuliers.

3. VERIFICATIONS ET INFORMATIONS SPECIFIQUES

J'ai également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Je n'ai pas d'observations à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du conseil d'administration et dans les documents adressés aux gestionnaires sur la situation financière et les comptes annuels.

Lyon, le 03 avril 2006

Eric LEVY
Commissaire aux Comptes

Rapport spécial du Commissaire aux Comptes sur les conventions réglementées pour l'exercice clos le 31 décembre 2005

En ma qualité de commissaire aux comptes de votre Société, je vous présente mon rapport sur les conventions réglementées.

En application de l'article 225-40 du Code de Commerce, j'ai été avisé des conventions qui ont fait l'objet de l'autorisation préalable de votre conseil d'administration.

Il ne m'appartient pas de rechercher l'existence éventuelle d'autres conventions mais de vous communiquer, sur la base des informations qui m'ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de celles dont j'ai été avisé, sans en avoir à me 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 sur les normes de la profession ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations qui m'a été données avec les documents de base dont elles sont issues.

Conventions autorisées au cours de l'exercice et conventions approuvées au cours d'exercices antérieurs dont l'exécution s'est poursuivie durant l'exercice.

Conventions autorisées au cours de l'exercice

1. CONVENTIONS CONCLUES AVEC LA SARL NUMERIK ART – 71 rue F. Mermet, 69160 TASSIN LA DEMI LUNE – DONT M. GROS et M. MOREL SONT ASSOCIES

1.1 Des prestations comptables ont été facturées à la SARL NUMERIK ART pour 2 550 € HT.

1.2 Votre Société a facturé de prestations de liens sponsorisés à la SARL NUMERIK ART pour un montant HT de 57 800.57 €.

2. CONVENTIONS CONCLUES AVEC LA SARL MGC – DONT M. GROS et M. MOREL SONT ASSOCIES

2.1 Des prestations informatiques ont été facturées à la SARL MGC pour un montant HT de 10 812 €.

Conventions approuvées au cours d'exercices antérieurs dont l'exécution s'est poursuivie durant l'exercice

1. CONVENTION CONCLUE AVEC M. GROS

Convention pour la souscription par la Société d'une assurance vie

Une assurance vie au profit du dirigeant a été souscrite et payée par la Société en date du 31 décembre 2005 pour un montant global de 105 €.

2. CONVENTIONS CONCLUES AVEC LA SARL NUMERIK ART – 71 rue F. Mermet, 69160 TASSIN LA DEMI LUNE – DONT M. GROS et M. MOREL SONT ASSOCIES

2.1 Votre Société a facturé un loyer annuel de 8 759.04 € HT à la SARL NUMERIK ART, dans le cadre du bail en date du 01 janvier 2003 applicable au 01 janvier 2004 relatif aux locaux situés 71 rue F. Mermet – 69160 Tassin La Demi Lune.

2.2 Votre Société a facturé des frais généraux pour montant HT de 7 510.93 € au titre de l'année 2005.

2.3 Diverses réalisations graphiques ont été réalisées par NUMERIK ART et facturées pour 4 860 € HT.

3. CONVENTIONS CONCLUES AVEC LA SARL MGC – DONT M. GROS et M. MOREL SONT ASSOCIES

3.1 Votre Société a facturé un loyer annuel de 8 032.44 € HT à la SARL MGC, dans le cadre du bail en date du 01 décembre 2003 applicable au 03 décembre 2003 relatif aux locaux situés 71 rue F. Mermet – 69160 Tassin La Demi Lune

3.2 Votre Société a facturé des frais généraux pour un montant HT de 4 916.13 € au titre de l'année 2005.

3.3 Des prestations concernant « une campagne Google » ont été facturées à la SARL MGC pour un montant HT de 19 756.44 €.

3.4 Des frais de sous traitance pour une création graphique réalisée par MGC ont été pris en charge par votre Société pour un montant HT de 1 900.00 €.

4. CONVENTION CONCLUE AVEC AJE CONEIL – DONT M. GROS EST ASSOCIE

4.1 Votre Société a pris en charge des honoraires pour un montant HT de 26 522.61 € sur l'exercice 2005.

Fait à Lyon,
Le 03 avril 2006

Eric LEVY
Commissaire aux Comptes

21.3.3 Rapports de gestion du conseil d'administration à l'assemblée générale

RAPPORT DE GESTION SUR LES OPERATIONS DE L'EXERCICE CLOS LE 31 DECEMBRE 2006.

COMPTES CONSOLIDES

Nous vous présentons ci-après, pour la première fois, le rapport de gestion du groupe et les comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2006 que nous soumettons à votre approbation.

Nous vous donnerons toutes précisions et tous renseignements complémentaires concernant les pièces et documents prévus par la réglementation en vigueur et qui ont été tenus à votre disposition dans les délais légaux.

Vous prendrez ensuite connaissance du rapport du Commissaire aux Comptes.

ACTIVITE DE LA SOCIETE

Situation et évolution de l'activité de la Société au cours de l'exercice

Le Chiffre d'affaires consolidé non pro forma du Groupe est passé de 699 287 € en 2005 à 3 523 991 €, ce qui montre la très forte progression du marché de la publicité sur Internet ainsi que son potentiel à venir. Le résultat non pro forma des Sociétés intégrées s'élève à 539 024 €, soit une rentabilité nette de 15,30 %.

Le Chiffre d'affaires consolidé pro forma du Groupe est passé de 1 471 215 € en 2005 à 4 697 746 €. Le résultat pro forma des Sociétés intégrées s'élève à 875 717 €, soit une rentabilité nette de 18,64%.

Au cours de l'exercice écoulé, aux termes des délibérations de l'assemblée de la Société ADVERT STREAM en date du 15 juin 2006, la Société NUMERIK ART a intégré le Groupe.

Enfin en date du 30 décembre 2006, la Société ADVERT STREAM a pris une participation de 100% au capital de la Société suivante :

CHERCHER EUROPE, SAS au capital de 50 000 €, dont le siège social est à TASSIN LA DEMI LUNE (69160) – 71, rue François Mermet, immatriculée sous le numéro 491 269 676 RCS LYON

Cette Société édite le portail d'information www.chercher.org qui permet à l'internaute d'obtenir les news du jour, la météo, le programme TV, les résultats sportifs, ainsi qu'un ensemble de liens sur des informations demandées par l'internaute. L'audience est monétisée par Yahoo et Kelkoo qui rémunèrent à la fois les PAP et les liens sponsorisés.

ANALYSE DES COMPTES CONSOLIDES

- Périmètre de consolidation

Les Sociétés qui composent le périmètre de consolidation de l'exercice 2006 sont présentées ci-dessous :

- NUMERIK ART
100 % d'intérêt
100 % de contrôle

- WAWA STUDIO
100 % d'intérêt
100 % de contrôle

- PROFILES PARTNER
100 % d'intérêt
100 % de contrôle

- LUDO FACTORY
100 % d'intérêt
100 % de contrôle

- CLICK MEDIAS
100 % d'intérêt
100 % de contrôle

- CHERCHER EUROPE
100 % d'intérêt
100 % de contrôle

- Examen des comptes et résultats.

Nous allons maintenant vous présenter en détail les comptes consolidés non pro forma que nous soumettons à votre approbation et qui ont été établis conformément aux règles de présentation et aux méthodes d'évaluation prévues par la réglementation en vigueur.

Le Chiffre d'affaires s'est élevé à 3 523 991 €, tandis que le total des produits d'exploitation s'est élevé à 3 891 982 €.

Les charges d'exploitation se sont élevées à 3 527 771 €.

Le résultat financier s'est élevé à - 8 412 €.

L'impôt sur les bénéfices s'est élevé à 174 669 €, outre un impôt différé sur les bénéfices de 8 556 €.

La dotation aux amortissements des écarts d'acquisition s'est élevé à 300 242 €.

Le résultat d'ensemble consolidé ressort ainsi à 238 782 €.

- Bilan

Les capitaux propres consolidés s'élèvent à 3 779 390 €.

L'actif immobilisé s'élève à 4 060 108 €.

L'actif circulant s'élève à 2 058 383 €.

EVENEMENTS IMPORTANTS SURVENUS DEPUIS LA CLOTURE DE L'EXERCICE

Depuis le 31 décembre 2006, date de la clôture de l'exercice, quatre de nos filiales ont changé de dénomination.

ACTIVITE EN MATIERE DE RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT

La nouvelle version d'AD-ACCESS permet aux annonceurs de cibler les campagnes publicitaires par mot clé et leur donne la possibilité d'exploiter de nouveaux formats publicitaires (liens contextuels, liens sponsorisés dans le contenu des sites Internet,...)

L'équipe se renforce en 2007 d'un ingénieur travaillant sur les fonctionnalités du self service et les nouveaux formats.

La très forte augmentation d'audience du réseau demande aussi un renforcement de l'architecture technologique de la plate forme.

La Société engage des dépenses de développement dans le but de développer des logiciels très spécifiques à l'exploitation sur Internet, et destinés à la réalisation de son Chiffre d'affaires.

Les frais de développement comprennent uniquement des salaires, appointements et autres coûts annexes du personnel affecté au développement, à l'exclusion de toute charge indirecte.

Le Conseil d'Administration

RAPPORT DE GESTION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION A L'ASSEMBLEE GENERALE ORDINAIRE ANNUELLE

Conformément à la loi et aux statuts, nous vous avons réunis en Assemblée Générale Ordinaire Annuelle afin de vous rendre compte de la situation et de l'activité de notre Société durant l'exercice clos le 31 décembre 2006 et de soumettre à votre approbation les comptes annuels dudit exercice.

Nous vous donnerons toutes précisions et tous renseignements complémentaires concernant les pièces et documents prévus par la réglementation en vigueur et qui ont été tenus à votre disposition dans les délais légaux.

Vous prendrez ensuite connaissance des rapports du Commissaire aux Comptes.

ACTIVITE DE LA SOCIETE

- Situation et évolution de l'activité de la Société au cours de l'exercice

Durant l'exercice clos le 31 décembre 2006, l'activité de la Société a été la suivante :

Le Chiffre d'affaires de la Société est passé de 587 389 € en 2005 à 1 741 661 €, ce qui montre la très forte progression du marché de la publicité sur Internet ainsi que son potentiel à venir. La Société génère 290 994 € de bénéfices soit une rentabilité nette de 16.70 %.

Au cours de l'exercice écoulé et notamment par assemblée en date du 15 juin 2006, le capital social a été augmenté de 58 080 € par voie d'apports de droits sociaux de la Société NUMERIK ART et par la création de 1 760 actions nouvelles de catégorie A de 33 €, attribuées

à Sylvain MOREL, Bertrand GROS, Christophe CHAZELLE et Marc LAVIGNE DELVILLE à raison de 440 actions chacun.

Aux termes de la même assemblée, le capital a été augmenté de 823 329 € pour le porter à 1 055 550 € par incorporation directe de cette somme prélevée sur le compte « Primes d'émission » et élévation de la valeur nominale des 7 037 actions de 33 € à 150 €.

Enfin en date du 30 décembre 2006, notre Société a pris une participation de 100% au capital de la Société suivante :

CHERCHER EUROPE, SAS au capital de 50 000 €, dont le siège social est à TASSIN LA DEMI LUNE (69160) – 71, rue François Mermet, immatriculée sous le numéro 491 269 676 RCS LYON

Cette Société édite le portail d'information www.chercher.org qui permet à l'internaute d'obtenir les news du jour, la météo, le programme TV, les résultats sportifs, ainsi qu'un ensemble de liens sur des informations demandées par l'internaute. L'audience est monétisée par Yahoo et Kelkoo qui rémunèrent à la fois les PAP et les liens sponsorisés.

- Evolution prévisible et perspectives d'avenir .

Les objectifs pour l'exercice ouvert le 1er janvier 2007 sont les suivants :

La Société ADVERTSTREAM doit se positionner en 2007 comme un groupe Internet parmi les trois plus gros acteurs du marché. Pour cela elle fera appel à la croissance externe, par rachat de concurrents sur ces métiers, comme elle l'a fait deux fois en 2006.

Pour ce faire, elle envisage de procéder à une nouvelle augmentation de capital, assortie d'une admission à la cote d'ALTERNEXT, dans le cadre d'une procédure de placement privé.

Depuis sa création en 2001, en tant que régie publicitaire spécialisée en streaming vidéo, la Société s'est progressivement développée pour devenir un véritable groupe internet. Aujourd'hui, le Groupe ADVERTSTREAM s'articule autour de 3 pôles d'activités complémentaires à fortes synergies : acquisition et génération de trafic, édition de services en ligne et monétisation d'audience.

- Analyse objective et exhaustive des affaires, des résultats et de la situation financière de la Société, notamment de sa situation d'endettement

Conformément aux dispositions de l'alinéa 3 de l'article L. 225-100 du Code de commerce, nous vous présentons une analyse de l'évolution des affaires, des résultats et de la situation financière de la Société au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2006, notamment de sa situation d'endettement au regard du volume et de la complexité des affaires :

La Société est peu endettée avec un montant de dette financière de 697 355 € dont 152 154 € d'emprunt obligataire contracté auprès des investisseurs actionnaires.

- Principaux risques et incertitudes auxquels la Société est confrontée :

La Société ne dispose pas d'une notoriété suffisante pour rassurer ces partenaires éditeurs.

- Indications sur l'utilisation des instruments financiers par la Société (notamment exposition de la Société aux risques de prix, de crédit, de liquidité et de trésorerie) :

Risques très faibles.

- Evénements importants survenus depuis la clôture de l'exercice.

Depuis le 31 décembre 2006, date de la clôture de l'exercice, la survenance d'aucun événement important n'est à signaler.

- Activité en matière de recherche et de développement.

La nouvelle version d'AD-ACCESS permet aux annonceurs de cibler les campagnes publicitaires par mot clé et leur donne la possibilité d'exploiter de nouveaux formats publicitaires (liens contextuels, liens sponsorisés dans le contenu des sites Internet,...)

L'équipe se renforce en 2007 d'un ingénieur travaillant sur les fonctionnalités du self service et les nouveaux formats.

La très forte augmentation d'audience du réseau demande aussi un renforcement de l'architecture technologique de la plate forme.

La Société engage des dépenses de développement dans le but de développer des logiciels très spécifiques à l'exploitation sur Internet, et destinés à la réalisation de son Chiffre d'affaires.

Les frais de développement comprennent uniquement des salaires, appointements et autres coûts annexes du personnel affecté au développement, à l'exclusion de toute charge indirecte.

DELEGATIONS AU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Nous vous informons qu'aucune délégation n'a été donnée au conseil d'administration dans le cadre des articles L 225-129-1 et L 225-129-2 du Code de commerce.

FILIALES ET PARTICIPATIONS

- Activité des filiales et participations.

Vous trouverez dans le tableau annexé à notre bilan des informations relatives à l'activité et aux résultats des filiales de notre Société et des Sociétés qu'elle contrôle.

Nous complétons ces informations par les éléments suivants :

CLICK MEDIAS (anciennement dénommée CLICK MEDIA):

Notre Société détient une participation de 100% en pleine propriété dans le capital de la Société CLICK MEDIAS.

Les résultats du second exercice social de la Société, d'une durée de 12 mois, ont été les suivants :

Capital de la Société :	1 500 €
Capitaux propres :	39 874 €
Chiffre d'affaires:	524 747 €
Résultat net :	36 304 €

WAWA STUDIO (anciennement dénommée WEB PUB) :

Notre Société détient une participation de 100% en pleine propriété dans le capital de la Société WAWA STUDIO.

Les résultats du second exercice social de la Société, d'une durée de 12 mois, ont été les suivants :

Capital de la Société :	1 500 €
Capitaux propres :	51 971 €
Chiffre d'affaires:	575 521 €
Résultat net :	49 220 €

LUDO FACTORY (anciennement dénommée LEAD TRAFIC):

Notre Société détient une participation de 100% en pleine propriété dans le capital de la Société LUDO FACTORY.

Les résultats du second exercice social de la Société, d'une durée de 12 mois, ont été les suivants :

Capital de la Société :	1 500 €
Capitaux propres :	32 231 €
Chiffre d'affaires:	658 404 €
Résultat net :	30 428 €

PROFILES PARTNER (anciennement dénommée TRADE PARTNER) :

Notre Société détient une participation de 100% en pleine propriété dans le capital de la Société PROFILES PARTNER.

Les résultats du second exercice social de la Société, d'une durée de 12 mois, ont été les suivants :

Capital de la Société :	1 500 €
Capitaux propres :	1 842 €
Chiffre d'affaires:	91 747 €
Résultat net :	49 €

NUMERIK ART

Notre Société détient une participation de 100% en pleine propriété dans le capital de la Société NUMERIK ART.

Les résultats du second exercice social de la Société, d'une durée de 12 mois, ont été les suivants :

Capital de la Société :	8 000 €
Capitaux propres :	223 242 €
Chiffre d'affaires:	1 660 601 €
Résultat net :	208 767 €

CHERCHER EUROPE

Notre Société détient une participation de 100% en pleine propriété dans le capital de la Société CHERCHER EUROPE.

Les résultats du premier exercice social de la Société, d'une durée de six mois, ont été les suivants :

Capital de la Société :	50 000 €
Capitaux propres :	50 000 €
Chiffre d'affaires	460 204 €
Résultat net :	203 030 €

- Sociétés contrôlées.

Notre Société détient actuellement la totalité du capital des Sociétés CLICK MEDIAS, WAWA STUDIO, LUDO FACTORY, PROFILES PARTNER, NUMERIK ART et CHERCHER EUROPE.

RESULTATS - AFFECTATION

- Examen des comptes et résultats.

Nous allons maintenant vous présenter en détail les comptes annuels que nous soumettons à votre approbation et qui ont été établis conformément aux règles de présentation et aux méthodes d'évaluation prévues par la réglementation en vigueur.

Les règles et méthodes d'établissement des comptes annuels sont identiques à celles retenues pour les exercices précédents.

Un rappel des comptes de l'exercice précédent est fourni à titre comparatif.

Au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2006, le Chiffre d'affaires s'est élevé à 1 741 661 € contre 587 389 € pour l'exercice précédent.

Le montant des autres achats et charges externes s'est élevé à 1 131 058 € contre 385 042 € pour l'exercice précédent.

Le montant des impôts et taxes s'est élevé à 20 894 € contre 2 130 € pour l'exercice précédent.

Le montant des traitements et salaires s'est élevé à 372 831 € contre 138 568 € pour l'exercice précédent.

Le montant des cotisations sociales et avantages sociaux s'est élevé à 96 641 € contre 20 113 € pour l'exercice précédent.

L'effectif salarié moyen s'est élevé à 10 contre 7 pour l'exercice précédent.

Le montant des autres charges s'est élevé à 2 253 € contre 565 € pour l'exercice précédent.

Les charges d'exploitation de l'exercice ont atteint au total 1 723 183 € contre 644 932 € pour l'exercice précédent.

Le résultat d'exploitation ressort pour l'exercice à 171 347 € contre 49 449 € pour l'exercice précédent.

Quant au résultat courant avant impôts, tenant compte du résultat financier de 5 414 € (-2 126 € pour l'exercice précédent), il s'établit à 165 933 € contre 47 323 € pour l'exercice précédent.

Après prise en compte :

- d'un résultat exceptionnel nul contre 19 170 € pour l'exercice précédent,

- d'un impôt sur les Sociétés négatif (-125 061 €) contre un impôt nul l'exercice précédent,

le résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2006 se solde par un bénéfice de 290 994 € contre un bénéfice de 66 493 € pour l'exercice précédent.

- Proposition d'affectation du résultat.

Nous vous proposons de bien vouloir approuver les comptes annuels (bilan, compte de résultat et annexe) tels qu'ils vous sont présentés et qui font apparaître un bénéfice de 290 994 €.

Nous vous proposons également de bien vouloir approuver l'affectation suivante :

- Au compte "Report à Nouveau", pour apurement total	12 536 €
- A la Réserve Légale pour	13 923 €
- Le solde au compte "Autres Réserves"	264 535 €

Afin de nous conformer aux dispositions de l'article 243 bis du Code général des impôts, nous vous rappelons qu'aucune distribution de dividende n'a été effectuée depuis la constitution de la Société.

- Dépenses non déductibles fiscalement.

Conformément aux dispositions des articles 223 quater et 223 quinquies du Code général des impôts, nous vous précisons que les comptes de l'exercice écoulé ne contiennent pas de dépenses non admises dans les charges déductibles au regard des articles 39-4 et 39-5 du Code général des impôts.

- Tableau des résultats des cinq derniers exercices.

Au présent rapport est annexé, conformément aux dispositions de l'article 148 du décret du 23 mars 1967, le tableau faisant apparaître les résultats de la Société au cours de chacun des cinq derniers exercices.

CONVENTIONS VISEES A L'ARTICLE L. 225-38 DU CODE DE COMMERCE

Nous vous précisons qu'aucune convention entrant dans le champ d'application de l'article L. 225-38 du Code de commerce n'a été conclue au cours de l'exercice écoulé.

Par ailleurs, et à toutes fins utiles, nous vous précisons que les conventions réglementées conclues au cours des exercices antérieurs et qui se sont poursuivies au cours de l'exercice écoulé sont désormais considérées comme des conventions libres compte tenu du fait qu'elles portent sur des opérations courantes conclues à des conditions normales. Les conventions concernées étant les suivantes :

1/ Conventions avec la Société NUMERIK ART

1.1 Refacturation par la Société à la Société NUMERIK ART :

convention de prestations comptables (13 150 € pour l'exercice 2006)
convention de prestations de liens sponsorisés (188 814 € pour l'exercice 2006)
quote-part du loyer annuel (17 612 € pour l'exercice 2006)
quote-part des frais généraux (12 946 € pour l'exercice 2006)

1.2 Refacturation par la Société NUMERIK ART à la Société :

convention de prestations graphiques et vidéos (6 930 € pour l'exercice 2006)

2/ Conventions avec la Société MGC (refacturation par la Société à MGC)

convention de prestations de liens sponsorisés (10 421 € pour l'exercice 2006)
quote-part du loyer annuel (5 759 € pour l'exercice 2006)

3/ Souscription par la Société d'une assurance homme clé concernant Monsieur Morel, soit 140 € annuel."

ADMINISTRATION ET CONTROLE DE LA SOCIETE

-Liste des mandats et fonctions

Conformément aux dispositions de l'article L. 225-102-1 du Code de commerce, nous vous présentons la liste de l'ensemble des mandats et fonctions exercés dans toute Société par chacun des mandataires sociaux :

- Monsieur Sylvain MOREL, Président du Conseil d'Administration,
- Monsieur Bertrand GROS, Administrateur, Directeur Général,
- Monsieur Marc LAVIGNE DELVILLE, Administrateur.

Messieurs Sylvain MOREL et Bertrand GROS, sont co-gérants des Sociétés filiales CLICK MEDIAS, WAWA STUDIO, LUDO FACTORY, PROFILES PARTNER, NUMERIK ART.

Monsieur Bertrand GROS est également Président de la Société CHERCHER EUROPE.
Monsieur Sylvain MOREL est également Directeur Général de la Société CHERCHER EUROPE.
Monsieur Bertrand GROS est également gérant de la Société civile ALV PARTICIPATIONS.
Monsieur Sylvain MOREL est également gérant de la Société civile LEROMYS.
Monsieur Marc LAVIGNE DELVILLE est également gérant de la Société civile LD INVEST.

Votre Conseil vous invite, après la lecture des rapports présentés par votre Commissaire aux Comptes, à adopter les résolutions qu'il soumet à votre vote.

Le Conseil d'Administration

21.4 Date des dernières informations financières

Les dernières informations financières ont été établies à partir des comptes clos au 31 décembre 2006.

21.5 Honoraires versés au Commissaire aux comptes

	2006		2005	
	€	%	€	%
Audit				
Commissariat aux comptes (*)	28 000	100%	8 000	100%
Missions accessoires				
Sous total				
Autres prestations				
Juridique, fiscal, social				
Sous total	0		0	
TOTAL	28 000		8 000	

21.6 Politique de distribution des dividendes

La Société n'a procédé à aucune distribution de dividende au cours des trois derniers exercices.

Dividendes	2006	2005	2004
	néant	néant	néant

ADTHINK MEDIA entend consacrer à court terme l'ensemble de ses ressources au financement de sa croissance. En conséquence, la Société ne prévoit pas de procéder à des distributions de dividendes au cours des trois prochaines années.

21.7 Procédure judiciaire ou d'arbitrage

A l'exception des points mentionnés ci-dessus, à la date de la présente Offering Circular, il n'existe pas de procédure gouvernementale, judiciaire ou d'arbitrage en suspens dont elle est menacée, susceptible, à sa connaissance, d'avoir dans le futur une incidence sur la situation financière de la Société, son activité, son résultat. De manière générale, à la connaissance de la Société, il n'existe pas de fait exceptionnel ou de litige susceptible d'avoir ou ayant eu dans un passé récent, une incidence significative sur la situation financière, l'activité, le résultat, le patrimoine ou les perspectives de la Société.

21.8 Changement significatif de la situation financière ou commerciale

Evénements intervenus entre le 31 décembre 2006 et l'accord d'Euronext Paris sur la présente Offering Circular :

Il n'y a pas eu, depuis le 31 décembre 2006, de changement significatif de la situation financière ou commerciale de la Société.

22 Informations complémentaires

22.1 Capital social

22.1.1 Montant du capital social

Au 31 décembre 2006, le capital social de la Société s'élevait à 1 055 550 €, divisé en 7037 actions de 150 € de nominal.

A la date du présent Offering Circular, le capital social de la Société s'élève à **XXX €, divisé en XXX actions de xx € de nominal.**

22.1.2 Actions non représentatives du capital

Néant.

22.1.3 Autocontrôle

Néant.

22.1.4 Valeurs mobilières donnant accès au capital

Bons de Souscription de Parts de Créateurs d'Entreprise (BSPCE)

BSPCE-1 et BSPCE-2

L'Assemblée Générale Extraordinaire du 25 Novembre 2005 (onzième et douzième résolutions) a décidé d'attribuer 1 900 BSPCE, aux membres du personnel salarié de la Société ainsi qu'aux dirigeants soumis au régime fiscal des salariés et donné pouvoir au Conseil d'Administration de la Société pour la réalisation matérielle de cette décision.

Le conseil d'administration réuni le 25 novembre 2005 a décidé d'attribuer 1 665 BSPCE. L'émission des 1.900 BSPCE a été divisée en 2 catégories :

- 300 BSPCE-1 au profit des salariés de la Société,
- 1.600 BSPCE-2 au profit des dirigeants de la Société.

Les 1.900 BSPCE ont été émis au prix de 0,01 €. Chaque BSPCE donne droit à souscrire à une action (avant division du nominal par 500) de valeur nominale de 33 € au prix de souscription de 256 €.

Le Conseil d'administration du 25 novembre 2005 a ainsi attribué :

- 50 BSPCE-1 au profit de M. Sylvain PIVIDAL,
- 15 BSPCE-1 au profit de M. Bertrand MALET.

L'exercice des BSPCE 1 n'est possible qu'à compter du 31/12/2008 si leur titulaire est toujours salarié de la Société lors de la souscription.

Le Conseil d'administration du 25 novembre 2005 a ainsi attribué :

- 800 BSPCE-2 au profit de M. Bertrand GROS,
- 800 BSPCE-2 au profit de M. Sylvain MOREL.

Les BSPCE-2 pourront être exercés, à compter de la date d'approbation des comptes de l'exercice clos le 31/12/2008, soit au plus tard le 30/06/2009, dans les conditions ci-après en cas de réalisation des objectifs suivants :

Sur la base des réalisations des exercices clos aux 31/12/2006, 31/12/2007 et 31/12/2008, si et seulement si les critères suivants sont cumulativement réalisés :

1. le chiffre d'affaires H.T (CA) cumulé sur les exercices 2006, 2007 et 2008 est supérieur ou égal à 6.100.000 €.
2. et l'excédent brut d'exploitation (EBE) cumulé sur les exercices 2006, 2007 et 2008 est supérieur ou égal à 1.640.000 €.

235 BSPCE-1 (avant division du nominal par 500) restent à attribuer aux salariés de la Société.

BSPCE 3

L'Assemblée Générale Extraordinaire du 15 Juin 2006 (quatrième et cinquième résolutions) a décidé d'attribuer 356 BSPCE-3 à M. Marc Lavigne Delville, directeur du pôle Edition et donné pouvoir au Conseil d'Administration de la Société pour la réalisation matérielle de cette décision.

Le conseil d'administration réuni le 15 juin 2006 a décidé que les BSPCE-3 pourront être exercés, à compter de la date d'approbation des comptes de l'exercice clos le 31/12/2008, soit au plus tard le 30/06/2009, dans les conditions ci-après en cas de réalisation des objectifs suivants :

Sur la base des réalisations des exercices clos aux 31/12/2006, 31/12/2007 et 31/12/2008, si et seulement si les critères suivants sont cumulativement réalisés:

1. le CHIFFRE D'AFFAIRES H.T (CA) cumulé sur les exercices 2006, 2007 et 2008 est supérieur ou égal à 13.500.000 €.

2. et l'excédent brut d'exploitation (EBE) cumulé sur les exercices 2006, 2007 et 2008 est supérieur ou égal à 2.160 000 €.

Les 356 BSPCE-3 ont été émis au prix de 0,01 €. Chaque BSPCE-3 donne droit à souscrire à une action (avant division du nominal par 500) de valeur nominale de 150 € au prix de souscription de 1 705€.

Bons de Souscription d'Actions (BSA)

Les Assemblées Générales Extraordinaires du 12 décembre 2003 et du 25 Novembre 2005 ont émis des actions à bons de souscription autonomes (ABSA). Aux termes des délibérations de l'Assemblée Générale Extraordinaire du 9 mars 2007, l'ensemble de ces BSA ont été purement et simplement supprimés, sous conditions suspensives de la décision d'admission d'Euronext et de la réalisation définitive d'une augmentation de capital de 5 millions d'€ minimum.

Obligations convertibles

L'Assemblée Générale Extraordinaire du 25 Novembre 2005 a décidé l'émission de 587 obligations convertibles.

Le 9 mars 2007, 458 obligations ont été converties en actions de la Société. Les 129 obligations restantes ne sont définitivement plus convertibles sous conditions suspensives de la décision d'admission d'Euronext et de la réalisation définitive d'une augmentation de capital de 5 millions d'€ minimum.

22.1.5 Autorisations d'augmentation de capital

A traiter lors de l'assemblée générale du xxxxx 2007.

22.1.6 Options ou accords portant sur le capital de la Société

Une convention de vote est en cours de négociation.

22.1.7 Historique du capital social

Evolution du capital social de la Société depuis sa création :

date	nature de l'opération	nombre d'actions créées ou annulées	nominal	prix d'émission	prime d'émission	augmentation réduction de capital	prime d'émission cumulée	nombre d'actions après opération	capital après opération
14-mai-01	constitution de la Société	4000	10	10		40 000		4000	40 000
12-déc.-03	réduction de capital	600	10	10		6 000		3400	34 000
	augmentation de capital	138	10	217	207	29 946	28566	3538	35 380
	augmentation de capital	692	10	217	207	150 164	171810	4230	42 300
	élévation du nominal		33			97 290	171810	4230	139 590
25-nov.-05	augmentation de capital (conversion OC)	460	33	33		15 180	171810	4690	154 770
25-nov.-05	augmentation de capital (ABSA)	587	33	256	223	150 272	302711	5277	174 141
15-juin-06	apport de parts Numerikart	1760	33	1704,54	1671,54	2 999 990	3244621,4	7037	232 221
15-juin-06	élévation du nominal		150			823 329	3244621,4	7037	1 055 550
9-mars-07	conversion OC	458	150	256	106	68 700	3293169,4	7495	1 124 250
9-mars-07	division du nominal		0,3				3293169,4	3 747 500	1 124 250

Note : tous les montants sont en €.

22.1.8 Evolution de la répartition du capital

	2004	2005	2006	09/03/2007
Actionnaires				

Sylvain MOREL	38,30%	30,70%	29,27%	0,01%
Leromys				27,47%
Bertrand GROS	38,30%	30,70%	29,27%	0,01%
ALV participations				27,47%
Nathalie GROS	0,02%	0,02%	0,01%	0,01%
Bruno MAISONNIER	6,08%	4,87%	3,65%	3,43%
Dominique BOUILLLOT	0,95%	0,76%	0,57%	0,53%
M. CHAZELLE			6,25%	
Infranext			0,00%	5,87%

M. LAVIGNE			6,25%	0,01%
LD Invest				5,86%
Rhône Alpes Création	8,18%	13,70%	10,27%	11,18%
Banque Populaire Création	8,18%	13,70%	10,27%	11,18%
FIP Rhône Alpes PME		2,33%	1,75%	2,92%
FIP Bourgogne Franche comté		3,22%	2,42%	4,03%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

22.2 Actes constitutifs et statuts

L'assemblée générale du xxx avril 2007, sous la condition suspensive de l'admission à la cote d'ALTERNEXT des actions de la Société, a mis à jour les statuts sociaux ainsi qu'il suit :

22.2.1 Objet social

L'objet de la Société consiste en « Régie publicitaire Internet »

La participation de la Société à toutes opérations susceptibles de se rattacher audit objet par voie de création de Sociétés nouvelles, apport, commandite, souscription ou rachat de titres ou droits sociaux, fusion, acquisition, location ou location-gérance de fonds de commerce;

Ainsi que toutes opérations industrielles, commerciales et financières, mobilières et immobilières se rattachant directement ou indirectement audit objet ou à tous objets similaires ou connexes.

(article 2 des statuts)

22.2.2 Dispositions relatives aux organes d'administration et de direction

COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

La Société est administrée par un conseil 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, lesquels exercent leurs fonctions pour une durée de six années et doivent être à cet effet propriétaire d'au moins 1 action.

Par dérogation à l'alinéa qui précède, l'administrateur nommé au cours de la vie sociale en remplacement d'un autre n'exerce ses fonctions que pour la durée du mandat de son prédécesseur restant à courir.

La durée des fonctions des administrateurs est de six années ; elles prennent 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.

Nul ne peut être nommé administrateur si, ayant dépassé l'âge de soixante dix ans, sa nomination a pour effet de porter à plus du tiers des membres du Conseil le nombre d'administrateurs ayant dépassé cet âge. Lorsque cette limite est dépassée, l'administrateur le plus âgé est réputé démissionnaire d'office.

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 dans les conditions prévues par l'article L 225-24 du Code de commerce. L'administrateur nommé en remplacement d'un autre exerce ses fonctions pour le temps restant à courir du mandat de son prédécesseur.

Un salarié de la Société ne peut être nommé administrateur que si son contrat de travail correspond à un emploi effectif. Le nombre d'administrateurs liés à la Société par un contrat de travail ne peut dépasser le tiers des administrateurs en fonction.

Chaque administrateur doit être propriétaire d'au moins une action.

(article 10.1 des statuts)

PRESIDENCE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

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 peut le révoquer à tout moment.

Nul ne peut être nommé Président s'il est âgé de plus de soixante cinq ans. Si le Président en fonction vient à dépasser cet âge, il est réputé démissionnaire d'office.

Le Conseil peut également désigner un ou deux vice-présidents et un secrétaire qui peut être choisi en dehors des administrateurs et des actionnaires.

En cas d'absence du Président, la séance du Conseil est présidée par le vice-président le plus âgé. A défaut, le Conseil désigne, parmi ses membres, le président de séance.

(article 10.2 des statuts)

POUVOIRS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'administration est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir en toute circonstance au nom de la Société, dans les limites de l'objet social et des pouvoirs expressément attribués par la loi aux assemblées d'actionnaires.

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 peut se faire communiquer tous les documents et informations nécessaires à l'accomplissement de sa mission.

Le Conseil peut conférer à tous mandataires de son choix toutes délégations de pouvoirs dans la limite de ceux qu'il tient de la loi et des présents statuts.

Il peut décider la création de comités chargés d'étudier les questions que lui-même ou son président soumet, pour avis à leur examen.

(article 10.3 des statuts)

CONVOCATION ET DELIBERATIONS DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Les membres du Conseil d'administration sont convoqués par tous moyens, même verbalement, au siège social ou en tout autre endroit indiqué dans la convocation.

Le Conseil délibère conformément aux dispositions légales et réglementaires en vigueur. En cas de partage des voix, celle du président de séance est prépondérante.

Conformément aux dispositions du règlement intérieur établi par le Conseil d'Administration, sont réputés présents pour le calcul du quorum et de la majorité, les administrateurs qui participent à la réunion du Conseil par des moyens de visioconférence conformes à la réglementation en vigueur.

Cette disposition n'est pas applicable pour l'adoption des décisions suivantes :

- arrêté des comptes annuels, des comptes consolidés et établissement du rapport de gestion et du rapport sur la gestion du groupe.

(article 10.4 des statuts)

DIRECTION GENERALE

Modalités d'exercice

La direction générale est assumée sous sa responsabilité, soit par le Président du Conseil d'Administration, soit par une autre personne physique nommée par le Conseil d'Administration et portant le titre de Directeur Général.

Le Conseil d'Administration choisit entre ces deux modalités d'exercice de la direction générale.

La délibération du Conseil relative au choix de la modalité d'exercice de la direction générale est prise à la majorité des administrateurs présents ou représentés.

Direction générale

Le Directeur Général est une personne physique choisie parmi les administrateurs ou non.

La durée des fonctions du Directeur Général est déterminée par le Conseil au moment de la nomination. Cependant, si le Directeur Général est administrateur, la durée de ses fonctions ne peut excéder celle de son mandat d'administrateur.

Nul ne peut être nommé Directeur Général s'il est âgé de plus de soixante-cinq ans. Lorsque le Directeur Général atteint la limite d'âge, il est réputé démissionnaire d'office.

Le Directeur Général est révocable à tout moment par le Conseil d'Administration. Si la révocation est décidée sans juste motif, elle peut donner lieu à dommages intérêts, sauf lorsque le Directeur Général assume les fonctions de Président du Conseil d'Administration.

Le Directeur Général 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.

Il représente la Société dans ses rapports avec les tiers. La Société est engagée même par les actes du Directeur Général qui ne relèvent pas de l'objet social, à moins qu'elle ne prouve que le tiers savait que l'acte dépassait cet objet ou qu'il ne pouvait l'ignorer compte tenu des circonstances, étant exclu que la seule publication des statuts suffise à constituer cette preuve.

Le Conseil d'Administration peut limiter les pouvoirs du Directeur Général mais ces limitations sont inopposables aux tiers.

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, le Conseil d'Administration peut nommer une ou plusieurs personnes physiques chargées d'assister le Directeur Général, avec le titre de Directeur Général délégué.

Le Conseil d'Administration peut choisir les directeurs généraux délégués parmi les administrateurs ou non et ne peut pas en nommer plus de cinq.

La limite d'âge est fixée à soixante cinq ans. Lorsqu'un Directeur Général délégué atteint la limite d'âge, il est réputé démissionnaire d'office.

Les directeurs généraux délégués sont révocables à tout moment par le Conseil d'Administration, sur proposition du Directeur Général. Si la révocation est décidée sans juste motif, elle peut donner lieu à dommages intérêts.

Lorsque le Directeur Général cesse ou est empêché d'exercer ses fonctions, les directeurs généraux délégués conservent, sauf décision contraire du Conseil, leurs fonctions et leurs attributions jusqu'à la nomination du nouveau Directeur Général.

En accord avec le Directeur Général, le Conseil d'Administration détermine l'étendue et la durée des pouvoirs conférés aux directeurs généraux délégués. Les directeurs généraux délégués disposent à l'égard des tiers des mêmes pouvoirs que le Directeur Général.

(article 10.5 des statuts)

REMUNERATION DES ADMINISTRATEURS, DU PRESIDENT, DU DIRECTEUR GENERAL, DES DIRECTEURS GENERAUX DELEGUES ET DES MANDATAIRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

L'Assemblée Générale peut allouer aux administrateurs à titre de jetons de présence, une somme fixe annuelle, dont le montant est porté aux charges d'exploitation et reste maintenu jusqu'à décision contraire. Le Conseil d'Administration répartit librement cette rémunération entre ses membres.

La rémunération du Président, de celle du directeur général et des directeurs généraux délégués est fixée par le Conseil d'Administration.

Le Conseil d'Administration peut également allouer pour les missions ou mandats confiés à des administrateurs des rémunérations exceptionnelles qui seront soumises à l'approbation de l'Assemblée Générale Ordinaire.

Les administrateurs ne peuvent recevoir de la Société aucune rémunération, permanente ou non, autre que celles prévues dans les paragraphes précédents, sauf s'ils sont liés à la Société par un contrat de travail dans les conditions autorisées par la loi.

(article 10.6 des statuts)

CONVENTIONS SOUMISES A AUTORISATION OU DECLARATION

Toute convention intervenant directement ou par personne interposée entre la Société et son directeur général, l'un de ses directeurs généraux délégués, l'un de ses administrateurs, ou l'un de ses actionnaires disposant d'une fraction des droits de vote supérieure à 10 % ou, s'il s'agit d'une Société actionnaire, la Société la contrôlant au sens de l'article L. 233-3 du Code de commerce, doit être soumise à l'autorisation préalable du Conseil d'Administration. Il en est de même pour les conventions auxquelles une des personnes précitées est indirectement intéressée et pour celles intervenant entre la Société et une entreprise, si le directeur général, l'un des directeurs généraux délégués ou l'un des administrateurs de la Société est propriétaire, associé indéfiniment responsable, gérant, administrateur, directeur général, membre du conseil de surveillance ou du directoire ou, de façon générale, dirigeant de cette entreprise.

L'intéressé est tenu d'informer le Conseil dès qu'il a connaissance d'une convention soumise à autorisation. Il ne peut prendre part au vote sur l'autorisation sollicitée.

Ces conventions sont soumises à l'approbation de l'assemblée générale des actionnaires dans les conditions prévues par la loi.

Les dispositions qui précèdent ne sont pas applicables aux conventions portant sur les opérations courantes de la Société et conclues à des conditions normales. Cependant, ces conventions sont communiquées par l'intéressé au Président du Conseil d'Administration. La liste et l'objet desdites conventions sont communiqués par le Président aux membres du Conseil d'Administration et aux Commissaires aux Comptes, au plus tard le jour du conseil arrêtant les comptes de l'exercice écoulé. Les actionnaires peuvent également obtenir communication de cette liste et de l'objet des conventions.

Sont dispensées de communication les conventions qui, en raison de leur objet ou de leurs implications financières, ne sont significatives pour aucune des parties.

Il est interdit aux administrateurs autres que les personnes morales de contracter, sous quelque forme que ce soit, des emprunts auprès de la Société, de se faire consentir par elle un découvert, en compte courant ou autrement, et de faire cautionner ou avaliser par elle leurs engagements envers les tiers.

La même interdiction s'applique au directeur général, aux directeurs généraux délégués et aux représentants permanents des personnes morales administrateurs. Elle s'applique également au conjoint, ascendants et descendants des personnes visées au présent article ainsi qu'à toute personne interposée.

(article 10.7 des statuts)

22.2.3 Droits, privilèges et restrictions attachés aux actions

Toutes les actions sont de même catégorie.

FORME DES ACTIONS

Les actions sont nominatives jusqu'à leur entière libération. Quand elles sont intégralement libérées, elles peuvent être nominatives ou au porteur, au choix des actionnaires.

Elles donnent lieu à une inscription à un compte ouvert dans les conditions et modalités prévues par les dispositions légales et réglementaires en vigueur, par la Société émettrice ou par un intermédiaire financier habilité par le Ministre de l'Economie et des Finances.

(article 9.2 des statuts)

TRANSMISSION DES ACTIONS

Les actions sont librement négociables, sous réserve des dispositions législatives et réglementaires.

La propriété des actions délivrées sous la forme nominative résulte de leur inscription au nom du ou des titulaires sur les registres tenus à cet effet au siège social. Les actions dont la forme est obligatoirement nominative ne peuvent être négociées en bourse que si elles sont préalablement placées en compte d'administration chez un intermédiaire habilité.

Les actions qui ne revêtent pas obligatoirement la forme nominative ne peuvent être négociées en bourse que si elles sont converties au porteur.

La propriété des actions au porteur résulte de leur inscription à un compte au porteur chez un intermédiaire financier habilité.

La cession des actions nominatives ou au porteur résulte de leur inscription à un compte au porteur chez un intermédiaire financier habilité.

La cession des actions nominatives ou au porteur s'opère, à l'égard des tiers et de la Société, par virement de compte à compte dans les comptes de la Société émettrice ou ceux de l'intermédiaire financier habilité.

La transmission d'actions, à titre gratuit ou en suite de décès, s'opère également par virement de compte à compte sur justification de la mutation dans les conditions légales.

(article 9.3 des statuts)

INDIVISIBILITE DES ACTIONS

Les copropriétaires indivis d'actions sont représentés aux assemblées générales par l'un d'eux ou par un mandataire unique. En cas de désaccord sur le choix du mandataire, celui-ci est désigné à la demande du copropriétaire le plus diligent par le président du tribunal de commerce.

Dans les assemblées générales ordinaires, le droit de vote appartient à l'usufruitier et dans les assemblées générales extraordinaires au nu-propiétaire. Les actionnaires peuvent, toutefois, convenir de toute autre répartition du droit de vote aux assemblées générales par convention, laquelle doit être notifiée par lettre recommandée à la Société. Après l'expiration d'un délai d'un mois à compter de cette notification, la Société sera tenue d'appliquer ladite convention pour toute assemblée qui se réunira.

(article 9.4 des statuts)

DROITS ET OBLIGATIONS ATTACHES AUX ACTIONS

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

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

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

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

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

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.

La Société est autorisée à faire usage des dispositions légales de l'article L 228-2 du Code de commerce prévues en matière d'identification des détenteurs de titres conférant immédiatement ou à terme le droit de vote dans ses propres assemblées d'actionnaires.

(article 9.5 des statuts)

REPARTITION STATUTAIRE DES BENEFICES (article 18 des statuts)

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

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

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

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

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

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

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

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

Paiement des dividendes et acomptes (article 15 des statuts)

Lorsqu'un bilan au cours ou à la fin de l'exercice et certifié par un Commissaire aux Comptes fait apparaître que la Société, depuis la clôture de l'exercice précédent, après constitution des amortissements et provisions nécessaires et déduction faite s'il y a lieu des pertes antérieures ainsi que des sommes à porter en réserve, en application de la loi ou des statuts, a réalisé un bénéfice, il peut être distribué des acomptes sur dividende avant l'approbation des comptes de l'exercice. Le montant de ces acomptes ne peut excéder le montant du bénéfice ainsi défini.

Les modalités de mise en paiement des dividendes en numéraire sont fixées par l'Assemblée Générale ou, à défaut, par le Conseil d'Administration.

La mise en paiement des dividendes en numéraire doit avoir lieu dans un délai maximal de neuf mois après la clôture de l'exercice, sauf prolongation de ce délai par autorisation de justice.

Aucune répétition de dividende ne peut être exigée des actionnaires sauf lorsque la distribution a été effectuée en violation des dispositions légales et que la Société établit que les bénéficiaires avaient connaissance du caractère irrégulier de cette distribution au moment de celle-ci ou ne pouvaient l'ignorer compte tenu des circonstances. Le cas échéant, l'action en répétition est prescrite trois ans après la mise en paiement de ces dividendes.

Les dividendes non réclamés dans les cinq ans de leur mise en paiement sont prescrits.

22.2.4 Actions nécessaires pour modifier les 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.

22.2.5 Convocations et conditions d'admission aux assemblées générales

Les assemblées générales sont convoquées au siège social ou en tout autre endroit et délibèrent dans les conditions fixées par la loi.

Lorsqu'une assemblée générale n'a pu délibérer, faute de réunir le quorum requis, la deuxième assemblée est convoquée six jours au moins à l'avance, dans les mêmes formes que la première. L'avis et les lettres de convocation de cette deuxième assemblée reproduisent la date et l'ordre du jour de la première.

Tout actionnaire, quel que soit le nombre d'actions qu'il possède, a accès aux assemblées, sous réserve de son inscription dans les comptes de la Société au plus tard cinq jours avant la date de la réunion.

Il peut également se faire représenter par son conjoint ou un autre actionnaire ou voter par correspondance en adressant à la Société au plus tard trois jours avant la date de la réunion

le formulaire établi à cet effet. Corrélativement, l'actionnaire bénéficie d'un droit de communication de certains documents, lesquels sont déterminés par la loi selon des modalités spécifiques.

Le droit de vote attaché aux actions est proportionnel à la quotité de capital qu'elles représentent et chaque action donne droit à une voix au moins.

Un droit de vote double est conféré dans les conditions légales aux actions justifiant d'une inscription nominative depuis deux ans au moins au nom du même actionnaire.

Les assemblées sont présidées par le président du Conseil d'administration ou, en son absence, par un vice-président ou par l'administrateur le plus âgé. A défaut, l'assemblée désigne elle-même son président.

Les fonctions de scrutateurs sont remplies par les deux actionnaires, présents et acceptants, qui disposent, tant par eux-mêmes que comme mandataires, du plus grand nombre de voix.

Le secrétariat est assuré par un actionnaire désigné par les personnes ci-dessus mentionnées.

Les assemblées se déroulent dans les conditions fixées par la loi et les décisions collectives sont prises dans les conditions de quorum et de majorité prescrites par la loi.

(article 12 des statuts)

22.2.6 Dispositions pouvant avoir pour effet de retarder, différer ou empêcher un changement de contrôle de la Société

Il n'existe pas, à la connaissance de la Société, de disposition pouvant avoir pour effet de retarder, différer ou empêcher un changement de son contrôle.

22.2.7 Déclaration de franchissement de seuil

Toute personne physique ou morale, agissant seule ou de concert, qui vient à posséder ou cesse de posséder un nombre d'actions ou de droits de vote représentant plus de 3%, 5%, 10%, 15%, 20%, 25%, 33 1/3%, 50%, 66 2/3%, 90% ou 95% du capital social ou des droits de vote, est tenue d'en informer la Société, dans un délai de 5 jours de bourse à compter du franchissement du seuil de participation par lettre recommandée avec accusé de réception adressée à son siège social en précisant le nombre d'actions et de droits de vote, ainsi que le nombre de titres donnant accès au capital détenus par l'intéressé. Elle doit également en informer l'Autorité des Marchés Financiers.

A défaut d'avoir été déclarées dans les conditions ci-dessus, les actions excédant la fraction qui aurait dû être déclarée sont privées du droit de vote dans les conditions prévues par la loi.

(article 9.6 des statuts)

22.2.8 Stipulations particulières dans les statuts régissant les modifications du capital

Il n'existe aucune stipulation particulière dans les statuts de la Société régissant les modifications de son capital.

23 Contrats importants

La Société n'a conclu aucun contrat important, autre que les contrats présentés dans la présente Offering Circular, conclus dans le cadre normal des affaires au cours des deux années précédant la date d'enregistrement du présent document.

24 Informations provenant de tiers, déclarations d'experts et déclarations d'intérêts

Néant.

25 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, 71 rue François Mermet 69160 Tassin et notamment :

- Les statuts de la Société,
- Tous rapports, courriers et autres documents, informations financières historiques, évaluations et déclarations établis par un expert à la demande de la Société, dont une partie est incluse ou visée dans la présente Offering Circular,
- Les informations financières historiques de la Société et de ses filiales pour chacun des deux exercices précédant la publication de la présente Offering Circular.

26 Informations sur les participations

A la date de la présente Offering Circular, la Société détient la totalité des titres composant le capital de ses filiales figurant au paragraphe 8.

Dénomination	Capital	Quote-part détenue	Valeur brute Titres	Prêt, avances	Chiffre d'affaires
Siège social	Capitaux propres	Dividendes encaissés	Valeur nette Titres	Cautions	Résultat
FILIALES (plus de 50%)					
SARL LEAD TRAFIC 71 rue F Mermet 69160 Tassin la demi lune	1 500 32 231	100%	3 000 3 000	10 000	594 824 30 428

SARL TRADE PARTNER 71 rue F Mermet 69160 Tassin la demi lune	1 500 1 842	100%	3 000 3 000		91 747 49
SARL CLICK MEDIA 71 rue F Mermet 69160 Tassin la demi lune	1 500 39 874	100%	3 000 3 000		524 732 36 304
SARL WEB PUB 71 rue F Mermet 69160 Tassin la demi lune	1 500 51 971	100%	3 000 3 000	10 000	575 521 49 220
SARL NUMERIK ART 71 rue F Mermet 69160 Tassin la demi lune	8 000 223 242	100%	3 016 500 3 016 500	10 000	1 660 601 208 767
SAS CHERCHER EUROPE 71 rue F Mermet 69160 Tassin la demi lune	50 000 253 030	100%	991 300 991 300		460 204 203 030
PARTICIPATIONS (10 à 50%)					
AUTRES TITRES					

GLOSSAIRE

(Source Journal du Net, WIKIPEDIA, 01net, dicodunet, IAB, rentabilisez.com)

Affiliation : contrat de partenariat entre un éditeur de site (l'affilié) et un annonceur (l'affilieur) : le site affilié affiche des objets publicitaires (bannières, liens, ...) renvoyant vers le site de l'annonceur. L'affiliation ayant pour but de générer des prospects et des clients, la rémunération des affiliés est à la performance, en fonction de la « transformation » du contact en client ou prospect...

Capping : consiste à limiter le nombre d'affichage d'une campagne ou d'une bannière sur une période donnée pour un internaute afin d'augmenter le taux de clic.

Classement/ranking : technique de référencement consistant à positionner le site ou certaines pages du site en première page de résultat d'une recherche non par mots-clés mais par expressions plus élaborées.

Conversion : transformation d'un visiteur de site web en client ou prospect et se traduisant par une vente pour l'annonceur (marketing à la performance) ou par un supplément de notoriété (campagne de branding).

Cookie/témoin : courte chaîne de caractères déposée dans un fichier de l'ordinateur de l'internaute par le navigateur, le cookie sert à conserver des informations permanentes ou temporaires : date et heure de la visite de l'internaute, formulaire en réponse à un questionnaire, information à caractère personnel recueillie par le serveur. Le cookie permet notamment au webmaster de reconnaître les habitudes d'un utilisateur et de personnaliser en conséquence la présentation d'un site.

CPA - Coût Par Action : paiement au commissionnement sur les ventes dans lequel l'annonceur reverse au site affilié une commission fixe sur la vente réalisée (CPA fixe) ou en % sur le CA dès qu'un internaute clique sur sa bannière et effectue un achat sur son site.

CPC - Coût Par Clic : mode de rémunération où l'annonceur rémunère le site au clic effectué par l'internaute sur son objet publicitaire ou double-clic pour arriver sur son site.

CPL - Coût Par Lead : mode de rémunération où l'annonceur rémunère le site au lead généré. Le lead représente un client potentiel pour l'annonceur et peut se présenter sous la forme d'un formulaire de réponse à un questionnaire, permettant de contacter le prospect/client potentiel.

CPM - Coût Pour Mille : mode de rémunération où le site éditeur est rémunéré pour mille affichages des objets publicitaires de l'annonceur.

Marque blanche : qualifie une offre de services pouvant être personnalisée et insérée dans un site web. L'offre apparaît alors comme faisant partie intégrante du site dont elle aura adopté les signes distinctifs : logo, couleurs, habillage...

Plateforme d'affiliation : elle regroupe plusieurs affiliés (éditeurs de sites web) et affilieurs (annonceurs, sites marchands) pour favoriser les partenariats (affiliations). La plateforme d'affiliation centralise et redistribue les revenus publicitaires entre les affiliés.

Rémunération au double-clic : l'affilié est rémunéré quand l'internaute a cliqué deux fois : la première fois sur un lien ou un objet publicitaire figurant sur le site de l'affilié et qui le dirige vers le site de l'affilieur, et la deuxième fois sur le site de l'annonceur pour afficher une deuxième page. L'annonceur ne paye que pour les visiteurs du site intéressés par son offre.

Indexation/submission: technique de référencement consistant à faire connaître un site web auprès des moteurs de recherche à l'aide des questionnaires diffusés par ces derniers.

Lien contextuel/contextual link/clink : lien publicitaire textuel ciblé en fonction de la thématique de la page d'un site web. Il apparaît en réponse à une recherche par mot-clé déterminé par l'annonceur. L'IAB recense deux méthodes pour la mise en œuvre de liens contextuels :

- la méthode automatisée de Google AdSense et Yahoo Publisher Network : un robot spécialisé lit le code Javascript de la page lue par l'internaute et choisit les publicités en fonction du contenu des pages qu'il parcourt ;
- la méthode semi-automatisée d'Espotting et Content Match de Yahoo Search Marketing vise à simuler une requête sous forme de mots clés présélectionnés vers la Société prestataire de liens sponsorisés. Ainsi, sur une page traitant du crédit immobilier, on fera afficher les liens sponsorisés correspondant aux requêtes "crédit", "crédit immobilier", "achat logement", etc. Il s'agit d'un système semi-automatisé dans lequel on choisit a priori les mots clés à simuler.

Lien sponsorisé/search engine marketing : conçu en 1997 par Overture (devenue Yahoo Search), le lien sponsorisé consiste pour un annonceur à positionner son site sur les pages de résultats des moteurs de recherche en enchérissant sur des mots-clés en rapport avec son activité. Le positionnement dépend du montant payé lors des enchères, non de la pertinence du contenu du site avec la recherche de l'internaute. Les Sociétés leaders sur ce marché sont Google AdWords et Yahoo Search/Sponsored Search.

Paid inclusion program/trusted feed : référencement payant par transfert de flux XML pour faire répertorier les pages volumineuses d'un site (en général, site marchand présentant de nombreuses références produits) et les faire apparaître en référencement naturel sur les sites des moteurs de recherche.

PAP : Pages avec Publicité

Positionnement/positioning : technique de référencement consistant à positionner le site ou certaines pages du site en première page de résultat pour la recherche à partir de certains mots-clés.

Position squatting : consiste à détourner la clientèle d'un site concurrent ou exerçant une activité proche : le squatter achète auprès d'un moteur de recherche un mot-clé correspondant à la marque du concurrent pour positionner son site en tête de résultat et détourner les clients attachés à la marque.

Référencement/web positioning : ensemble de techniques permettant d'améliorer la visibilité d'un site web telles que l'indexation (submission), le positionnement (positioning) et le classement (ranking). La difficulté du référencement

tient à la structuration du contenu afin qu'il soit bien positionné dans les résultats d'une recherche par mots-clés.

Référencement naturel : ensemble de techniques permettant de positionner gratuitement (naturellement) un site auprès d'un moteur de recherche notamment par la structuration des pages du site et le choix des mots employés, la recherche se faisant par mots-clés.

Référencement payant : comprend les liens sponsorisés, les liens contextuels et le trusted feed (ou paid inclusion program).

Rich media : procédés permettant « d'enrichir » la communication publicitaire en exploitant les possibilités offertes par l'interactivité et le multimédia, tels que l'habillage de sites web, l'adjonction de documents audio et/ou vidéo...Nielsen/NetRatings définit le rich média à partir du format technologique utilisé : Java, DHTML ou Flash.