

## THE MARKETINGGROUP

Société Anonyme au capital de 559 851,75 €

Siège social : 113, rue Victor Hugo  
92 300 Levallois Perret

RCS de Nanterre : 353 944 093

## PROSPECTUS

Mis à la disposition du public à l'occasion :

- De l'admission aux négociations sur le marché Alternext d'Euronext Paris S.A. des 2 239 407 actions constituant le capital de la société THE MARKETINGGROUP,
- Du placement auprès du public d'un nombre minimum de 1 006 240 actions, réparties à hauteur de 446 240 actions existantes et 560 000 actions nouvelles émises dans le cadre d'une augmentation de capital en numéraire, nombre susceptible d'être porté à un maximum de 1 090 240 actions par émission de 84 000 actions supplémentaires en cas d'exercice en totalité de la clause d'extension.

Fourchette indicative de prix applicable à l'Offre à Prix Ouvert, au Placement Global  
Entre 5,00 € et 5,80 €

La notice légale sera publiée au Bulletin des Annonces légales obligatoires du 25 novembre 2005.



Par application des articles L 412-1 et L 621-8 du Code Monétaire et Financier et de son règlement général, notamment de ses articles 211-1 à 216-1, l'Autorité des Marchés Financiers a apposé son visa numéro 05-800 en date du 22 novembre 2005 sur le présent prospectus.

Ce prospectus a été établi par l'émetteur et engage la responsabilité de ses signataires. Le visa, conformément aux dispositions de l'article L.621-8-1-I du Code Monétaire et Financier, a été attribué après que l'AMF a vérifié « si le document est complet et compréhensible, et si les informations qu'il contient sont cohérentes ». Il n'implique ni approbation de l'opportunité de l'opération, ni authentification des éléments comptables et financiers présentés.



**Listing Sponsor**



**Introduceur  
Etablissement en charge du placement**

Des exemplaires de ce prospectus sont disponibles sans frais :

- au siège social de la société THE MARKETINGGROUP,
- auprès des sociétés Euroland Finance et Banque d'Orsay,
- ainsi que sur le site de l'AMF ([www.amf-france.org](http://www.amf-france.org))

## SOMMAIRE

Dans le présent document les premières et deuxièmes parties correspondent respectivement aux annexes I et III du Règlement 809/2004.

<b>SOMMAIRE</b>	<b>2</b>
<b>PREMIERE PARTIE</b>	<b>15</b>
<b>1. PERSONNES RESPONSABLES</b>	<b>16</b>
1.1. Dénomination des personnes responsables	16
1.1.1. Responsable du Prospectus	16
1.1.2. Responsable de l'information financière	16
1.2. Attestation des personnes responsables	16
1.2.1. Attestation du responsable du Prospectus	16
1.2.2. Attestation de l'Introducteur et du Listing Sponsor - Prestataire de Services d'Investissement	17
<b>2. CONTRÔLEURS LEGAUX DES COMPTES</b>	<b>18</b>
2.1. Commissaires aux comptes titulaires	18
2.2. Commissaires aux comptes suppléants	18
2.3. Contrôleurs légaux ayant démissionné, ayant été écartés ou n'ayant pas été renouvelés	18
<b>3. INFORMATIONS FINANCIERES SELECTIONNEES</b>	<b>19</b>
<b>4. FACTEURS DE RISQUE</b>	<b>20</b>
4.1. Risques liés à l'opération d'inscription sur Alternext	20
4.2. Faits exceptionnels et litiges	20
4.3. Propriété intellectuelle	20
4.4. Risques liés à l'activité	21
4.4.1. Risques clients	21
4.4.2. Risques fournisseurs	22
4.4.3. Risques liés à l'évolution du marché	23
4.4.4. Risques liés à l'évolution du montant du SMIC	23
4.4.5. Risques industriels et liés à l'environnement	23
4.5. Risques liés à l'organisation de la société	23
4.5.1. Risques humains	23
4.5.2. Dépendance à l'égard des dirigeants et des collaborateurs clefs	23
4.6. Risques de marché	23
4.6.1. Risques de liquidité	23
4.6.2. Risques de taux de change	25
4.6.3. Risques de taux d'intérêt	25
4.6.4. Risques sur actions	25
4.7. Risques juridiques	26
4.7.1. Réglementation	26
4.7.2. Risques liés à l'évolution du temps de travail	26
4.8. Assurances et couverture des risques	26
4.9. Autres risques	27
<b>5. INFORMATIONS CONCERNANT L'EMETTEUR</b>	<b>28</b>
5.1. Histoire et évolution de la société	28
5.1.1. Raison sociale et nom commercial et siège social de l'émetteur	28
5.1.2. Lieu et numéro d'enregistrement de l'émetteur	28
5.1.3. Date de constitution et durée de vie de la société	28
5.1.4. Forme juridique et législation régissant ses activités (articles 1 et 6 des statuts)	28
5.1.5. Exercice Social (article 47 des statuts)	29
5.1.6. Historique de la Société	29
5.2. Investissements	30
5.2.1. Principaux investissements réalisés durant la période couverte	30
5.2.2. Principaux investissements en cours	31
5.2.3. Politique d'investissements future	31

<b>6. APERCU DES ACTIVITES</b>	<b>32</b>
6.1. Présentation générale de l'activité de la Société	32
6.1.1. <i>Présentation de l'activité</i>	32
6.1.2. <i>Répartition de l'activité et saisonnalité</i>	32
6.2. Stratégie et avantages concurrentiels	34
6.2.1. <i>Plan de développement stratégique</i>	34
6.2.2. <i>Développement du pôle Centres de Contacts</i>	34
6.2.3. <i>Consolidation et intégration du pôle Marketing Communication</i>	35
6.3. Présentation des principaux pôles d'activités et des principaux marchés	35
6.3.1. <i>Positionnement de la Société sur ses marchés</i>	35
6.3.2. <i>Offre de la Société</i>	39
6.3.3. <i>Environnement concurrentiel</i>	41
<b>7. ORGANIGRAMME</b>	<b>43</b>
7.1. Description du Groupe	43
7.1.1. <i>Evolution de la structure juridique du Groupe</i>	43
7.1.2. <i>Traité de fusion : résumé</i>	44
7.2. Principales filiales de l'émetteur	47
<b>8. PROPRIETES IMMOBILIERES, USINES ET EQUIPEMENTS</b>	<b>48</b>
8.1. Propriétés immobilières louées	48
8.2. Question environnementale	49
<b>9. EXAMEN DE LA SITUATION FINANCIERE ET DU RESULTAT</b>	<b>50</b>
9.1. Examen de la situation financière et du résultat au cours des exercices 2002, 2003 et 2004	50
9.1.1. <i>Chiffre d'affaires</i>	50
9.1.2. <i>Charges opérationnelles courantes</i>	51
9.1.3. <i>Résultat d'exploitation</i>	52
9.1.4. <i>Résultat financier</i>	52
9.1.5. <i>Charges d'impôt</i>	52
9.1.6. <i>Résultat net</i>	52
9.2. Examen de la situation financière et du résultat des comptes semestriels du 30 juin 2005 et du 30 juin 2004	53
9.2.1. <i>Chiffre d'affaires</i>	53
9.2.2. <i>Charges opérationnelles courantes</i>	53
9.2.3. <i>Résultat d'exploitation</i>	54
9.2.4. <i>Résultat financier</i>	54
9.2.5. <i>Charges d'impôt</i>	55
9.2.6. <i>Résultat net</i>	55
9.3. Facteurs de nature gouvernementale, économique, budgétaire, monétaire ou politique pouvant influencer sensiblement les opérations du Groupe	55
9.4. Informations complémentaires	55
9.4.1. <i>Engagements hors bilan</i>	55
<b>10. TRESORERIE ET CAPITAUX</b>	<b>56</b>
10.1. Capitaux propres de l'émetteur	56
10.2. Sources et montants de flux de trésorerie	56
10.2.1. <i>Sources et montants des flux de trésorerie au cours des exercices 2002, 2003 et 2004</i>	56
10.2.2. <i>Sources et montants des flux de trésorerie au 30 juin 2005</i>	57
10.3. Conditions d'emprunts et structure de financement	58
10.4. Restrictions éventuelles à l'utilisation des capitaux	59
10.5. Sources de financement attendues, nécessaires pour honorer les engagements	59
<b>11. RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT, BREVETS ET LICENCES</b>	<b>60</b>
<b>12. INFORMATIONS SUR LES TENDANCES</b>	<b>61</b>
12.1. Tendances ayant affecté les activités de l'émetteur depuis la fin du dernier exercice	61
12.2. Eléments susceptibles d'influer les perspectives de l'émetteur	61
<b>13. PREVISIONS OU ESTIMATIONS DE BENEFICE</b>	<b>62</b>

<b>14.ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION ET DE SURVEILLANCE ET DIRECTION GENERALE</b>	<b>63</b>
14.1. Informations générales relatives aux dirigeants et administrateurs	63
14.1.1. Membres du Conseil d'Administration	63
14.1.2. Profils des dirigeants	64
14.2. Conflits d'intérêts au niveau des organes d'administration, de direction et de surveillance et de la direction générale	66
<b>15.REMUNERATION ET AVANTAGES</b>	<b>67</b>
15.1. Rémunérations et avantages en nature attribués pour le dernier exercice clos aux mandataires sociaux de la Société	67
15.2. Options de souscription ou d'achat d'actions consenties aux mandataires sociaux	67
15.3. Prêts et garanties accordés ou constitués en faveur des membres des organes d'administration, de direction ou de surveillance de la Société	68
15.4. Sommes provisionnées ou constatées par la Société aux fins de versement de pensions, de retraite ou d'autres avantages	68
<b>16.FONCTIONNEMENT DES ORGANES D'ADMINISTRATION ET DE DIRECTION</b>	<b>69</b>
16.1. Direction de la Société	69
16.2. Contrats entre les administrateurs et la Société	69
16.3. Comités d'audit et de rémunération	69
16.4. Gouvernement d'entreprise	69
16.5. Contrôle interne	70
<b>17.SALARIES</b>	<b>76</b>
17.1. Effectifs	76
17.2. Participations et stock options	76
17.2.1. Participations	76
17.2.2. Options de souscription et d'achat d'actions consenties aux salariés	77
17.3. Intéressement des salariés	77
17.3.1. Contrats d'intéressement et de participation	77
17.3.2. Attribution d'actions gratuites	77
<b>18.PRINCIPAUX ACTIONNAIRES</b>	<b>78</b>
18.1. Evolution du capital social au cours des 5 dernières années	78
18.2. Répartition du capital et des droits de vote	79
18.3. Droits de vote des principaux actionnaires	79
18.4. Contrôle de la Société	79
18.5. Pacte d'actionnaires et actions de concert	79
<b>19.OPERATIONS AVEC DES APPARENTES</b>	<b>81</b>
<b>20.INFORMATIONS FINANCIERES CONCERNANT LE PATRIMOINE, LA SITUATION FINANCIERE ET LES RESULTATS DE L'EMETTEUR</b>	<b>82</b>
20.1. Informations financières historiques	82
20.1.1. Comptes annuels consolidés relatifs aux exercices clos aux 31 décembre 2002, 31 décembre 2003 et 31 décembre 2004	82
20.1.2. Annexes aux comptes annuels consolidés relatifs aux exercices clos aux 31 décembre 2002, 31 décembre 2003 et 31 décembre 2004	86
20.1.3. Comptes semestriels consolidés relatifs à l'exercice clos au 30 juin 2005	138
20.1.4. Annexes aux comptes semestriels consolidés relatifs à l'exercice clos au 30 juin 2005	142
20.2. Vérification des informations annuelles historiques	161
20.2.1. Rapports des commissaires aux comptes relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2002	161
20.2.2. Rapports des commissaires aux comptes relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2003	164
20.2.3. Rapports des commissaires aux comptes relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2004	167
20.2.4. Examen limité des commissaires aux comptes relatifs à l'exercice clos le 30 juin 2005	173
20.3. Politique de distribution des dividendes	173
20.4. Procédures judiciaires et d'arbitrage	174
20.5. Changement significatif de la situation financière ou commerciale	174
<b>21.INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES</b>	<b>175</b>
21.1. Capital Social	175

21.1.1.	<i>Conditions auxquelles les statuts soumettent les modifications du capital et des droits attachés aux actions (article 8 des statuts)</i>	175
21.1.2.	<i>Capital social (article 7 des statuts)</i>	178
21.1.3.	<i>Acquisition par la société de ses propres actions</i>	178
21.1.4.	<i>Capital autorisé non émis</i>	179
21.1.5.	<i>Capital de la société faisant l'objet d'une option ou d'un accord conditionnel ou inconditionnel prévoyant de le placer sous option</i>	179
21.1.6.	<i>Evolution du capital social au cours des trois dernières années</i>	179
<b>21.2.</b>	<b>Acte constitutif et statuts</b>	<b>180</b>
21.2.1.	<i>Objet social (article 2 des statuts) et code APE</i>	180
21.2.2.	<i>Membres de ses organes d'administration, de direction et de surveillance</i>	180
21.2.3.	<i>Droits, privilèges et restrictions attachés à chaque catégorie d'actions existante (article 12 et 14 des statuts)</i>	180
21.2.4.	<i>Assemblées Générales (articles 36 à 42 des statuts)</i>	181
21.2.5.	<i>Clauses susceptibles d'avoir une incidence sur le contrôle de la Société</i>	183
21.2.6.	<i>Franchissements de seuils (article 15 des statuts)</i>	183
21.2.7.	<i>Garantie de cours (article 16 des statuts)</i>	183
21.2.8.	<i>Nantissements, garantie et sûreté des actifs</i>	184
<b>22.</b>	<b>CONTRATS IMPORTANTS</b>	<b>186</b>
<b>23.</b>	<b>INFORMATIONS PROVENANT DE TIERS, DECLARATIONS D'EXPERTS ET DECLARATION D'INTERETS</b>	<b>187</b>
<b>24.</b>	<b>DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC</b>	<b>188</b>
<b>25.</b>	<b>INFORMATIONS SUR LES PARTICIPATIONS</b>	<b>189</b>
	<b>DEUXIEME PARTIE</b>	<b>190</b>
<b>1.</b>	<b>PERSONNES RESPONSABLES</b>	<b>191</b>
1.1.	Dénomination des personnes responsables	191
1.2.	Attestation des personnes responsables	191
1.2.1.	<i>Engagements de la Société</i>	191
1.2.2.	<i>Attestation du Listing Sponsor et de la Banque Introdutrice</i>	191
1.2.3.	<i>Calendrier indicatif de communication financière</i>	192
<b>2.</b>	<b>FACTEURS DE RISQUES DE MARCHE INFLUANT SUR LES VALEURS MOBILIERES</b>	<b>193</b>
<b>3.</b>	<b>INFORMATIONS DE BASE</b>	<b>194</b>
3.1.	Déclaration sur le fonds de roulement net	194
3.2.	Capitaux propres et endettement	194
3.3.	Intérêt des personnes physiques et morales participant à l'offre	195
3.4.	Raisons de l'offre et utilisation du produit	195
<b>4.</b>	<b>INFORMATIONS SUR LES VALEURS MOBILIERES OFFERTES/ADMISES A LA NEGOCIATION</b>	<b>196</b>
4.1.	Nature des actions offertes et code ISIN	196
4.2.	Droit applicable et tribunaux compétents	196
4.3.	Forme des actions (article 11 des statuts)	196
4.4.	Monnaie de l'émission	196
4.5.	Droits attachés aux valeurs mobilières	196
4.6.	Cadre juridique de l'émission	197
4.6.1.	<i>Assemblée Générale ayant autorisé l'émission</i>	197
4.6.2.	<i>Conseil d'Administration ayant décidé l'émission</i>	198
4.7.	Date prévue de l'offre	198
4.8.	Restrictions à la libre négociation des valeurs mobilières	198
4.9.	Règles de retrait ou de rachat obligatoire applicables aux valeurs mobilières	198
4.10.	Opérations publiques d'achat récentes	199
4.11.	Régime fiscal des valeurs mobilières	199
<b>5.</b>	<b>CONDITIONS DE L'OFFRE</b>	<b>202</b>
5.1.	Conditions générales de souscription	202
5.1.1.	<i>Conditions auxquelles l'offre est soumise</i>	202
5.1.2.	<i>Montant de l'offre</i>	203
5.1.3.	<i>Durée de l'offre</i>	203
5.1.4.	<i>Révocabilité de l'offre</i>	203

5.1.5.	<i>Réduction de l'offre</i>	203
5.1.6.	<i>Montant minimum de souscription</i>	203
5.1.7.	<i>Délai de rétractation</i>	203
5.1.8.	<i>Calendrier de l'offre</i>	203
5.1.9.	<i>Dates et modalités de publication des résultats de l'opération</i>	204
5.1.10.	<i>Procédure d'exercice du droit préférentiel de souscription</i>	204
<b>5.2.</b>	<b>Plan de distribution et allocation des valeurs mobilières</b>	<b>204</b>
5.2.1.	<i>Catégories d'investisseurs et restrictions de vente</i>	204
5.2.2.	<i>Engagements de souscription</i>	204
5.2.3.	<i>Information de pré allocation</i>	204
5.2.4.	<i>Procédure de notification aux souscripteurs</i>	204
5.2.5.	<i>Dispositif de sur allocation et de rallonge</i>	204
<b>5.3.</b>	<b>Fixation du prix d'émission des valeurs mobilières</b>	<b>205</b>
5.3.1.	<i>Prix d'émission</i>	205
5.3.2.	<i>Procédure de publication du prix</i>	205
5.3.3.	<i>Eléments d'appréciation du prix</i>	205
5.3.4.	<i>Disparité entre prix d'offre et titres pouvant être souscrits par des membres des organes d'administration et de direction dans le cadre de plans de stock options, BSPCE, BSA</i>	207
<b>5.4.</b>	<b>Placement et garantie</b>	<b>207</b>
5.4.1.	<i>Etablissements en charge du placement</i>	207
5.4.2.	<i>Etablissement désigné pour recevoir les souscriptions dans le cadre du Placement Global et services Titres</i>	207
5.4.3.	<i>Garantie</i>	208
<b>6.</b>	<b>ADMISSION A LA NEGOCIATION ET MODALITES DE NEGOCIATION</b>	<b>209</b>
6.1.	Conditions générales d'admission	209
6.2.	Marché réglementé de négociation de titres	210
6.3.	Autres placements de valeurs mobilières concomitants	211
6.4.	Contrat de liquidité	211
6.5.	Stabilisation post-opération	211
<b>7.</b>	<b>DETENEURS DE VALEURS MOBILIERES SOUHAITANT LES VENDRE</b>	<b>212</b>
<b>8.</b>	<b>DEPENSES LIEES A L'EMISSION</b>	<b>213</b>
<b>9.</b>	<b>DILUTION RESULTANT DE L'EMISSION</b>	<b>214</b>
9.1.	Pourcentage de dilution résultant de l'offre	214
9.2.	Incidence sur la situation de l'actionnaire ne participant pas à l'offre	214
<b>10.</b>	<b>INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES</b>	<b>217</b>
10.1.	Conseillers ayant un lien avec l'offre	217
10.2.	Rapports des contrôleurs légaux des comptes	217
10.3.	Rapports d'experts	217
10.4.	Informations provenant de tiers	217

### **Note Liminaire**

Dans le présent Prospectus, l'expression « THE MARKETINGGROUP » ou la « Société » désigne la société THE MARKETINGGROUP, anciennement PHONE MARKETING, le changement de dénomination sociale étant intervenu consécutivement à l'Assemblée Générale Mixte du 15 novembre 2005.

Par ailleurs le présent prospectus s'articule en deux parties distinctes :

- la première partie correspondant à l'Annexe I du Règlement 809/2004 ;
- la deuxième partie correspondant à l'Annexe III du Règlement 809/2004.

## RESUME DU PROSPECTUS

### AVERTISSEMENT AU LECTEUR

Le présent résumé expose, dans un langage non technique, certaines informations essentielles contenues dans le prospectus THE MARKETINGGROUP. Il doit être lu comme une introduction au prospectus. Toute décision d'investir dans les titres offerts doit être fondée sur un examen exhaustif du prospectus.

Lorsqu'une action concernant l'information contenue dans le prospectus est intentée devant un tribunal, l'investisseur plaignant peut, selon la législation nationale des États membres de la Communauté européenne ou parties à l'accord sur l'Espace économique européen, 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 résumé, y compris sa traduction, et en ont demandé la notification, mais uniquement si le contenu du résumé est trompeur, inexact ou contradictoire par rapport aux autres parties du prospectus.

### 1. Éléments clés de l'offre et calendrier prévisionnel

THE MARKETINGGROUP a demandé l'admission aux négociations sur le marché Alternext d'Euronext Paris de la totalité des actions composant son capital, soit 2 239 407 actions intégralement souscrites, entièrement libérées et toutes de même catégorie, ainsi que des actions nouvelles susceptibles d'être émises dans le cadre de l'offre.

#### *Calendrier indicatif de l'opération*

15 novembre 2005	Tenue de l'Assemblée Générale
22 novembre 2005	Obtention du visa AMF
24 novembre 2005	Publication par Euronext Paris de l'avis d'ouverture de l'opération
28 novembre 2005	Début du Placement Global et de l'Offre Publique
8 décembre 2005	Clôture de l'Offre Publique
9 décembre 2005	Clôture du Placement Global Fixation du prix des actions Publication par Euronext Paris de l'avis de résultat de l'Offre Publique Première cotation des actions de la Société Communiqué de presse confirmant le dimensionnement final de l'Offre Publique et du Placement Global ainsi que le prix définitif des actions
12 décembre 2005	Avis financier publié dans la Tribune indiquant le dimensionnement final de l'Offre Publique et du Placement Global ainsi que le prix définitif des actions
14 décembre 2005	Règlement-Livraison des actions
15 décembre 2005	Début des négociations des actions de la Société sur le marché Alternext d'Euronext Paris

### 2. Modalités de l'offre et de l'admission à la négociation

#### *Structure du placement*

Il est prévu que la diffusion des actions existantes dans le public (le « Placement ») se réalise dans le cadre :

- d'une offre au public en France réalisée sous la forme d'une « offre à prix ouvert », principalement destinée aux personnes physiques (l'« Offre Publique »),
- d'un placement global principalement destiné aux investisseurs institutionnels (le « Placement Global »).

Si la demande exprimée dans le cadre de l'Offre Publique le permet, le nombre définitif d'actions allouées en réponse aux ordres émis dans le cadre de l'Offre Publique sera au moins égal à 10 % du nombre total d'actions offertes dans le cadre du Placement. Ainsi, le nombre minimum d'actions offertes dans le cadre de l'Offre Publique est de 100 624, le nombre maximum d'actions théoriquement allouées au Placement Global est de 905 616, avant éventuel exercice de la Clause d'Extension. En cas d'exercice de la Clause d'Extension, le nombre minimum d'actions offertes dans le cadre de l'Offre Publique est de 109 024, le

nombre maximum d'actions théoriquement allouées au Placement Global est de 981 216. Les nombres définitifs d'actions affectées à l'Offre Publique d'une part et au Placement Global d'autre part seront arrêtés dans le respect des principes édictés à l'article 7 de la décision n°2000-01 du Conseil des Marchés Financiers.

### **Actions faisant l'objet du placement**

Nombre d'actions offertes 446 240 actions existantes représentant environ 19,9 % du capital et 10,1 % des droits de vote de THE MARKETINGROUP à la date du présent résumé

560 000 actions nouvelles représentant environ 25,0 % du capital et 12,6 % des droits de vote de THE MARKETINGROUP à la date du présent résumé

Nombre définitif d'actions offertes dans le cadre du Placement Le nombre d'actions offertes serait porté à 1 090 240 actions au maximum en cas d'exercice en totalité de la clause d'Extension, soit environ 48,7% du capital de THE MARKETINGROUP à la date du présent résumé

Provenance des actions cédées

Actionnaires cédants	Nombre d'actions cédées	% du capital avant opération
Marc GLADYSZ	400 000	17,9%
Nathalie HENRIOT	7 500	0,3%
Jacques WILLEMS	10 000	0,4%
Emilie LEVY	5 000	0,2%
Bruno THIEBAUD	19 845	0,9%
Bernard SAUSSINAN	3 895	0,2%

Clause d'extension En fonction de la demande, le nombre d'actions offertes dans le cadre de l'augmentation de capital pourrait être augmenté d'un maximum de 84 000 actions supplémentaires représentant 15 % du nombre initial d'actions à émettre.

Prix par action A titre indicatif, entre 5,00 € et 5,80 €. Cette indication ne préjuge pas du prix définitif qui pourrait se situer en dehors de cette fourchette et sera fixé à l'issue de la période de construction du livre d'ordres, soit le 9 décembre 2005. Le prix par action fera l'objet d'un communiqué de THE MARKETINGROUP qui devrait être publié le 9 décembre 2005.

Date de jouissance 1er janvier 2005. Les actions nouvelles seront entièrement assimilées à compter de leur émission aux actions existantes.

### **Cession d'actions existantes**

Nombre maximum d'actions à céder 446 240 actions.

Produit brut de la cession A titre indicatif, 2 409 696 € à un prix égal au point médian de la fourchette indicative de prix mentionnée ci-dessus (soit 5,40 €).

### **Augmentation de capital**

Nombre d'actions à émettre 560 000 actions pouvant être porté à un maximum de 644 000 actions en cas d'exercice de la clause d'extension.  
Le nombre définitif d'actions à émettre fera l'objet d'un communiqué de THE MARKETINGROUP qui devrait être publié le 9 décembre 2005

Produit brut de l'émission de A titre indicatif, 3 477 600 en cas d'émission du nombre maximum d'actions (Clause d'Extension) à un prix égal au point médian de la fourchette indicative de prix mentionnée ci-dessus (soit 5,40 €),

Il n'est pas prévu de tranche salariés.

#### **Eléments d'appréciation du prix**

La fourchette de prix indicative, telle qu'elle est proposée dans le présent document, et qui fait ressortir une capitalisation de la Société après augmentation de capital de 15,1 millions d'euros pour un prix fixé au milieu de la fourchette retenue par le Conseil d'Administration de la Société, sur recommandation de EuroLand Finance, le 15 novembre 2005, est cohérente avec les méthodes de valorisations usuellement employées conformément aux pratiques de marché.

Pour aboutir à la fourchette indicative proposée, les critères retenus sont la Méthode des comparables boursiers et la méthode des discounted cash flow (DCF).

#### **Garantie de bonne fin**

Le placement ne fera pas l'objet d'une garantie de bonne fin.

De ce fait, le début des négociations sur le titre n'interviendra qu'à l'issue des opérations de règlement livraison et après délivrance du certificat du dépositaire.

#### **Cotation**

Les premières négociations sur Alternext débuteront le 9 décembre 2005, code ISIN FR0000044679.

### **3. Informations de base concernant les données financières sélectionnées**

#### *3.1. Etats financiers*

##### **Sélection de données financières**

Les informations financières historiques sélectionnées par la Société et figurant ci-dessous proviennent de ses comptes consolidés :

- sur 12 mois arrêtés au 31 décembre pour les exercices 2002, 2003 et 2004
- et des données semestrielles arrêtées au 30 juin 2005.

En K€	2002	2003	2004	30/06/2004	30/06/2005
Chiffre d'affaires	21 297	23 775	23 498	11 033	14 624
Résultat d'exploitation	1 910	-88	1 192	310	802
Marge d'exploitation	8,97%	n.s.	5,07%	2,81%	5,48%
Résultat financier	-263	-273	-249	-126	-107
Résultat net	885	-445	378	134	348
Actif immobilisé	5 501	5 162	5 122	na	4 585
Capitaux Propres	5 514	5 227	5 605	na	5 864
Endettement financier	2 989	2 534	2 173	na	1 668
Trésorerie	2 892	1 877	3 114	na	3 480
Total du bilan	16 144	15 183	15 154	na	15 727

\* Les comptes n'ont pas été arrêtés au 30 juin 2004. Les données semestrielles au 30 juin 2005 ont été établies conformément aux normes en vigueur (Règlement 99-R01 du 18 mars 1999).

### Déclaration sur le fonds de roulement

THE MARKETINGGROUP atteste que, de son point de vue, le fonds de roulement net du Groupe est suffisant (c'est-à-dire que le Groupe a des ressources de trésorerie et de liquidité suffisantes) au regard de ses obligations actuelles au cours des douze prochains mois à compter de la date d'établissement du présent prospectus. Cette affirmation repose sur la situation actuelle de THE MARKETINGGROUP, sans tenir compte de la levée de fonds prévue dans le cadre de l'admission des actions aux négociations sur le marché Alternext d'Euronext Paris.

### Capitaux propres et endettement

Conformément aux recommandations du CESR (CESR 127), la situation de l'endettement et des capitaux propres au 30 août 2005 est la suivante :

En milliers d'euros	31 Août 2005
<b>Capitaux Propres, dont :</b>	<b>5 625</b>
Capital Social	560
Réserves	4 956
Résultat de l'exercice (8 mois)	109
<b>Endettement financier, dont :</b>	<b>1 591</b>
Total des dettes à court terme	841
- Garanties	67
- Privilégiées	0
- Non garanties / Non privilégiées	774
Total des dettes à moyen et long terme (hors partie à moins d'un an des dettes à moyen et long terme)	750
- Garanties	61
- Privilégiées	0
- Non garanties / Non privilégiées	689
<b>Disponibilités et valeurs mobilières de placement</b>	<b>2 697</b>

Informations complémentaires sur l'endettement net à court terme, à moyen terme et à long terme :

En milliers d'euros	31 Août 2005
A. Trésorerie	1 849
B. Instruments équivalents	0
C. Titres de placement	849
<b>D. Liquidités (A+B+C)</b>	<b>2 697</b>
E. Créances financières à court terme	0
F. Dettes bancaires à court terme	13
G. Parts à moins d'un an des dettes à moyen et long terme	386
H. Autres dettes financières à court terme	442
<b>I. Dettes financières à court terme (F+G+H)</b>	<b>841</b>
J. Endettement financier net à court terme (I-E-D)	-1 857
K. Emprunts bancaires à plus d'un an	410
L. Obligations émises	0
M. Autres emprunts à plus d'un an	340
<b>N. Endettement financier net à moyen et long terme (K+L+M)</b>	<b>750</b>
<b>O. Endettement financier net (J+N)</b>	<b>-1 106</b>

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

Cette opération de transfert sur le marché Alternext d'Euronext Paris par appel public à l'épargne va permettre à THE MARKETINGGROUP de :

- renforcer sa notoriété et sa crédibilité vis-à-vis de ses clients, de ses fournisseurs et de ses partenaires, en France comme à l'étranger,
- améliorer la liquidité du titre,
- faire bénéficier ses actionnaires actuels et futurs des protections et garanties offertes par le marché Alternext,

Il s'agit également pour la Société de se laisser l'opportunité de profiter d'éventuelles opérations de croissance externe pouvant s'offrir à elle.

Pour les actionnaires cédants, l'opération de cession d'une partie des titres THE MARKETINGGROUP détenus correspond à un souci de liquidité pour cet investissement.

### *3.3. Résumé des principaux facteurs de risque*

Les investisseurs sont invités à prendre en considération les risques décrits ci-dessous (repris en détail au paragraphe 4 dans la première partie du prospectus et au paragraphe 2 dans la seconde partie du prospectus) avant de prendre leur décision d'investissement :

- Les risques inhérents à l'opération (notamment le fait que la souscription des actions nouvelles n'est pas garantie par l'établissement introducteur, que l'augmentation de capital avec abandon des droits préférentiels de souscription pourra être limitée au montant des souscriptions recueillies à condition que celui-ci atteigne les trois quarts au moins de l'augmentation de capital et que les titres faisant l'objet de la présente opération ne seront pas admis aux négociations sur un marché réglementé et ne bénéficieront donc pas des garanties correspondantes)
- Les risques liés à THE MARKETINGGROUP (notamment les risques liés à l'activité du Groupe, les risques liés à l'évolution de la réglementation en matière de temps de travail, les risques liés aux litiges prudhomaux pouvant survenir dans le cadre des activités du Groupe).

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

La Société a procédé à des distributions de dividendes au cours des exercices 2002 et 2004.

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

## **4. Informations concernant THE MARKETINGGROUP**

THE MARKETINGGROUP opère dans le domaine des Services Marketing.

L'activité du groupe se concentre sur deux pôles d'activité distincts :

- l'activité historique des Centres d'Appels développée à Paris et en province avec les deux filiales du Groupe : PHONE MARKETING Rhône Alpes, PHONE MARKETING Méditerranée, ces deux entités conférant au Groupe une couverture nationale du territoire ;
- la nouvelle activité « Marketing Communication », créée à partir de 2002 et consolidée par le biais de trois opérations de croissance externe : Hightouch, Trade Force, Strategy Club (cf organigramme juridique avant fusion, paragraphe 20.4).

## 5. Examen du résultat et de la situation financière et perspectives

### 5.1. Chiffre d'affaires

L'activité 'centres de contacts' est le cœur de métier de THE MARKETINGGROUP. Le chiffre d'affaires des centres de contacts a enregistré en 2004 une croissance de 5,4 %, marquant ainsi la reprise du marché des centres de contacts suite à la récession observée en 2003.

Au 30 juin 2005, le chiffre d'affaires constaté dans ce domaine d'activité était de 11,7 millions d'euros, en augmentation de 34,8 % comparé aux données enregistrées au premier semestre 2004.

L'activité marketing communication, fruit de la stratégie mise en place par le Groupe dès 2002, ne représente encore qu'une part marginale dans le chiffre d'affaires total de la Société (18,2 % en 2004). Au 30 juin 2005, le chiffre d'affaires lié à cette activité s'élevait à 2,9 millions d'euros, en hausse de 24,05 % par rapport aux données au 30 juin 2004.

### 5.2. Principaux postes des charges d'exploitation

#### *Frais de personnel*

L'activité de THE MARKETINGGROUP est essentiellement basée sur ses ressources humaines. Ce poste de charge représente en moyenne 53 % des charges d'exploitation totales de l'entreprise. Alors que le poste des frais de personnel est en hausse de 11,6 % entre les exercices 2002 et 2003, le Groupe a réussi à contenir ses charges de personnel à 13,8 millions d'euros au cours de l'exercice 2004 (ce qui représente une hausse de 5,5 % entre les exercices 2003 et 2004).

### 5.3. Investissement

L'enveloppe annuelle en matière d'investissement est variable, et est essentiellement liée à la croissance organique et aux besoins du Groupe.

Les principaux investissements en biens corporels concernent du matériel informatique et des agencements nécessaires à l'activité courante. Les biens incorporels sont essentiellement constitués d'achats de licences.

### 5.4. Résultat d'exploitation

Touché par la récession du marché des centres de contacts en 2003, le Groupe a réussi à se redresser au cours de l'exercice 2004, passant effectivement d'un résultat d'exploitation de – 88 K€ en 2003 à 1 192 K€ à la fin de l'exercice 2004.

Au 30 juin 2005, le résultat d'exploitation, ressort à 802 K€, confirmant ainsi l'amélioration progressive de la rentabilité de THE MARKETINGGROUP.

### 5.5. Flux de trésorerie

THE MARKETINGGROUP dispose d'une trésorerie confortable (3,5 millions d'euros au 30 juin 2005) bénéficiant de flux nets d'exploitation positifs.

## 6. Administrateurs, membres de la direction et salariés

### **Composition du conseil d'administration**

Président :	Marc GLADYSZ
Autres administrateurs :	Emilie LEVY Eudes GONDROY

### **Salariés**

30 juin 2005  
474

31 décembre 2004  
567

### Contrôleurs légaux des comptes

Commissaires aux comptes titulaires : Yann MARCHAND FIDORG AUDIT  
 Commissaires aux comptes suppléants : Stéphane PICARD Jean Yves DUPUY

## 7. Principaux actionnaires

Le tableau suivant présente la répartition des titres et des droits de vote de THE MARKETINGGROUP entre ses différents actionnaires, en date du 30 juin 2005 :

Actionnaires	Nombre de titres	% de détention	Nombre de droits de vote	% de droits de vote
MR GLADYSZ MARC	1 595 138	71,23%	3 190 276	71,85%
MR LOPIN DOMINIQUE	7 320	0,33%	14 640	0,33%
MME LEVY EMILIE	62 330	2,78%	124 660	2,81%
MLLE MEURGUES VALERIE	7 320	0,33%	14 640	0,33%
MME LEVY CHICHEPORTICHE MURIEL	7 320	0,33%	14 640	0,33%
MLLE LEVY EMILIE	222	0,01%	444	0,01%
MME HENRIOT NATHALIE	127 220	5,68%	254 440	5,73%
MR WILLEMS JACQUES	144 486	6,45%	288 972	6,51%
MR BRIET DIDIER	25	0,00%	50	0,00%
MME DARTEVELLE MARTINE	1 982	0,09%	1 982	0,04%
<b>Total Fondateurs et dirigeants</b>	<b>1 953 363</b>	<b>87,23%</b>	<b>3 904 744</b>	<b>87,94%</b>
FCP OPTIGEST DIVERSIFIEE	53 162	2,37%	106 021	2,39%
KBC SECURITIES	8 195	0,37%	12 655	0,28%
FINANCIERE AM	9 086	0,41%	9 086	0,20%
SIS SEGAINTERSETTLE AG	1 000	0,04%	1 000	0,02%
<b>Total Actionnaires financiers</b>	<b>71 443</b>	<b>3,19%</b>	<b>128 762</b>	<b>2,90%</b>
<b>Public</b>	<b>207 951</b>	<b>9,29%</b>	<b>400 299</b>	<b>9,01%</b>
<b>Titres en auto-détention</b>	<b>6 650</b>	<b>0,30%</b>	<b>6 650</b>	<b>0,15%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2 239 407</b>	<b>100,00%</b>	<b>4 440 455</b>	<b>100,00%</b>

Monsieur Bruno THIEBAUD, actionnaire cédant apparaît dans la ligne « Public » et détient au 30 octobre 2005, 19 845 actions et 39 690 droits de vote.

Monsieur Bernard SAUSSINAN, actionnaire cédant apparaît dans la ligne « Public » et détient au 30 octobre 2005, 7 793 actions et 7 793 droits de vote.

## 8. Informations complémentaires

### Capital social au 22 novembre 2005

559 851,75 € divisé en 2 239 407 actions d'une valeur nominale de 0,25 € de nominal.

### Statuts

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

### Mise à disposition du prospectus

Des exemplaires du prospectus sont disponibles sans frais au siège social de THE MARKETINGGROUP, auprès des intermédiaires financiers mentionnés ci-dessus, ainsi que sur le site Internet de l'Autorité des Marchés Financiers (<http://www.amf-france.org>).

## PREMIERE PARTIE

## 1. PERSONNES RESPONSABLES

Dans le présent prospectus, l'expression « THE MARKETINGGROUP » ou la « Société » ou le « Groupe » désigne la Société THE MARKETINGGROUP et ses filiales.

### 1.1. Dénomination des personnes responsables

#### 1.1.1. Responsable du Prospectus

Monsieur Marc GLADYSZ  
Président-Directeur Général de la société THE MARKETINGGROUP  
113, rue Victor Hugo  
92300 Levallois Perret  
Téléphone : +33 1 40 87 79 79  
Télécopie : +33 1 47 31 50 62

#### 1.1.2. Responsable de l'information financière

Monsieur Marc GLADYSZ  
Président-Directeur Général de la société THE MARKETINGGROUP  
113, rue Victor Hugo  
92300 Levallois Perret  
Téléphone : +33 1 40 87 79 79  
Télécopie : +33 1 47 31 50 62

### 1.2. Attestation des personnes responsables

#### 1.2.1. Attestation du responsable du Prospectus

« À ma connaissance, et après avoir pris toute mesure raisonnable à cet effet, les données du présent prospectus sont conformes à la réalité ; elles comprennent toutes les informations nécessaires aux investisseurs pour fonder leur jugement sur le patrimoine, l'activité, la situation financière, les résultats et les perspectives de THE MARKETINGGROUP ; elles ne comportent pas d'omissions de nature à en altérer la portée.

J'ai obtenu des contrôleurs légaux des comptes une lettre de fin de travaux, dans laquelle ils indiquent avoir procédé, conformément à la doctrine et aux normes professionnelles applicables en France, à la vérification des informations portant sur la situation financière et les comptes données dans le présent prospectus ainsi qu'à la lecture d'ensemble du prospectus.

Les comptes consolidés de l'exercice clos les 31 décembre 2002 ont fait l'objet d'un rapport d'audit sans réserve, avec une observation de la part des commissaires aux comptes. Sans remettre en cause leur opinion, les commissaires aux comptes attirent l'attention des actionnaires sur les changements apportés aux méthodes comptables et à la présentation comptable, concernant l'adoption par la société des dispositions du nouveau règlement sur les passifs résultant de l'avis n°00-01 du 20 avril 2000 du CNC intégré au Plan Comptable Général par décision du Comité de la Réglementation Comptable n°2000-06 du 7 décembre 2000 et la présentation des créances factorisées, changements exposés à la note II.2 de l'annexe (figurant au paragraphe 20.1.2.1 de la première partie du présent prospectus).

Ce rapport figure au paragraphe 20.2.1 de la première partie du présent document.

Les comptes consolidés de l'exercice clos les 31 décembre 2003 ont fait l'objet d'un rapport d'audit sans réserve ni observation de la part des commissaires aux comptes.

Ce rapport figure au paragraphe 20.2.2 de la première partie du présent document.

Les comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2004 ont fait l'objet d'un rapport d'audit sans réserve ni observation de la part des commissaires aux comptes.

Ce rapport figure au paragraphe 20.2.3 de la première partie du présent document.

Les comptes consolidés de l'exercice clos au 30 juin 2005 ont fait l'objet d'un rapport d'examen limité sans réserve, avec une observation de la part des commissaires aux comptes. Sans remettre en cause leur conclusion, les commissaires aux comptes attirent l'attention des actionnaires sur les changements de méthode et de présentation comptable exposés dans la note 1.5. de l'annexe (figurant au paragraphe 20.1.4

de la première partie du présent prospectus) et concernant pour l'un l'application des règlements CRC n° : 2002-10 et 2004-06 sur les actifs, et pour l'autre les modifications effectuées à la présentation du compte de résultat.

Ce rapport figure au paragraphe 20.2.4 de la première partie du présent document. »

Fait à Paris, le 22 novembre 2005

Monsieur Marc GLADYSZ  
Président Directeur Général

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

Banque d'Orsay, Introducteur, et EuroLand Finance, Entreprise d'investissement, Listing Sponsor de la Société, confirment avoir effectué, en vue du transfert sur le marché Alternext d'Euronext Paris des actions de la Société THE MARKETINGROUP, les diligences professionnelles d'usage.

Ces diligences ont notamment pris la forme de la vérification des documents produits par THE MARKETINGROUP ainsi que d'entretiens avec des membres de la direction et du personnel de la Société, conformément au schéma type d'Alternext.

Banque d'Orsay et EuroLand Finance attestent, conformément aux règles d'Alternext, que les diligences ainsi accomplies n'ont révélé dans le contenu du prospectus aucune inexactitude ni aucune omission significative de nature à induire l'investisseur en erreur ou à fausser son jugement.

Cette attestation est délivrée sur la base des documents et renseignements fournis par THE MARKETINGROUP à Banque d'Orsay et à EuroLand Finance, ces derniers les ayant présumés exhaustifs, véridiques et sincères.

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

Banque d'Orsay et EuroLand Finance attestent que les informations contenues dans le présent prospectus sont, à leur connaissance, conformes à la réalité et ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée.

Paris, le 22 novembre 2005

**Banque d'Orsay**  
Monsieur Jean Paul MALPUECH  
Directeur Général

**EuroLand Finance**  
Monsieur Marc FIORENTINO  
Président

## 2. CONTRÔLEURS LEGAUX DES COMPTES

### 2.1. Commissaires aux comptes titulaires

**Yann MARCHAND**  
54, boulevard de Sébastopol  
75 003 Paris

*Premier mandat* : Assemblée Générale Ordinaire du 1<sup>er</sup> février 2001

*Durée du mandat en cours* : 6 exercices

*Expiration du présent mandat* : Assemblée Générale Ordinaire approuvant les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2006

**FIDORG AUDIT**  
18 rue Claude Bloch « Le Trifide »  
14 050 Caen Cedex 4

*Premier mandat* : Assemblée Générale Ordinaire du 24 juin 2005

*Durée du mandat en cours* : 6 exercices

*Expiration du présent mandat* : Assemblée Générale Ordinaire approuvant les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2007

### 2.2. Commissaires aux comptes suppléants

**Stéphane PICARD**  
135, boulevard Pereire  
75017 Paris

*Premier mandat* : Assemblée Générale Ordinaire du 1<sup>er</sup> février 2001

*Durée du mandat en cours* : 6 exercices

*Expiration du présent mandat* : Assemblée Générale Ordinaire approuvant les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2006

**Jean Yves DUPUY**  
18 rue Claude Bloch « Le Trifide »  
14 050 Caen Cedex 4

*Premier mandat* : Assemblée Générale Ordinaire du 24 juin 2005

*Durée du mandat en cours* : 6 exercices

*Expiration du présent mandat* : Assemblée Générale Ordinaire approuvant les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2007

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

En date du 27 juin 2002, et suite à l'expiration du mandat du cabinet COMAUDITEX, commissaire aux comptes titulaires et de Monsieur P. VIZZAVONA, commissaire aux comptes suppléants, l'Assemblée Générale Mixte a décidé de nommer :

- Madame E. MERCIER de LACOMBE, en qualité de second commissaire aux comptes titulaire,
- Monsieur D. FAURY, en qualité de second commissaire aux comptes suppléant.

En date du 30 septembre 2003, et suite à la démission de leurs fonctions de Madame E. MERCIER de LACOMBE et de Monsieur D. FAURY, seconds commissaires aux comptes titulaire et suppléants, l'Assemblée Générale Mixte a décidé de nommer :

- la société FIDORG WINDSOR en qualité de second commissaire aux comptes titulaire,
- Monsieur M. LE ROUX, en qualité de second commissaire aux comptes suppléant.

En date du 24 juin 2005, et suite à la démission de leurs fonctions de la société FIDORG WINDSOR et de Monsieur M. LE ROUX, seconds commissaires aux comptes titulaire et suppléants, l'Assemblée Générale Mixte a décidé de nommer :

- la société FIDORG AUDIT, en qualité de second commissaire aux comptes titulaire,
- Monsieur J.Y. DUPUY, en qualité de second commissaire aux comptes suppléant.

La démission de FIDORG WINDSOR le 30 septembre 2003 se justifie par le changement de dénomination sociale de la société en question. La société, à la suite de cette démission, a été reconduite dans son précédent mandat.

### 3. INFORMATIONS FINANCIERES SELECTIONNEES

Les informations financières historiques sélectionnées par la Société et figurant ci-dessous proviennent de ses comptes consolidés :

- sur 12 mois arrêtés au 31 décembre pour les exercices 2002, 2003 et 2004
- et des données semestrielles arrêtées au 30 juin 2005.

En K€	2002	2003	2004	30/06/2004	30/06/2005
Chiffre d'affaires	21 297	23 775	23 498	11 033	14 624
Résultat d'exploitation	1 910	-88	1 192	310	802
Marge d'exploitation	8,97%	n.s.	5,07%	2,81%	5,48%
Résultat financier	-263	-273	-249	-126	-107
Résultat net	885	-445	378	134	348
Actif immobilisé	5 501	5 162	5 122	na	4 585
Capitaux Propres	5 514	5 227	5 605	na	5 864
Endettement financier	2 989	2 534	2 173	na	1 668
Trésorerie	2 892	1 877	3 114	na	3 480
Total du bilan	16 144	15 183	15 154	na	15 727

\* Les comptes n'ont pas été arrêtés au 30 juin 2004. Les données semestrielles au 30 juin 2005 ont été établies conformément aux normes en vigueur (Règlement 99-R01 du 18 mars 1999).

En 2004, le groupe THE MARKETINGROUP renoue avec la croissance avec un chiffre d'affaires consolidé 2004 s'établissant à 23 498 K€, niveau identique de celui constaté au cours de l'exercice 2003.

Le résultat net consolidé s'élève à 378 K€, en nette amélioration par rapport à l'exercice précédent au cours duquel le groupe affichait une perte de 445 K€.

Les données au 30 juin 2005 confirment cette tendance positive avec notamment un chiffre d'affaires en hausse de 32,5 % par rapport au 30 juin 2004, et un résultat net plus que doublé entre le premier semestre 2004 et le premier semestre 2005 (+159,7 %).

## 4. FACTEURS DE RISQUE

### 4.1. Risques liés à l'opération d'inscription sur Alternext

- Les titres faisant l'objet de la présente opération ne seront pas admis aux négociations sur un marché réglementé et ne bénéficieront donc pas des garanties correspondantes. En revanche, des garanties spécifiques relatives à la transparence financière de la société et à la protection des actionnaires minoritaires sont décrites aux paragraphes 21.2.6., 21.2.7. de la Partie 1 et 1.2.1. de la Partie 2 du présent document.

De surcroît, la nature de l'opération réalisée implique de respecter les règles de l'appel public à l'épargne.

- L'augmentation de capital avec abandon des droits préférentiels de souscription pourra être limitée au montant des souscriptions recueillies à condition que celui-ci atteigne les trois quarts au moins de l'augmentation de capital.

- Le cours des actions de la Société sur le marché Alternext d'Euronext Paris pourrait connaître des variations significatives.***

Le cours des actions de la Société sur le marché Alternext d'Euronext Paris est susceptible d'être affecté de manière significative par des événements tels que des variations du résultat de la Société, une évolution des conditions de marché propres à son secteur d'activité, ou l'annonce d'amélioration de certains services, par la Société ou ses principaux concurrents.

De plus, les marchés boursiers ont connu des variations de cours significatives au cours des dernières années, qui souvent ne reflétaient pas les performances opérationnelles des entreprises cotées. Les fluctuations des marchés boursiers ainsi que du contexte économique, peuvent affecter de façon significative le cours des actions de la Société.

- La cession d'un nombre important d'actions de la Société pourrait avoir un impact significatif sur le cours des actions de la Société.***

La cession d'un nombre significatif d'actions par un ou plusieurs actionnaires de la Société est susceptible d'avoir un impact sur le cours de l'action.

### 4.2. 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.

Toutefois, dans le cadre normal de ses activités, le groupe est engagé dans un certain nombre de litiges à caractère social. Ces litiges font l'objet de provisions pour risques adéquates.

En effet, tous les litiges à caractère prud'homal dans lesquels la société est engagée font l'objet d'une provision pour risque. Au 30 septembre 2005, les sommes provisionnées à ce titre s'élevaient à 312,6 K€.

Risques encourus au titre des dossiers contentieux au 30 septembre 2005	440 156,89 €
Sommes provisionnées au titre de ces litiges au 30 septembre 2005	312 644,73 €

### 4.3. Propriété intellectuelle

THE MARKETINGROUP est propriétaire des marques et dénominations suivantes :

- Phone Marketing
- The Marketinggroup

Ces marques ont été déposées à l'INPI en date du 27 septembre 2005.

Les marques du Groupe sont gérées par le Cabinet Michel LAVAL & Associés.

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

## 4.4. Risques liés à l'activité

### 4.4.1. Risques clients

Les clients de THE MARKETINGGROUP sont généralement des clients institutionnels, de taille importante. La Société THE MARKETINGGROUP, en raison du profil de sa cible clientèle, n'est pas exposée à un risque industriel ou commercial particulier. Le risque de défaillance de clients est extrêmement faible.

#### ✓ **Concentration clientèle**

L'étude du chiffre d'affaires de THE MARKETINGGROUP montre que le Groupe, compte tenu de sa taille, possède une base de clients :

- large : en effet, le nombre de clients actifs du Groupe était de 53 au 31 décembre 2004, et de 59 au 30 juin 2005,
- et diversifiée : le Groupe intervient auprès de clients de différents secteurs tout en limitant son exposition au secteur Télécom, secteur historiquement consommateur de prestations de centre d'appels.

Comme indiqué dans le tableau ci-après :

- En 2004, THE MARKETINGGROUP a réalisé 10,6 % de son chiffre d'affaires avec FRANCE TELECOM, son premier client ;
- Les 5 premiers clients du groupe représentaient 40,8 % du chiffre d'affaires total ;
- Les 10 premiers clients du groupe représentent 60,9 % du chiffre d'affaires total.

*Répartition du chiffre d'affaires sur les principaux clients de THE MARKETINGGROUP*

Client	CA 2004 (en K€)	%	% cumulé
1 France Telecom	2 500	10,64%	10,64%
2 SFR Cegetel	2 100	8,94%	19,58%
3 SNCF Grand Voyageur	2 100	8,94%	28,51%
4 Orange	1 600	6,81%	35,32%
5 Services 1er Ministre	1 300	5,53%	40,85%
6 Alcatel	1 250	5,32%	46,17%
7 Ligue Nationale Contre le Cancer	1 000	4,26%	50,43%
8 Groupe France Mutuelle	850	3,62%	54,05%
9 Fastt / Faf TT	850	3,62%	57,66%
10 Gallaher	760	3,23%	60,90%

*Source : Société*

Le risque de concentration de la clientèle de THE MARKETINGGROUP sur peu de clients est par conséquent relativement peu important. Il est à noter que le Groupe dispose, chaque année, d'un flux de nouveaux clients non négligeable lui permettant de limiter le risque de concentration de son chiffre d'affaires, et que la plupart des clients acquis par le Groupe lui sont fidèles.

C'est ainsi qu'au cours de l'année 2005, la perte de l'un de ses clients les plus importants, SNCF Grand Voyageur qui a souhaité internaliser la prestation, a été compensée quasiment intégralement par l'acquisition de nouveaux contrats (avec des clients existants), et notamment les contrats GROUPE FRANCE MUTUELLE, TELE 2 et ORANGE.

#### ✓ **Fidélisation clientèle**

De par la diversité et la qualité des prestations proposées par le Groupe à travers son offre combinée de services en matière de gestion de la relation client, THE MARKETINGGROUP a toujours su fidéliser ses clients, lui permettant ainsi d'afficher une récurrence significative de ses revenus.

Le Groupe dispose effectivement d'un « capital client » qui se renouvelle d'une année sur l'autre, que ce soit via la mise en place de contrats renouvelables par tacite reconduction, la mise en place de contrat pluriannuels (tels ceux formés avec les entités de droit public), ou encore via la fidélisation de clients pour des opérations ponctuelles.

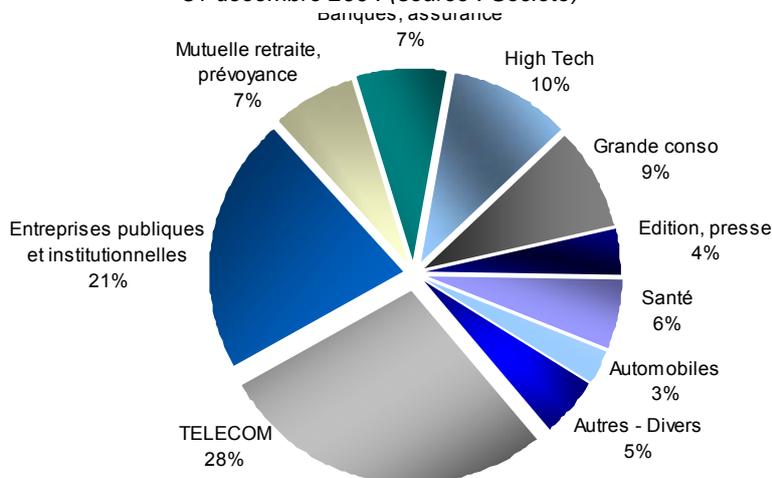
C'est ainsi que, sur l'année 2004, l'ancienneté moyenne des clients ressort à plus de 5 ans.

✓ **Répartition du chiffre d'affaire par secteur d'activité**

Enfin, depuis quelques années, le Groupe a cherché à diversifier sa base clientèle afin de se prémunir du risque de trop forte concentration clientèle sur un secteur d'activité donné.

Historiquement, la majeure partie du chiffre d'affaires du Groupe est réalisée avec le secteur des Télécoms, secteur extrêmement consommateur de prestations liées aux centres d'appels. Il s'agit en effet de l'un des premiers secteurs d'activité ayant fait appel aux services de télémarketing ou aux téléservices.

Répartition du chiffre d'affaires du Groupe par secteur d'activité au 31 décembre 2004 (source : Société)



Au 31 décembre 2004, une estimation de la répartition du chiffre d'affaires du groupe par secteur d'activité apparaît comme indiqué ci-contre. Le secteur des Télécoms tient toujours une place prépondérante mais le Groupe a développé son chiffre d'affaires dans des secteurs tels que l'édition, la presse, le secteur des biens de consommation et l'automobile.

En ce qui concerne l'exercice 2005, le Groupe anticipe une diversification par secteur d'activité plus importante, notamment par le développement de son chiffre d'affaires auprès d'entreprises de mutuelle, retraites et prévoyance.

✓ **Facturation**

Il est possible de distinguer deux modes de facturation au sein du Groupe :

- En ce qui concerne l'activité centre de contact, et compte tenu du positionnement haut de gamme de THE MARKETINGGROUP, chacune de ses prestations est réalisée selon les besoins et les attentes du client. Le montant facturé ainsi que le mode de facturation sont par conséquent directement dépendant du type de prestation fournie par THE MARKETINGGROUP.

Globalement la rémunération du Groupe est calculée en tenant compte :

- du coût de revient de la mission confiée
- du prix horaire de vente (il s'agit du coût de revient augmenté d'une marge)

La mise en place d'un tel système de facturation permet par ailleurs au Groupe d'opérer un pilotage et un contrôle permanent sur la rentabilité a posteriori de chacun de ses clients.

- Les facturations en marketing communication se font sur la base de facturation d'honoraires, en fonction du temps passé et selon la prestation réalisée. Dans ce contexte, cette activité affiche généralement une rentabilité supérieure à celle observée au sein du pôle centre de contacts.

Les conditions de paiement appliquées au Groupe dépendent elles aussi de la nature de la prestation fournie. Toutefois une analyse du Besoin en Fonds de Roulement du Groupe fait ressortir un délai client moyen de 60 jours de chiffre d'affaires.

Aucun lien de dépendance n'existe entre THE MARKETINGGROUP et ses clients.

**4.4.2. Risques fournisseurs**

Les principaux fournisseurs de THE MARKETINGGROUP sont :

- les opérateurs téléphoniques et fournisseurs d'accès internet (Neuf Telecom, France Telecom, Completel,...),
- fournisseurs de matériel informatique (Amec Spie, Dell,...),
- fournisseurs de mobiliers (Materic),
- fournisseurs de technologie,...

Les fournisseurs les plus importants du groupe sont des opérateurs téléphoniques et fournisseurs d'accès internet : les frais de télécommunication représentent effectivement environ 1,5 % du total des achats du Groupe.

Il n'existe pas réellement de fournisseurs prépondérants.

En règle générale, les conditions de règlement fournisseurs sont à 30 jours.

Il n'existe par conséquent aucun lien de dépendance entre THE MARKETINGROUP et ses fournisseurs.

#### *4.4.3. Risques liés à l'évolution du marché*

Compte tenu de la tendance actuelle du marché et du positionnement haut de gamme de THE MARKETINGROUP sur le marché des centres d'appels, il n'existe pas de risques de ce point de vue. Par ailleurs, THE MARKETINGROUP s'attache à offrir à ses clients des services de qualités lui offrant des avantages non négligeables en accord avec les attentes de ses clients et prospects.

#### *4.4.4. Risques liés à l'évolution du montant du SMIC*

Un nombre important de salariés de THE MARKETINGROUP est rémunéré en fonction du SMIC horaire. Les augmentations réglementaires et annuelles du SMIC pourraient constituer un risque pour le Groupe, notamment en terme de rentabilité.

Toutefois, le positionnement haut de gamme du THE MARKETINGROUP ainsi que la recherche de contrats à haute valeur ajoutée justifient les répercussions de ces hausses par le Groupe sur ses clients.

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

Il n'existe pas à notre connaissance, de risques industriels et liés à l'environnement susceptibles d'avoir une incidence significative sur la situation financière, l'activité, les résultats du Groupe ou de la Société.

### **4.5. Risques liés à l'organisation de la société**

#### *4.5.1. Risques humains*

THE MARKETINGROUP est doté d'un management de type collégial, constitué :

- d'un président directeur général,
- ainsi que d'un directeur administratif et financier

ce qui limite le risque humain.

Par ailleurs, les activités de la société sont réparties au sein de différents départements pris en charge chacun par un directeur opérationnel, ce qui limite également ce risque.

#### *4.5.2. Dépendance à l'égard des dirigeants et des collaborateurs clefs*

Rappelons que la société est dotée d'un management de type collégial, ce qui limite le risque de dépendance à l'égard des dirigeants.

Par ailleurs, les principaux dirigeants de THE MARKETINGROUP sont actionnaires de la Société et la contrôlent.

### **4.6. Risques de marché**

#### *4.6.1. Risques de liquidité*

##### **✓ Endettement**

THE MARKETINGROUP a contracté plusieurs emprunts moyen et long terme pour financer sa croissance externe et des projets précis.

Le détail des contrats de prêts est donné ci-après :

Etablissement prêteur	Objet du prêt	Montant global des lignes *	Nature des taux	Échéance	Existence de couvertures
CEPME	Refinancement des travaux d'aménagement au siège social	265 000,00 €	Taux Variable T4M + 1,5 pts	octobre 2005	non
Société Générale	Travaux centre d'appels	46 000,00 €	Taux Fixe 4,40%	août 2006	non
Société Générale	Financement de divers investissements	138 000,00 €	Taux Fixe 4,50%	juin 2007	non
Société Générale	Financement du rachat de Plume Direct	117 600,00 €	Taux Fixe 6,35%	juin 2007	non
Société Générale	Financement du rachat de Plume Direct	274 400,00 €	Taux Fixe 6,35%	juin 2007	non
Société Générale	Financement du rachat de Trade Force	72 900,00 €	Taux Fixe 6,35%	juin 2007	non
Société Générale	Financement du rachat de Trade Force	170 100,00 €	Taux Fixe 6,35%	juin 2007	non
Banque Hervet	Aménagement de locaux d'exploitation	200 000,00 €	Taux Fixe 4,10%	juillet 2007	non
Société Générale	Rachat de Strategy Club et Quator	290 000,00 €	Taux Fixe 5,00%	août 2008	non

\* Les montants indiqués correspondent aux montants d'origine des emprunts contractés par le Groupe

En ce qui concerne les filiales régionales de THE MARKETINGGROUP

- PHONE MARKETING RHONE ALPES a contracté un prêt de 16 000 € en novembre 2003, qui vient à échéance en novembre 2005
- PHONE MARKETING MEDITERRANEE a contracté deux prêts :
  - o L'un en juillet 2005 à taux fixe (4,35 %), pour une durée de trois ans et pour un montant de 50 000 € ;
  - o L'autre en juillet 2004 à taux fixe (4,10 %), pour une durée de trois ans et pour un montant de 40 000 €.

Au 30/06/2005, au titre de l'ensemble de emprunts contractés par THE MARKETINGGROUP et ses filiales, l'endettement financier du Groupe ressort à 822,4 K€, tel qu'indiqué ci-après :

	THE MARKETING GROUP	PHONE MARKETING RHONE ALPES	PHONE MARKETING MEDITERRANEE
Montants restants dus au 30/06/2005	791 330,98 €	-	31 058,75 €
<i>Dont échéance à moins d'1 an</i>	<i>375 511,95 €</i>	-	<i>16 666,69 €</i>
<i>Dont échéance 1 à 5 ans</i>	<i>408 076,30 €</i>	-	<i>14 392,06 €</i>
<i>Dont échéance à plus de 5 ans</i>	-	-	-

Par ailleurs, compte tenu de sa position de trésorerie au 31 décembre 2004 de plus de 2,2 millions d'euros, le risque de liquidité est faible.

#### ✓ **Covenants financiers**

Le contrat de prêt signé avec la Banque Hervet en juillet 2004 (cf paragraphe 4.8.3.3.) pour un montant global de 200 000 € engage THE MARKETINGGROUP, au titre de ses comptes annuels, au respect du ratio suivant :

$$\text{Ratio de solvabilité} = \frac{\text{Endettement financier net}}{\text{CAF}} < 3$$

En date du 31 décembre 2004, ce covenant a été respecté. Compte tenu des perspectives de développement favorable sur les marchés sur lesquels évoluent THE MARKETINGGROUP, le risque de dégradation des ratios financiers de l'entreprise est faible et ne constitue pas un risque majeur. Néanmoins, en cas de non respect de ce covenant financier, toutes les sommes restant dues au titre du prêt ainsi que tous les intérêts et accessoires y afférents deviendraient exigibles de plein droit par anticipation, immédiatement et automatiquement.

✓ **Capacité d'accès au crédit**

Aucune ligne de crédit confirmée n'a été ouverte à ce jour.

#### 4.6.2. Risques de taux de change

Le risque de change auquel le Groupe est exposé dans le cadre de son activité n'est pas significatif, dans la mesure où THE MARKETINGGROUP réalise la totalité de son activité dans la zone euro. Le chiffre d'affaires, les charges d'exploitation, les dépenses d'investissement, actifs et passifs de la Société sont libellés en euros.

#### 4.6.3. Risques de taux d'intérêt

Hormis le contrat de prêt relatif au refinancement des travaux d'aménagement du siège social du Groupe, dont la dernière échéance est tombée en octobre 2005, et qui a été contracté à taux variable, tous les autres emprunts ont été contractés à taux fixe. En conséquence, la Société n'estime pas être exposée de manière significative au risque de taux d'intérêt.

Aucune couverture de taux sur ces emprunts n'a été mise en place à ce jour par le Groupe.

Par ailleurs, le Groupe ne possède aucun actif financier significatif (obligations, bons du trésor, autres titres de créances négociables, prêts et avances), et n'est tenu par aucun engagement hors bilan entraînant un risque de taux (prêt-emprunt de titres, contrats à terme de taux, etc.).

Echéancier des actifs et des dettes financières au 30 juin 2005 :

	JJ à 1 an	JJ à plus d'1 an	TOTAL
Passifs financiers	846 K€	822 K€	1 668 K€
Actifs financiers	0 K€	0 K€	0 K€
Position nette	846 K€	822 K€	1 668 K€
Augmentation des intérêts de 1%	8,46 K€	8,22 K€	16,68 K€

#### 4.6.4. Risques sur actions

Non applicable. La gestion de la trésorerie de la société THE MARKETINGGROUP est faite dans une optique de prudence. La trésorerie disponible de la Société est exclusivement placée auprès d'organismes de placement collectifs en valeurs mobilières opérant sur le marché monétaire (SICAV monétaires notamment auprès de la Société Générale, de la Banque Baecque Beau, de BNP Paribas et de la Banque Hervet).

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

## 4.7. Risques juridiques

### 4.7.1. Règlements

Aucune réglementation particulière n'est applicable au Groupe et à ses activités.

Toutefois, en ce qui concerne l'activité centre d'appels en émission, THE MARKETINGGROUP doit se conformer aux dispositions réglementaires relatives à la vente à distance.

Les téléopérateurs sont notamment tenus :

- à des obligations générales d'information du consommateur imposées par le Code de la consommation (information sur les caractéristiques essentielles du bien ou du service, sur les prix et les conditions de vente par étiquetage, marquage ou affichage ainsi que sur la présentation du produit) ;
- de présenter une offre de contrat contenant certains renseignements et notamment : éléments relatifs à l'identification du vendeur du produit ou du prestataire de service, modalités de paiement, de livraison ou d'exécution, la durée de la validité de l'offre et du prix de celle-ci,...

Cette réglementation de la vente à distance ne constitue pas un risque majeur pour THE MARKETINGGROUP compte tenu :

- des formations des télé-opérateurs à ce sujet
- ainsi que de la réglementation généralement déjà appliquée au sein de la structure des clients.

### 4.7.2. Risques liés à l'évolution du temps de travail

Des évolutions relatives à une modification du droit du travail pourraient influencer de manière sensible l'activité de THE MARKETINGGROUP. Toutefois le Groupe a mis en place des mesures de modulation du temps de travail (mise en place d'un temps de travail annualisé) permettant d'obtenir une plus grande flexibilité tout en répondant aux variations que pourrait subir l'activité.

## 4.8. Assurances et couverture des risques

La politique de THE MARKETINGGROUP en matière d'assurances l'a conduite à se couvrir sur l'ensemble des risques significatifs auxquels elle est susceptible d'être exposée.

Les assurances en cours couvrent les biens, la responsabilité civile des sociétés du Groupe, selon des conditions habituellement appliquées dans la profession.

### Polices en vigueur au 12/05/2005

Nature de la police d'assurance	Assureur Courtier	Cotisation annuelle	Objet	Montant de la couverture
Assurance Responsabilité Civile	HISCOX	18 139,78 €	Assurance RC pour THE MARKETING GROUP et ses filiales	7 500 000,00 €
Contrat Multirisque Professionnelle	MAAF Assurances	9 102,54 €	Assurance locaux Groupe	1 770 919,00 €
Assurance Risques Techniques	MMA	309,00 €	Micro ordinateur portable	7 216,00 €
Contrat Multirisque Professionnelle	MMA	2 558,58 €	Assurance locaux	1 078 846,00 €

Ces polices d'assurance concernent l'ensemble des entités du Groupe THE MARKETINGGROUP, la société mère et ses filiales.

### Vie des polices

Le responsable Administratif et Financier de l'entreprise est chargé de la gestion des dossiers au quotidien et d'informer le courtier en assurances de toute modification notable soumise à déclaration immédiate. Au terme de chaque année, les polices font désormais l'objet de mises à jour et de renégociations.

Le total des primes versées au titre de l'ensemble des polices d'assurances en vigueur en 2004 s'est élevé à environ 30 000 euros.

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

#### **4.9. Autres risques**

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

## 5. INFORMATIONS CONCERNANT L'EMETTEUR

### 5.1. Histoire et évolution de la société

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

##### 5.1.1.1. Dénomination Sociale (article 3 des statuts)

La dénomination de la société est THE MARKETINGROUP

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

Le siège social de la société est fixé au

113, rue Victor Hugo  
92300 Levallois Perret  
+33 1 40 87 79 79

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

La Société a été enregistrée au Registre du Commerce et des Sociétés de Nanterre sous le n° B 353 944 093.

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

##### 5.1.3.1. Date de constitution

THE MARKETINGROUP a été constitué le 15 mars 1990.

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

La durée de vie de la Société est fixée à 99 ans à compter de son immatriculation au Registre de Commerce et des Sociétés, sauf dissolution anticipée ou prorogation.

#### 5.1.4. Forme juridique et législation régissant ses activités (articles 1 et 6 des statuts)

Il est formé entre les propriétaires des actions ci-après créées et de celles qui pourront l'être ultérieurement une société anonyme qui sera régie par les dispositions législatives et réglementaires en vigueur concernant les sociétés de ce type et par les présents statuts.

THE MARKETINGROUP est une société de droit français, régie par la loi du 24 juillet 1966.

#### Rappel de la formation du capital :

1°/	Lors de la constitution il a été fait un apport en numéraire de CINQ CENT MILLE FRANCS, ci	500 000,00 F
2°/	Selon décision de l'assemblée générale extraordinaire du 29 décembre 1999, il a été procédé à une augmentation de capital en numéraire de DEUX MILLIONS CINQ CENT MILLE FRANCS, ci	2 500 000,00 F
3°/	Selon décision de l'assemblée du 27 juin 2002, il a été procédé à une augmentation de capital par émission de 383 896 actions pour un montant total de QUATRE VINGTS QUINZE MILLE NEUF CENT SOIXANTE QUATORZE EUROS, ci	95 974,00 €

4°/	Selon décision de l'assemblée du 30 juin 2003, il a été procédé à une augmentation de capital en numéraire par émission de 7 793 actions pour un montant total de MILLE NEUF CENT QUARANTE HUIT EUROS ET VINGT CINQ CENTS, ci	1 948,25 €
5°/	Selon décision de l'assemblée du 30 septembre 2003, il a été procédé à une augmentation de capital en numéraire par émission de 17 718 actions pour un montant total de QUATRE MILLE QUATRE CENT VINGT NEUF EUROS ET CINQUANTE CENTS, ci	4 429,50 €
		=====
<b>TOTAL</b>		<b>559 851,75 €</b>

#### 5.1.5. Exercice Social (article 47 des statuts)

L'exercice social a une durée de douze mois. Il commence le 1<sup>er</sup> janvier et finit le 31 décembre de chaque année.

#### 5.1.6. Historique de la Société

Dans le paragraphe qui suit, « PHONE MARKETING » est l'ancienne dénomination sociale de THE MARKETINGGROUP.

- 1982** Marc GLADYSZ crée PHONE MARKETING MEDITERRANEE, société franchisée de PHONE MARKETING SYSTEMS, fondée en 1980, elle-même master-franchisée d'un groupe américain MCI-COMMUNICATION.
- 1987** Marc GLADYSZ rachète la franchise pour les régions Centre et Rhône-Alpes à travers la société PHONE MARKETING RHONE-ALPES.  
Afin d'étendre son implantation géographique, PHONE MARKETING crée en 1989 une société filiale, PHONE MARKETING REGIONS, chargée de développer le réseau régional de PHONE MARKETING ; PHONE MARKETING REGIONS est conjointement contrôlée par PHONE MARKETING (50 % du capital) et Marc Gladysz (50 %).
- 1990** PHONE MARKETING est reprise par MATRIXX MARKETING, filiale de l'américain CINCINNATI BELL, qui devient dans le même temps actionnaire de PHONE MARKETING REGIONS. Cette dernière connaît alors une période difficile, marquée par les dissensions entre ses actionnaires, MATRIXX MARKETING remettant en cause le contrat de franchise qui liait PHONE MARKETING REGIONS à PHONE MARKETING.
- Mai 1993** Les juges arbitres mettent un terme au litige en donnant raison à Marc GLADYSZ et demandent que l'accord de franchise soit respecté. Toutefois, Marc GLADYSZ estime que la poursuite des relations de partenariat avec MATRIXX MARKETING n'est plus possible ; il propose la résiliation du contrat à l'amiable. Marc GLADYSZ devient alors actionnaire à 100 % de PHONE MARKETING REGIONS et acquiert, au nom de sa société, la marque PHONE MARKETING, dont le développement commercial ne sera plus bridé.
- 1994 –1998** Marc GLADYSZ décide de s'implanter en Ile-de-France où se situe l'essentiel du marché de son secteur d'activité.  
PHONE MARKETING REGIONS devient PHONE MARKETING et s'établit à Levallois Perret. Le nouveau PHONE MARKETING devient opérationnel dès septembre 1994. L'entreprise a connu depuis un développement considérable de son chiffre d'affaires, qui a progressé en croissance interne de plus de 47 % par an en moyenne entre 1994 et 1999 avec une rentabilité moyenne supérieure à 3 %.
- 1999** La société a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 9,1 millions d'euros, en hausse de 31 % sur 1998, et un résultat net de 0,38 millions d'euros, soit une marge nette de 4,3 %.  
Ces résultats lui ont valu de faire partie, en 2000 et 2001 du TOP 100, palmarès des 100 entreprises françaises indépendantes les plus performantes. Ce palmarès est publié par le magazine l'Entreprise sur la base des analyses réalisées conjointement par le cabinet Ernst et Young Entrepreneur et Eurofactor.

**2000 - 2001** Fort de ces succès financiers et commerciaux, Marc GLADYSZ introduit PHONE MARKETING sur le marché libre le 14 décembre 2001 et propose un nouveau projet de développement à son entreprise, consistant à créer à partir de son métier de base, un groupe de Marketing Services dédié à la relation client.

**2002** PHONE MARKETING consolide ses positions sur le marché des centres d'appels et démarre la construction du groupe de Marketing Services, notamment à travers l'acquisition d'entreprises reconnues pour leur expérience dans l'un des pôles du Marketing Service, mais également à travers le recrutement de compétences spécifiques et complémentaires. Le Groupe reçoit cette année-là les trois récompenses annuelles décernées aux métiers de la relation client par téléphone :

- Grand Prix de la meilleure Agence de Communication Téléphonique de l'Année ;
- Trophée d'Or de la vente à distance décerné au centre de relation client de la SNCF « Grand Voyageur Contact » dont la gestion est assurée par PHONE MARKETING ;
- Casque d'Or de la meilleure relation client par téléphone décerné au centre de contact de La Poste Courrier International, dont la gestion est assurée par PHONE MARKETING.

C'est au cours de cette année stratégique que le Groupe a décidé de créer l'enseigne commerciale « The Marketing Group » dans le but de fédérer l'ensemble des 7 filiales du Groupe autour de l'activité intégrée de Marketing Services.

**2003** PHONE MARKETING s'est vu touché par la conjoncture économique dégradée du marché. Toutefois les impacts de cette mauvaise conjoncture se sont ressentis de manière différente selon les activités : alors que l'activité historique du Groupe a obtenu des résultats équilibrés, les activités nouvellement acquises ont connu des pertes dont le cumul atteint - 445 K€.

Dès le second semestre 2003, le Groupe a pris des mesures de restructuration de l'organisation et de réduction de coûts. Le Groupe a notamment décidé d'abandonner les clients devenus non rentables, de consolider son positionnement stratégique de l'activité Centre d'Appels sur les prestations à valeur ajoutée et de favoriser les implantations en province. En ce qui concerne les entités nouvellement acquises, l'objectif était plutôt d'adapter les structures de coûts au volume d'affaires existant.

**2004** Le marché est resté dominé par un contexte de tensions concurrentielles et de pression à la baisse des prix.

2004 fut une année de transition pour le Groupe : cet exercice a effectivement été caractérisé par un net redressement de la rentabilité du Groupe expliqué notamment par les effets positifs des mesures de réorganisation initiées en 2003.

**2005** Dans le but de finaliser la réorganisation du Groupe et de ses activités, l'Assemblée Générale a décidé, en date du 15 novembre 2005, d'en simplifier sa structure juridique. Cette évolution juridique, sous forme d'une fusion des entités du Groupe, a pour objectifs de donner une meilleure visibilité aux clients et aux marchés financiers, mais également de simplifier la gestion comptable et administrative, induisant une nouvelle réduction des coûts. Parallèlement à cette fusion, le Groupe a décidé de modifier sa dénomination sociale en « THE MARKETINGGROUP ».

## 5.2. Investissements

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

L'enveloppe annuelle en matière d'investissement est variable, et est essentiellement liée à la croissance organique du Groupe.

Les principaux investissements en biens corporels concernent du matériel informatique et des agencements nécessaires à l'activité courante. Les biens incorporels sont essentiellement constitués d'achats de licences.

Les investissements de l'exercice 2004 s'élèvent à la somme de 1 007 K€ et concernent exclusivement l'équipement technique des sites (mobilier, agencement de bureaux et câblage, informatique : ordinateurs de bureau et serveurs, logiciels, et téléphonie : casques, téléphones, autocommutateurs, baies, etc.). Il en est de même pour les exercices 2002 et 2003.

Il apparaît par ailleurs que THE MARKETINGROUP décide d'affecter chaque année un montant forfaitaire pour le maintien et l'amélioration de ces centres d'appels, soit environ 200 K€.

<i>en €</i>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
Investissements Informatiques	713 509	587 463	825 003
Immobilisations	537 095	132 058	182 309
Divers		14 062	
<b>TOTAL</b>	<b>1 250 604</b>	<b>733 583</b>	<b>1 007 312</b>

#### ✓ **Politique de financement**

En matière de financement de matériel informatique notamment, la politique du Groupe est de louer ses moyens de production à travers des contrats de crédit-bail ou de location.

Les autres investissements sont généralement financés par emprunts sollicités à cet effet. En effet, la plupart des emprunts ont été souscrits dans le cadre des programmes d'investissement de la société, essentiellement pour financer des investissements d'exploitation liés à des nouveaux contrats clients.

#### **5.2.2. Principaux investissements en cours**

En ce qui concerne l'exercice en cours, les investissements suivants ont été réalisés :

<i>en €</i>	<b>au 15/09/2005</b>
Investissements Informatiques	24 893
Immobilisations	176 100
Divers	
<b>TOTAL</b>	<b>200 993</b>

Ces investissements concernent notamment des travaux de réaménagement des locaux parisiens du Groupe.

Le Groupe prévoit par ailleurs d'opérer les investissements suivants d'ici la fin de l'année :

- investissements d'agrandissement et de réorganisation des centres d'appels de la direction régionale Rhône-Alpes. THE MARKETINGROUP prévoit effectivement une nouvelle répartition de ses positions de travail. Cet investissement devrait s'élever à environ 600 000 euros.

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

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

## 6. APERCU DES ACTIVITES

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

#### 6.1.1. Présentation de l'activité

THE MARKETINGGROUP a été créé dès 1980 sous le nom de PHONE MARKETING qui intervenait alors uniquement dans le secteur des centres d'appels.

En 1993, PHONE MARKETING fut racheté par Marc GLADYSZ, actionnaire principal du Groupe.

Depuis 2001, le Groupe est considéré comme un acteur incontournable dans le domaine des centres de contacts externalisés.

La stratégie de THE MARKETINGGROUP, insufflée par Marc GLADYSZ, est désormais de devenir un acteur reconnu et spécialisé dans l'ensemble de la chaîne de la gestion de la relation client. La poursuite de cette stratégie est d'ailleurs passée par l'acquisition de plusieurs entités spécialisées dans le marketing communication.

THE MARKETINGGROUP opère maintenant dans le domaine des Services Marketing.

L'activité du groupe se concentre sur deux pôles d'activité distincts :

- l'activité historique des Centres d'Appels développée à Paris et en province avec les deux filiales du Groupe : PHONE MARKETING Rhône Alpes, PHONE MARKETING Méditerranée, ces deux entités conférant au Groupe une couverture nationale du territoire ;
- la nouvelle activité « Marketing Communication », créée à partir de 2002 et consolidée par le biais de trois opérations de croissance externe : Hightouch, Trade Force, Strategy Club (cf organigramme juridique avant fusion, paragraphe 20.5 de la partie 1).

THE MARKETINGGROUP privilégie avant tout la valeur qu'il apporte à ses clients dans la durée, notamment à travers cinq expertises :

- Elaboration de stratégies marketing et de programmes relationnels (péconisation de plans d'actions permettant d'atteindre les objectifs fixés) ;
- Maîtrise de tous les aspects du marketing opérationnel (conception de campagnes, support et outils de communication) ;
- Délivre l'expertise et la maîtrise des centres de contacts, activité souvent au cœur des stratégies de relation clients ;
- Intègre les technologies supports indispensables à la gestion de l'information ;
- Pilote et coordonne tous les projets marketing afin de laisser à ses clients la possibilité de se recentrer sur son cœur de métier

#### 6.1.2. Répartition de l'activité et saisonnalité

##### ✓ Répartition de l'activité par pôle d'activité

L'activité du groupe THE MARKETINGGROUP se répartit en deux sous-segments d'activité :

- l'activité des centres de contacts, activité historique du Groupe, et par conséquent encore prépondérante
- l'activité marketing communication, activité en développement

Le chiffre d'affaires du groupe s'élève à 23,5 millions d'euros au 31 décembre 2004 et à 14,6 millions d'euros au 30 juin 2005, se décompose de la manière suivante :

En K€	2002	2003	2004	30/06/2005
Activité Centres de Contacts	18 357	18 224	19 213	11 699
Activité Marketing Communication	2 940	5 551	4 285	2 925
<b>TOTAL</b>	<b>21 297</b>	<b>23 775</b>	<b>23 498</b>	<b>14 624</b>

Source : Société

Le pôle « **Centres de contacts** » représente, en 2004, 82 % du chiffre d'affaires consolidé.

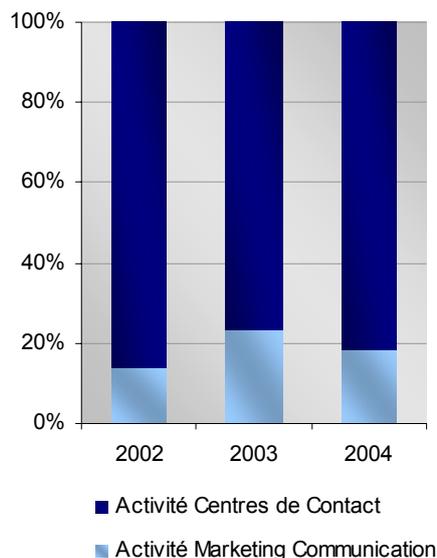
En croissance de 5,4 % par rapport à 2003, ce pôle a contribué à l'intégralité du résultat en 2004. Affichant une marge de 5,07 % en 2004, l'activité historique du groupe retrouve ainsi un rythme de croissance soutenu tout en renouant avec la rentabilité.

L'activité du pôle « **Marketing Communication** » a connu une forte baisse au cours de l'exercice 2004 avec un chiffre d'affaires de 4,3 K€. Cette diminution du chiffre d'affaires s'explique par la volonté de l'un des clients de Trade Force (cf organigramme juridique avant fusion, paragraphe 20.5 de la partie 1), suite à l'application de la Loi Sapin sur l'achat d'espaces publicitaires, d'internaliser la prestation. Cette baisse de chiffre d'affaires n'a toutefois pas impacté le niveau de marge du Groupe dans la mesure où il s'agissait avant tout d'une activité d'achat pour revente avec une marge non significative.

En ce qui concerne la rentabilité de l'activité, et compte tenu notamment des mesures de restructuration engagées, les pertes affichées par le pôle se sont vues fortement réduites. Ce pôle est ainsi quasiment à l'équilibre pour l'exercice 2004.

La répartition du chiffre d'affaires entre ces deux activités n'a guère évolué au 30 juin 2005 puisque l'activité centre de contacts représente toujours 80,0 % de l'activité globale.

Evolution de la répartition de l'activité de THE MARKETING GROUP (Source Société)



La répartition du chiffre d'affaires par pôle d'activité et par sous-activité de THE MARKETINGGROUP apparaît comme suit :

En %	2002	2003	2004
<b>Marketing Communication</b>	<b>13,8%</b>	<b>23,3%</b>	<b>18,2%</b>
- Marketing Relationnel	6,9%	10,9%	8,6%
- Marketing Promotionnel	4,6%	9,3%	6,4%
- Marketing Événementiel	2,3%	3,1%	3,2%
<b>Centres d'Appels</b>	<b>86,2%</b>	<b>76,7%</b>	<b>81,8%</b>
- Télémarketing	45,2%	37,0%	43,3%
- Téléservices	23,1%	23,4%	21,7%
- Centres de Contacts Complexes	17,9%	16,2%	16,7%

Source : Société

#### ✓ **Récurrence du chiffre d'affaires**

Une analyse du chiffre d'affaires du Groupe laisse apparaître une certaine récurrence de l'activité. En effet, depuis 1997, la proportion de chiffre d'affaires liée à une clientèle récurrente n'a cessé de croître. Au cours de l'exercice 2004, plus de 83 % du chiffre d'affaires de THE MARKETINGGROUP était réalisé avec des clients :

- avec lesquels le Groupe dispose de contrats récurrents (d'une durée généralement annuelle, renouvelables par tacite reconduction, mais également des contrats formés sur deux ou trois ans notamment avec les organisations publiques),
- ou pour lesquels le Groupe est devenu un partenaire de référence pour leurs opérations ponctuelles.

THE MARKETINGGROUP bénéficie par ailleurs de quelques contrats pluri-annuels lui permettant de disposer d'une visibilité sur ces revenus.

### ✓ Répartition de l'activité par zone géographique

L'activité du Groupe est exclusivement concentrée dans la zone « euro » et notamment en France. En effet, le Groupe souhaite, pour le moment, continuer à développer ses compétences sur le territoire national.

En K€	31/12/2002	31/12/2003	31/12/2004	30/06/2005
France	20 207	22 695	22 511	14 582
Etranger (Union Européenne)	1 090	1 080	987	42
<b>TOTAL</b>	<b>21 297</b>	<b>23 775</b>	<b>23 498</b>	<b>14 624</b>

Source : Société

Le chiffre d'affaires réalisé à l'étranger correspond aux campagnes paneuropéennes du pôle marketing services.

Par ailleurs, de par la diversité de ses clients, et grâce à ses différentes filiales, le Groupe opère à travers toute la France.

### ✓ Saisonnalité de l'activité

Le secteur d'activité dans lequel évolue THE MARKETINGROUP ne présente pas de saisonnalité.

## 6.2. Stratégie et avantages concurrentiels

### 6.2.1. Plan de développement stratégique

Si tous les principaux acteurs du Marketing Communication maîtrisent leur métier, aucun n'a réussi à intégrer dans son offre globale l'activité Centres de Contacts dans la globalité de ses prestations. Quelques agences ont intégré une structure de télémarketing, qui ne recouvre qu'une partie du métier des Centres de Contacts.

THE MARKETINGROUP a donc pour objectif de devenir un acteur de référence sur le marché des Marketing Services à travers l'offre de prestations globales et complémentaires dans ses deux métiers d'expertise que sont les Centres de Contact et le Marketing Communication.

Le Groupe souhaite ainsi s'attacher à :

- ▶ Poursuivre le développement de son pôle Centres de Contacts
- ▶ Consolider son pôle Marketing Communication

### 6.2.2. Développement du pôle Centres de Contacts

THE MARKETINGROUP est considéré comme un des rares « spécialistes haut de gamme » du marché des Centres de Contacts ayant une forte capacité à gérer à la fois de l'activité :

- ✓ à forte valeur ajoutée humaine notamment à travers la qualité de la gestion des ressources humaines (avec par exemple le centre d'appels « Allo Cancer Info Services » qui emploie des téléinformateurs infirmiers ayant plus de cinq ans d'expérience en unité Cancérologie) ;
- ✓ à forte valeur ajoutée en technologie lorsqu'il s'agit de mettre en place des Centres de Contacts intégrant des systèmes d'informations (comme, par exemple, la prestation de création d'une base d'orientation et d'une base de connaissance pour la gestion du 3939, « Allo Service Public »).

Ce positionnement fort, ajouté à des perspectives d'un marché en croissance permet à THE MARKETINGROUP d'envisager, de manière raisonnable, un développement de ses activités. Ceci est par ailleurs à mettre en perspective avec la solide réputation que le Groupe s'est forgée au sein d'entreprises publiques ainsi que d'annonceurs institutionnels, marché encore émergent pour les Centres de Contacts.

### **6.2.3. Consolidation et intégration du pôle Marketing Communication**

Grâce à sa structure cohérente, THE MARKETINGGROUP est aujourd'hui le seul groupe de Marketing Services qui peut revendiquer les cinq clés permettant d'offrir les prestations les plus efficaces en Marketing Communication :

- ✓ La capacité à élaborer les programmes relationnels pointus ;
- ✓ La capacité à maîtriser tous les supports et canaux de communication ;
- ✓ La capacité à mettre en œuvre les messages d'une manière créative et pertinente ;
- ✓ La capacité à intégrer les différentes technologies intervenant dans la chaîne de la relation client ;
- ✓ La capacité à piloter des projets Marketing d'envergure.

En utilisant ses différentes compétences, le Groupe souhaite poursuivre la consolidation et le développement de ses activités de Marketing Communication. THE PHONE MARKETING GROUP, grâce à son organisation tournée vers le client, entend effectivement profiter de la tendance du marché à prendre conscience de l'importance de la relation client tout en proposant une offre globale de prestations.

## **6.3. Présentation des principaux pôles d'activités et des principaux marchés**

### **6.3.1. Positionnement de la Société sur ses marchés**

Le marché du Marketing Services consiste à mettre en œuvre des programmes complets pour la conquête et/ ou la fidélisation des clients d'une entreprise, ce qui implique l'intervention de nombreuses disciplines :

- le marketing direct,
- la publicité commerciale,
- la promotion des ventes,
- l'évènementiel,
- la gestion de centres d'appels,
- technologies liées à la gestion de la relation client et au traitement de l'information,
- les activités de back office,...

On peut toutefois considérer que le marché du Marketing Services se décompose en deux marchés complémentaires et spécifiques :

- ✓ le marché du marketing communication (marché publicitaire et dépenses de communication), qui regroupe les activités de conseil, de création et de mise en œuvre de supports de communication visuels comme la publicité commerciale, le mailing, la promotion et l'édition, etc...
- ✓ le marché des Centres de Contacts qui regroupe les métiers du marketing téléphonique, des téléservices, du traitement des informations, des technologies de la relation client, etc,...

### 6.3.1.1. Le Marché de la Communication et de la Publicité

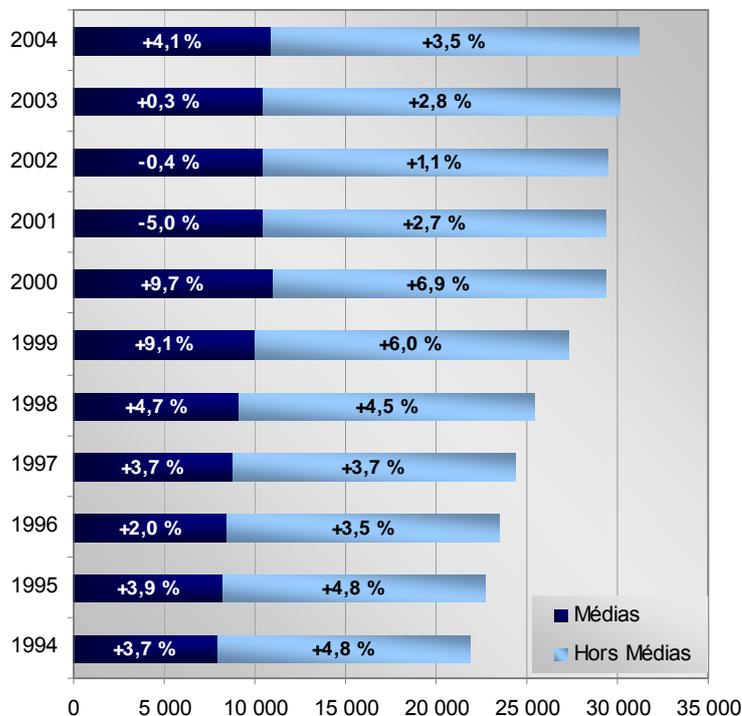
Le marché du Marketing Communication est un marché globalement en croissance depuis 1994.

En effet, les investissements en communication des annonceurs en France ont connu :

- une croissance continue tout au long des années 90,
- pour fortement s'accélérer en 1999 ainsi qu'en 2000, date à laquelle la croissance des investissements a cru de près de 8 %,
- avant de se stabiliser jusqu'en 2003.

C'est depuis 2004 que l'on ressent les prémices d'une nouvelle croissance de ce marché marquée dans les faits par une évolution à la hausse des investissements en communication de 3,7 %. Ainsi, en 2004, après trois années de quasi-stabilité, les entreprises ont investi en France près de 31,2 milliards d'euros pour leur communication.

Evolution des investissements nets en communication depuis 1994 (Source France Pub - IREP)



Selon une étude TNS Media Intelligence, cette hausse du montant des investissements en communication est sous-tendue dans une plus large mesure par la hausse des budgets moyens des annonceurs que par une augmentation du nombre d'annonceurs. En effet, l'année 2000 a marqué une véritable rupture dans les évolutions du marché. On observe ainsi qu'avant 2000 la croissance du marché provenait en grande partie de l'augmentation rapide du nombre d'annonceurs, le budget moyen par annonceur n'augmentait donc que faiblement. Depuis cette date, la tendance s'est clairement inversée et la croissance globale des investissements (+ 14,5 % entre 1999 et 2004) est le reflet fidèle de la croissance des budgets moyens par annonceur.

THE MARKETINGGROUP, à travers ses différents domaines d'expertise dans le marketing communication intervient avant tout sur le marché de la communication hors-média. La communication hors-média rassemble tous les moyens de communication autres que ceux utilisant les supports grands média (télévision, presse écrite, radio, cinéma, Internet, affichage)... La communication hors-média est la principale source de dépenses de communication en France et représentait 65,2 % du montant total des investissements en communication en 2004.

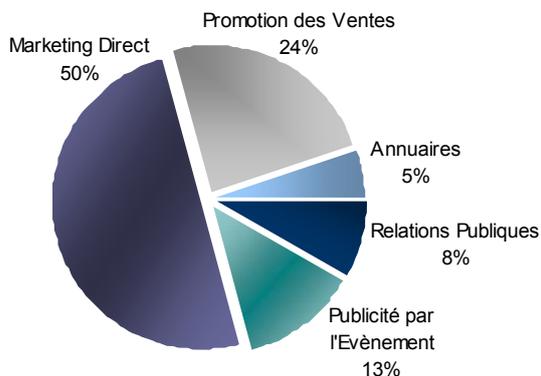
Elle se décompose selon cinq grandes disciplines comme indiqué ci-contre.



Source : Euroland, d'après Xerfi

Le **marketing direct** est une forme spécifique du marketing fondée sur l'exploitation de bases de données sur la clientèle. Il est notamment possible de distinguer sous cette forme de communication le publipostage (ou mailing), la distribution de prospectus, le télémarketing, etc. En 2004, les investissements de marketing direct se sont élevés à plus de 10 milliards d'euros soit 32,2 % des dépenses de communication des entreprises françaises.

La **promotion des ventes** comprend l'ensemble des actions commerciales visant à développer les ventes. Les dépenses des annonceurs dans les actions de promotion de ventes se sont élevées à 4,8 milliards d'euros en 2004.



Source : Xerfi

On inclut généralement sous le terme de **publicité par l'évènement** les dépenses liées à la participation aux salons professionnels et aux foires, ainsi que les actions de mécénat et de parrainage. Les salons, foires et expositions permettent aux entreprises d'être en contact direct avec leur environnement : les acheteurs mais également les fournisseurs, les collaborateurs potentiels, etc... Les dépenses publicitaires consacrées à l'évènementiel ont été évaluées à 2,5 milliards d'euros en 2004, ce qui représente un peu plus de 8,1 % des investissements de communication des entreprises françaises.

Les **relations publiques** consistent en l'élaboration et en la diffusion de documents de natures diverses (communiqués de presse, de brochures, de rapports d'activité, etc...) destinés à faire connaître une entreprise et son environnement. Les relations publiques ont généré des dépenses de l'ordre de 1,7 milliards d'euros en 2004, soit l'équivalent de 5,3 % des dépenses publicitaires totales.

Les **relations publiques** consistent en l'élaboration et en la diffusion de documents de natures diverses (communiqués de presse, de brochures, de rapports

Les dépenses engagées par les entreprises françaises pour figurer dans des **annuaire** imprimés ou électroniques représentaient 1,1 % des dépenses publicitaires totales.

### 6.3.1.2. Le Marché des Centres de Contact en France

#### ✓ Description du marché

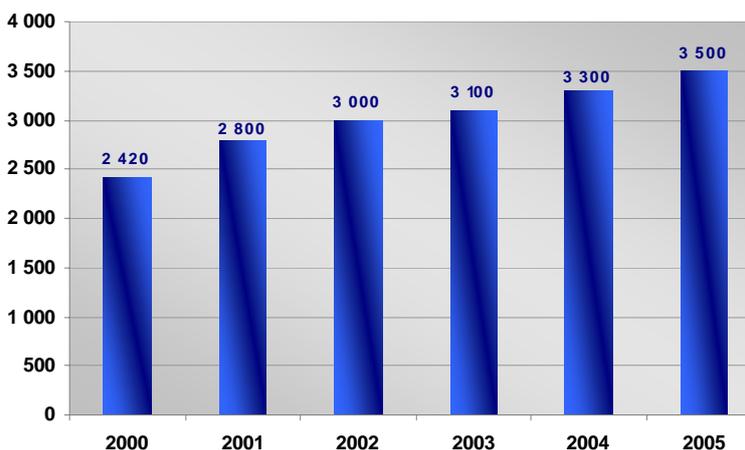
Selon une étude menée par le cabinet CESMO Consulting (« le marché des centres de contacts en 2004 »), le marché des centres de contacts est un marché en croissance constante : avec un taux de croissance de l'ordre de 6,5 % en 2004, la France affiche plus de 3 300 centres en 2004.

Le marché français des centres de contacts se redresse effectivement depuis plusieurs trimestres.

Après une stabilisation au cours de l'année 2003, l'outsourcing des centres de contacts semble connaître une nouvelle phase de croissance avec une croissance prévue de 6,1 % entre 2004 et 2005 et environ 3 500 centres de contacts répartis sur l'ensemble du territoire français en 2005.

Par ailleurs, toutes les prévisions disponibles (IDC, Datamonitor, CESMO Consulting,...) laissent envisager une croissance annuelle comprise entre 7 et 8 % pour les années à venir.

Evolution du nombre de Centres de Contacts en France  
(Source CESMO Consulting)



Les facteurs de reprise et de croissance du marché sont multiples et de différents ordres :

- la volonté des grands groupes industriels et de services d'accorder une part toujours plus importante à la gestion de la relation clients en mettant l'accent à la fois sur la prospection client et sur leur fidélisation ;
- la reprise de la croissance dans le secteur des Télécoms, l'un des principaux débouchés pour les entreprises évoluant sur le marché des centres de contacts ;
- une dynamique favorable dans d'autres secteurs tels que celui de l'énergie par exemple ;

### ✓ **Nature des contacts clients**

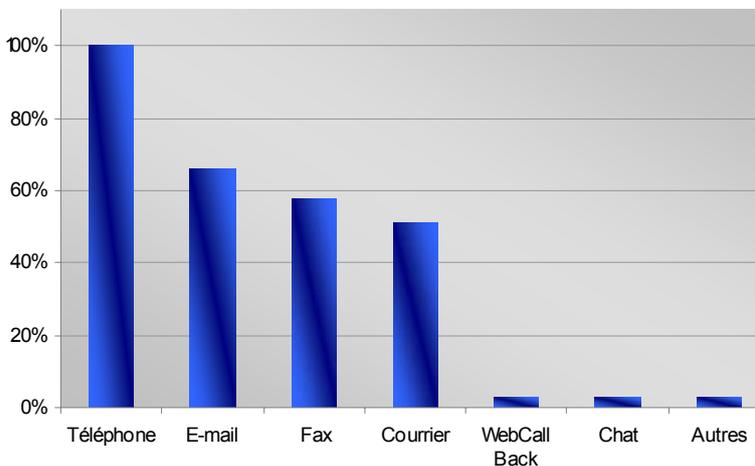
Aujourd'hui les centres de contacts utilisent des canaux de communication plus nombreux. Comme indiqué ci-dessous, les canaux les plus utilisés demeurent cependant la téléphonie et l'e-mail, suivis ensuite par le fax et le courrier.

En effet, conformément à leur métier d'origine les centres de contacts poursuivent la structuration de leurs activités autour de la téléphonie, moyen de communication qui continue à se développer notamment grâce à la mobilité et la diversité des services offerts.

Par ailleurs, l'e-mail constitue désormais un canal de communication privilégié des centres de contacts qui sont 66 % à gérer ce type de flux en plus de la téléphonie.

Les autres canaux de communication sont moins développés puisque seulement 58 % des centres de contacts gèrent le fax et 51 % le courrier.

Répartition des flux au sein des Centres de Contacts en 2004  
(Source CESMO Consulting)



### ✓ **Le phénomène offshore**

C'est en 2003 que l'on a vu se développer fortement ce phénomène offshore. En effet, de plus en plus d'annonceurs, mais également d'outsourcers ont choisi d'implanter de nouvelles plate formes hors de France.

Outre des atouts structurels indéniables, la multiplication de ces structures s'explique notamment par :

- le développement des nouvelles technologies et leur fiabilisation récente (liaison satellite, voix sur IP) ;
- le coût de la main d'oeuvre très largement inférieur à celui de la France ainsi que des législations plus souples quant aux amplitudes horaires notamment ;
- le recrutement facilité, dans des bassins d'emplois encore peu exploités, où l'on dispose d'une population jeune et diplômée fortement touchée par le chômage local ;

Toutefois le développement des centres de contacts offshore ne constitue pas une réelle menace pour THE MARKETINGGROUP qui se positionne avant tout sur des prestations à haute valeur ajoutée telle que celle développée pour la Ligue Contre le Cancer par exemple.

### ✓ **Un phénomène de pression sur les prix**

La pression concurrentielle continue de s'accroître. En effet, le marché des centres de contact apparaît encore comme un marché fragmenté en voie de concentration dans lequel la concurrence sur les prix, notamment par le recours à des centres d'appels offshore, est importante.

Cette pression sur les prix, bien que réelle, ne semble pas affecter outre mesure les activités de THE MARKETINGGROUP, qui base sa performance avant tout sur la qualité de ses services.

### ✓ **Evolution et perspectives du marché**

Plusieurs éléments tendent à laisser penser que le marché des centres de contacts est en phase de croissance.

- Dans le sillage de la croissance des centres de contacts, les projets d'externalisation de la gestion de la relation clients auprès de call centers se multiplient. La diversité voire la complexité des opérations traitées en centre d'appels justifient en partie cette croissance. L'étude menée par CESMO Consulting estime que 80 % des entreprises conservent encore en interne leur centre de contacts ; pour autant, leur externalisation ne cesse d'augmenter et devrait d'ailleurs, d'ici 2008, croître encore de 11 % (source Datamonitor).

Ces stratégies d'externalisation répondent à des problématiques précises de gestion des coûts, de flexibilité, de disponibilité et de compétences des ressources humaines mais également de rapidité de mise en œuvre.

- Des études relèvent enfin l'intérêt grandissant que portent les PME à leur relation client, ce qui laisse présager de nouvelles perspectives de croissance du secteur.

Toutefois selon l'étude Xerfi-Précepta parue en mars 2005, ce marché, bien qu'en croissance, se trouve dans un contexte de tensions concurrentielles et de pression à la baisse sur les prix. Ces pressions imposent désormais aux entreprises évoluant dans ce secteur une très grande rigueur dans la gestion de la chaîne de valeur ainsi qu'un choix affirmé dans leur positionnement.

Il apparaît ainsi qu'aujourd'hui, en France, les activités à faible valeur ajoutée n'ont plus d'avenir (développement du phénomène offshore), et que le potentiel de développement du marché français se situe plus largement dans des activités à forte valeur ajoutée dans lesquelles d'autres facteurs que le prix entrent en ligne de compte. La profession conserve ainsi de bonnes perspectives d'activité à moyen terme : l'augmentation du taux d'externalisation ainsi que la création prévisible de centres d'appels dans les secteurs en retard en matière de services clients porteront le marché.

Dans ce contexte, THE MARKETINGGROUP, dont les activités sont largement tournées vers le marché des centres de contact et les prestations de qualité, dispose de réels avantages pour poursuivre son développement.

### 6.3.2. Offre de la Société

THE MARKETINGGROUP à travers ses deux pôles d'activités distincts a pour objectif de devenir un fournisseur de solutions marketing à travers la proposition d'une offre globale et intégrée.

THE MARKETINGGROUP souhaite devenir un acteur global dans la gestion de la relation client positionné sur la qualité de la prestation. Afin de parfaire cet objectif, le Groupe a adopté une structure matricielle offrant à ses clients et selon ses besoins une combinaison entre intégration et spécialisation, sur les centres d'appels par exemple, ou encore sur le « mailing » ou sur l'événementiel.

Grâce à ses différentes filiales basées stratégiquement en France, THE MARKETINGGROUP dispose d'une couverture nationale.

L'activité de Marketing Communication est basée en région parisienne.

Pour assurer ses missions de centres de contacts, le Groupe dispose par ailleurs d'un réseau régional organisé autour de l'axe Paris - Lyon - Marseille.



#### 6.3.2.1. Les centres de contacts

##### ✓ Description de l'activité centres de contacts

THE MARKETINGGROUP, à travers ses activités de gestionnaire de centres de contacts, propose ses services :

- soit en out-sourcing, avec des prestations réalisées depuis les sites et stations de travail du Groupe (sites répartis sur Courbevoie, Levallois, Lyon et Marseille) ;
- soit en co-sourcing avec des prestations réalisées depuis les sites des clients et les ressources humaines mises à disposition par le Groupe.

Chaque centre de contacts géré par THE MARKETINGGROUP est adapté à la stratégie de la relation client ou à celle de la relation prospect la plus performante pour le client.

Ce concept fondé le plus souvent sur la gestion permanente de la relation client ou de la relation prospect intègre tout ou partie des applications de télé services (réception), de télémarketing (émission) et de centres de contacts complexes, décrites ci-après.

✓ **Applications liées à ces services**

Les savoir-faire de THE MARKETINGGROUP, dans l'internalisation et l'externalisation sont les suivants :

• **le télémarketing (émission) qui comprend :**

- la prospection commerciale : qualification des fichiers, prise de rendez-vous, relances de prospects, création de trafic vers des points de vente ;
- la télévente : téléprésentation, télévente sur petits clients non visités, télévente en B-to-B ;
- les enquêtes les études et sondages comprennent les enquêtes téléphoniques et les sondages, les observatoires de clientèle et les études de satisfaction, les études de notoriété et les études d'impacts d'opérations commerciales.

• **le téléservice (réception) qui inclut :**

- les services d'information «avant vente» avec la gestion des appels provoqués notamment par la télévision et la presse pour obtenir des informations ou de la documentation sur les produits ;
- les services clients, avec la gestion des appels clients sur un produit ou un service (réclamations, conseils, demandes d'informations,...) ;
- les services consommateurs, avec la gestion des appels consommateurs concernant un produit : appels pour une plainte ou une réclamation, appels pour demande d'informations ou de conseils, gestion de crise.

• **Les centres de contact complexes**

Ces centres peuvent être :

- Multimédias : ils doivent permettre à un client ou prospect d'une entreprise de communiquer avec elle par le moyen qu'il préfère ;
- Interactifs : l'entreprise devant elle même pouvoir joindre ses clients et prospects par tous les medium possible : téléphone, fax, e-mail, web call center (MANETOO – cf organigramme juridique avant fusion, paragraphe 20.5), courrier,...

Les centres de contact complexes gèrent également des services complémentaires :

- le back office (stocks, commandes, expéditions, traçabilité) ;
- le paiement (gestion et sécurisation des moyens de paiement) ;
- les données (gestion de bases de données, gestion électronique des documents).

### 6.3.2.2. *L'activité marketing communication*

Au sein de son pôle Marketing Communication, THE MARKETINGGROUP développe ses activités dans les applications suivantes :

- marketing relationnel : mise en place de programmes complets de conquête et de fidélisation de la clientèle ;
- publicité commerciale : utilisation des grands médias dans l'objectif de générer des contacts ;
- marketing direct : mailing, bus mailing, imprimé sans adresse ;
- marketing interactif : campagne de SMS et e-mailing, sites Internet et CD ROM ;
- marketing opérationnel : promotion des ventes et stimulation des forces de vente ;
- marketing événementiel : gestion d'évènements et organisation de salons professionnels ;
- maîtrise d'œuvre en support de communication : plaquettes commerciales, magazines consommateurs, outils de documentation.

Ces activités étaient notamment assurées par :

- TRADE FORCE : management d'agences de conseil en promotion
- HIGH TOUCH : conseil en marketing direct
- STRATEGY CLUB : conseil en événementiel et clubs d'entreprises  
(cf organigramme juridique avant fusion, paragraphe 20.5 de la partie 1).

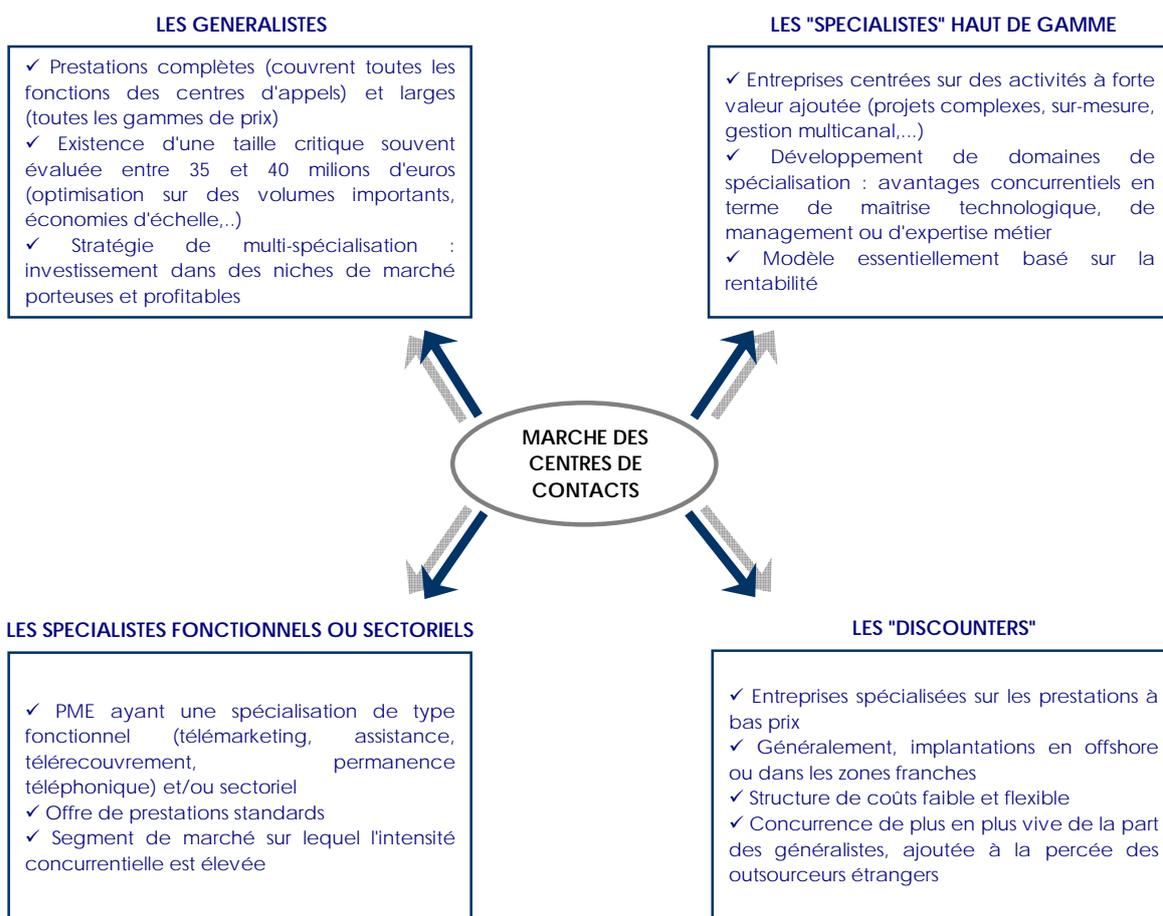
### 6.3.3. Environnement concurrentiel

#### 6.3.3.1. Concurrence sur le marché des centres de contacts

Le marché des centres de contact fait intervenir un grand nombre de profils d'opérateurs : des « pure player » français ou étrangers, des filiales de groupes multiservices, etc.

Selon l'étude Xerfi-Précepta publiée en mars 2005, il est possible de distinguer quatre familles stratégiques sur le marché des centres d'appels :

- |  |   |
|--|---|
| ▪ <b>les « généralistes »</b>  | Téléperformance<br>B2S                        |
| ▪ <b>les spécialistes « haut de gamme »</b>                                | Vitalicom<br>Laser Contact<br>Phone Marketing |
| ▪ <b>les « discounters » (spécialisation sur les activités à bas prix)</b> | PCCI<br>Webhelp                               |
| ▪ <b>Les spécialistes « fonctionnels ou sectoriels »</b>                   | Large réseau de PME                           |



Ainsi compte tenu des tendances du marché et de sa stratégie pertinente, THE MARKETINGGROUP semble être bien positionnée sur le marché des centres de contacts. Ce positionnement lui confère en outre des avantages concurrentiels non négligeables par rapport à ses différents concurrents.

### 6.3.3.2. Concurrence sur le marché des prestations marketing et communication

L'intensité concurrentielle demeure forte sur ce marché. Il s'agit en effet d'un marché où les principaux acteurs appartiennent à un groupe de publicité, souvent de taille importante. Quelques agences ou groupes indépendants s'immiscent toutefois dans le Top20 des agences de Marketing Communication.

- **Les agences appartenant à un Groupe de Publicité**
  - The Sales Machine (Euro RSCG)
  - MRM (Mac Cann)
  - Ogilvy one (Ogilvy)
  - Tequila (TBWA)
  - Proximity (BBDO)
  - WUNDERMAN (Young et Rubicam)
  - Rapp Collins (DDA)
  
- **Les agences indépendantes**
  - Everest
  - Eccla
  - Ursa Maior
  - Marquetis
  - The CRM Company

## 7. ORGANIGRAMME

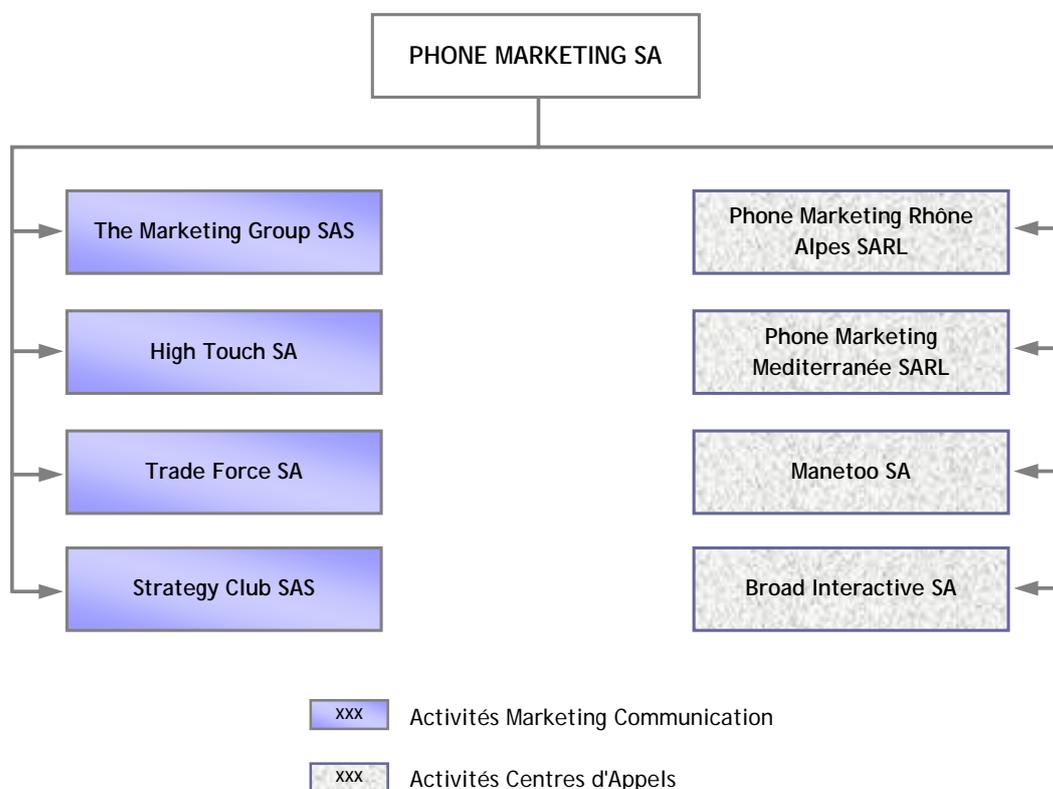
### 7.1. Description du Groupe

#### 7.1.1. Evolution de la structure juridique du Groupe

Depuis la fin du dernier exercice, et dans un souci de simplification juridique et de cohérence entre les différentes entités du groupe, il a été procédé, en date du 15 novembre 2005, à une fusion des différentes entités constituant le groupe antérieurement.

Il est rappelé que le Groupe, avant la fusion, était constitué de la maison mère, PHONE MARKETING SA, de 7 filiales « métiers » et d'une filiale « THE MARKETING GROUP », agissant comme une enseigne commerciale.

L'ancien organigramme juridique se présentait comme suit :



Constituant un frein à l'organisation du Groupe et à son développement, cette structure juridique a été modifiée et simplifiée notamment afin de donner une meilleure visibilité aux clients et aux marchés financiers, mais également dans un souci de simplification de la gestion comptable et administrative (induisant une nouvelle réduction de coûts).

Ainsi, suite à cette opération :

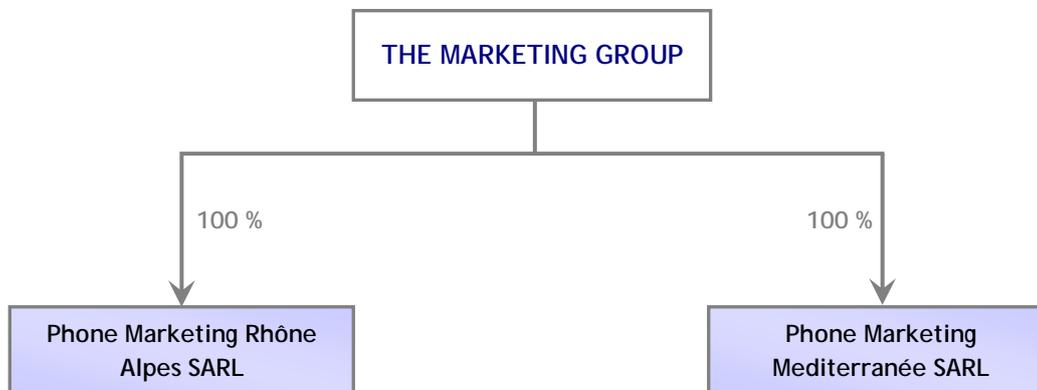
- le nombre d'entités juridiques a été réduit par le biais de fusions absorptions ;
- la dénomination de la maison mère ont été modifiée et est devenue « THE MARKETINGGROUP » avec un objet social élargi aux « Marketing Services ».

Le Groupe THE MARKETINGGROUP est désormais constitué de :

- la maison mère : THE MARKETINGGROUP (sous son ancienne dénomination sociale PHONE MARKETING SA)

- et de ses 2 filiales opérationnelles : PHONE MARKETING RHONE ALPES et PHONE MARKETING MEDITERRANEE

Le Groupe propose une offre complète et homogène de Marketing Services, avec d'un côté l'activité « Centres de Contacts » et de l'autre l'activité « Marketing Communication ».



### 7.1.2. *Traité de fusion : résumé*

Un traité de fusion absorption a été signé, en date du 30 septembre 2005, entre PHONE MARKETING (société absorbante) et les sociétés BROADINTERACTIVE, HIGH TOUCH, MANETOO, TRADE FORCE, THE MARKETING GROUP, STRATEGY CLUB (les sociétés absorbées).

#### **Motifs et buts de la fusion**

Les sociétés BROADINTERACTIVE, HIGH TOUCH, MANETOO, STRATEGY CLUB, THE MARKETING GROUP, TRADE FORCE et la société PHONE MARKETING appartiennent à un même groupe dont la société PHONE MARKETING est la société mère.

Les sociétés exercent des activités complémentaires (services/produits).

La société PHONE MARKETING, dont l'activité historique est basée sur les centres d'appels a construit son développement sur une croissance organique forte depuis 1994 et à partir de 2001 sur une politique de croissance externe dans le cadre d'une stratégie de positionnement « haut de gamme » par le biais d'acquisitions centrées d'une part sur les centres d'appels avec l'achat des sociétés MANETOO et BROADINTERACTIVE en 2001 et 2003 et d'autre part sur le marketing relationnel en 2002 et 2003 avec le rachat des sociétés HIGH TOUCH, TRADE FORCE et STRATEGY CLUB.

La fusion absorption de ses filiales permettra à la société Phone Marketing d'acquérir une plus grande visibilité vis à vis de ses clients en conformité avec sa stratégie et sa politique commerciale. Elle facilitera en interne le management des hommes et la coordination des différents services et produits, qui sont éminemment complémentaires. Elle donnera en outre une plus grande transparence et une plus grande cohérence vis à vis des marchés financiers.

Cette fusion s'inscrit également dans une restructuration générale du groupe qui cherche à rationaliser la gestion générale du groupe, l'organisation administrative et financière et à simplifier ses structures dans la perspective d'une plus grande efficacité et d'une réduction notable des coûts de fonctionnement

#### **Bases de la fusion et méthodes d'évaluation**

La Fusion est réalisée dans les conditions prévues aux articles L 236-1 et suivants du Code de Commerce et 254 et suivants du Décret n°67-236 du 23 mars 1967.

La société absorbante PHONE MARKETING détenant la totalité des actions des sociétés absorbées BROADINTERACTIVE, HIGH TOUCH, MANETOO, STRATEGY CLUB, THE MARKETING GROUP, TRADE FORCE, la Fusion interviendra selon le régime des fusions simplifiées visé par l'article L. 236-11 du Code de Commerce.

La Fusion est régie par les dispositions de l'Avis n° 2004-01 du 25 mars 2004 du Conseil National de la comptabilité relatif au « traitement comptable des fusions et opérations assimilées » approuvé le 4 mai 2004 par le Comité de la réglementation comptable et homologué par arrêté du 7 juin 2004.  
La fusion sera rétroactive au 1er janvier 2005.

La valeur des éléments d'actif et de passif transmis par les sociétés BROADINTERACTIVE, HIGH TOUCH, MANETOO, STRATEGY CLUB, THE MARKETING GROUP, TRADE FORCE à la société PHONE MARKETING, correspond à leur valeur nette comptable au 31 décembre 2004.

Le boni de fusion représentant l'écart positif entre le montant de l'actif net de la société absorbée, et la valeur comptable des titres de participations détenues par la société absorbante dans la société absorbée est comptabilisé dans le résultat financier de la société absorbante à hauteur de la quote-part des résultats cumulés par la société absorbée depuis l'acquisition et non distribués et en capitaux propres pour le montant résiduel.

Le mali technique de fusion représentant l'écart négatif entre le montant de l'actif net reçu par la société absorbante et la valeur comptable des titres de participations détenues par la société absorbante dans la société absorbée se décomposera en deux éléments :

Un mali technique constaté pour les fusions ou opérations de transmission universelle de patrimoine évaluées à la valeur comptable lorsque la valeur nette des titres de la société absorbée figurant à l'actif de la société absorbante est supérieure à l'actif net comptable apporté. Cette composante du mali correspond, à hauteur de la participation antérieurement détenue aux plus-values latentes sur éléments d'actif comptabilisés ou non dans les comptes de l'absorbée déduction faite des passifs non comptabilisés en l'absence d'obligation comptable dans les comptes de la société absorbée.

Au-delà du mali technique, le solde du mali qui pourra être représentatif d'un complément de dépréciation de la participation détenue dans la société absorbée, sera comptabilisé dans le résultat financier de la société absorbante de l'exercice au cours duquel l'opération est réalisée.

#### ***Apport à titre de fusion – Désignation et évaluation de l'actif et du passif***

##### TRADE FORCE

La société TRADE FORCE fait apport à la société PHONE MARKETING, sous les garanties ordinaires et de droit, de tous les éléments d'actif figurant à la date du 31 décembre 2004, à charge pour la société PHONE MARKETING d'acquitter les dettes constituant à la même date le passif de la société, tel que le tout existera au jour de la réalisation définitive de la fusion sans exception ni réserve.

L'actif net apporté par la société absorbée est évalué à SIX CENT VINGT MILLE QUATRE CENT QUATRE VINGT CINQ [620.485] euros.

##### HIGH TOUCH

La société HIGH TOUCH fait apport à la société PHONE MARKETING, sous les garanties ordinaires et de droit, de tous les éléments d'actif figurant à la date du 31 décembre 2004, à charge pour la société PHONE MARKETING d'acquitter les dettes constituant à la même date le passif de la société, tel que le tout existera au jour de la réalisation définitive de la fusion sans exception ni réserve.

L'actif net apporté par la société absorbée est évalué au 31 décembre 2004 à la somme de DEUX CENT SOIXANTE SIX MILLE QUATRE CENT TREIZE [266.413] euros.

La situation comptable provisoire arrêtée au 30 juin 2005 fait apparaître une perte intercalaire d'un montant de CENT VINGT CINQ MILLE CINQ CENT VINGT QUATRE [125.524] euros.

Par une convention signée le 27 septembre 2005 la société PHONE MARKETING a consenti au profit de la société HIGH TOUCH un abandon de créances qu'elle détient dans ses comptes égal au montant de la perte intercalaire de 125.524 euros et que dans ces conditions la perte intercalaire a été absorbée par l'abandon de créances.

##### MANETOO

La société MANETOO fait apport à la société PHONE MARKETING, sous les garanties ordinaires et de droit, de tous les éléments d'actif figurant à la date du 31 décembre 2004, à charge pour la société PHONE MARKETING d'acquitter les dettes constituant à la même date le passif de la société, tel que le tout existera au jour de la réalisation définitive de la fusion sans exception ni réserve.

L'actif net apporté par la société absorbée est évalué à CENT QUARANTE SEPT MILLE QUATRE CENT QUATORZE [147.414] euros.

La situation comptable provisoire arrêtée au 30 juin 2005 fait apparaître une perte intercalaire d'un montant de DIX MILLE CENT TRENTE HUIT euros et QUATRE VINGT SIX Centimes [10.138,86].

Par une convention signée le 27 septembre 2005 la société PHONE MARKETING s'est engagée à consentir une subvention d'équilibre de DIX MILLE CENT TRENTE HUIT euros et QUATRE VINGT SIX Centimes [10.138,86] et que dans ces conditions la perte intercalaire a été absorbée par ladite subvention d'équilibre du même montant.

En conséquence, la valeur de l'actif net apporté s'élève à la somme de CENT QUARANTE MILLE QUATRE CENT QUATORZE [147.414] euros.

#### BROADINTERACTIVE

La société BROADINTERACTIVE fait apport à la société PHONE MARKETING, sous les garanties ordinaires et de droit, de tous les éléments d'actif figurant à la date du 31 décembre 2004, à charge pour la société PHONE MARKETING d'acquitter les dettes constituant à la même date le passif de la société, tel que le tout existera au jour de la réalisation définitive de la fusion sans exception ni réserve.

L'actif net apporté par la société absorbée est négatif et évalué à VINGT DEUX MILLE QUATRE CENT TRENTE DEUX [22.432] euros.

#### STRATEGY CLUB

La société STRATEGY CLUB fait apport à la société PHONE MARKETING, sous les garanties ordinaires et de droit, de tous les éléments d'actif figurant à la date du 31 décembre 2004, à charge pour la société PHONE MARKETING d'acquitter les dettes constituant à la même date le passif de la société, tel que le tout existera au jour de la réalisation définitive de la fusion sans exception ni réserve.

L'actif net apporté par la société absorbée est négatif et évalué à moins QUARANTE TROIS MILLE HUIT CENT QUATRE VINGT DIX [43.890] euros.

#### THE MARKETING GROUP

La société THE MARKETING GROUP fait apport à la société PHONE MARKETING, sous les garanties ordinaires et de droit, de tous les éléments d'actif figurant à la date du 31 décembre 2004, à charge pour la société PHONE MARKETING d'acquitter les dettes constituant à la même date le passif de la société, tel que le tout existera au jour de la réalisation définitive de la fusion sans exception ni réserve.

L'actif net apporté par la société absorbée est évalué à QUARANTE SEPT MILLE QUATRE CENT QUATRE VINGT DIX-HUIT [47.498] euros.

La situation comptable provisoire arrêtée au 30 juin 2005 fait apparaître une perte intercalaire d'un montant de SIX MILLE CENT SOIXANTE DIX HUIT euros et HUIT Centimes [6.178,08].

Par une convention signée le 27 septembre 2005 la société PHONE MARKETING a consenti au profit de la société THE MARKETING GROUP un abandon de créances qu'elle détient dans ses comptes égal au montant de la perte intercalaire de SIX MILLE CENT SOIXANTE DIX HUIT euros et HUIT Centimes [6.178,08] euros et que dans ces conditions la perte intercalaire a été absorbée par l'abandon de créances.

En conséquence, la valeur de l'actif net apporté, s'élève à la somme de QUARANTE SEPT MILLE QUATRE CENT QUATRE VINGT DIX-HUIT [47.498] euros.

#### **Dissolution**

Les sociétés TRADE FORCE, HIGH TOUCH, MANETOO, BROADINTERACTIVE, STRATEGY CLUB et THE MARKETING GROUP, sociétés absorbées, seront dissoutes par anticipation et de plein droit, par le seul fait et à compter du jour de la réalisation définitive de la fusion et par son approbation par l'assemblée générale extraordinaire des actionnaires de la société PHONE MARKETING, société absorbante.

Le passif des sociétés TRADE FORCE, HIGH TOUCH, MANETOO, BROADINTERACTIVE, STRATEGY CLUB et THE MARKETING GROUP devra être entièrement pris en charge par la société PHONE MARKETING, la dissolution des sociétés absorbées ne sera suivie d'aucune opération de liquidation de ces sociétés.

## 7.2. Principales filiales de l'émetteur

THE MARKETINGGROUP possède deux filiales régionales :

- PHONE MARKETING MEDITERRANEE

Société A Responsabilité Limitée au capital de 19 818,37 €, dont le siège social est 40, avenue de Hambourg 13008 MARSEILLE, immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de MARSEILLE sous le numéro B 325 612 950 ;

- PHONE MARKETING RHONE ALPES

Société A Responsabilité Limitée au capital de 68 602,06 €, dont le siège social est 10, rue des Emeraudes 69006 LYON, immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de LYON sous le numéro B 325 268 118

Ces deux entités sont détenues à 100 % par THE MARKETINGGROUP.

Ces deux filiales sont entièrement intégrées à la stratégie globale, à la gestion et au fonctionnement du Groupe et bénéficient d'une convention de groupe formée le 19 juillet 2002 :

- des services de la structure logistique, administrative et comptable organisée au niveau de la maison mère ;
- de l'assistance et des conseils en matière de direction générale et de direction d'entreprise de la maison mère
- de facilités de trésorerie si besoin est.

## 8. PROPRIETES IMMOBILIERES, USINES ET EQUIPEMENTS

### 8.1. Propriétés immobilières louées

Pour les besoins de ses activités, et notamment pour son activité de centre de contacts, THE MARKETINGGROUP a signé divers contrats de bail, détaillés comme suit, et selon les différents sites d'activité du Groupe.

#### Implantations – Région Parisienne

Implantations	Adresse	Activité sur le site	Propriétaire	Surface	Loyer annuel	Nbre de positions de travail en centres d'appels
Levallois Perret	RDC Gauche 113, rue Victor Hugo 92300 Levallois Perret	Local C.E.	Externe	30 m <sup>2</sup> + places de parkings	11 912,24 €	-
Levallois Perret	RDC Droite 113, rue Victor Hugo 92300 Levallois Perret	Bureaux	Externe	123 m <sup>2</sup> + place de parking	28 715,92 €	-
Levallois Perret	2ème étage 113, rue Victor Hugo 92300 Levallois Perret	Centre d'appels	Externe	240 m <sup>2</sup>	60 000,00 €	50
Levallois Perret	3ème étage 113, rue Victor Hugo 92300 Levallois Perret	Centre d'appels	Externe	240 m <sup>2</sup>	55 200,00 €	50
Levallois Perret	4ème étage 113, rue Victor Hugo 92300 Levallois Perret	Siège Social Direction Financière	Externe	240 m <sup>2</sup>	55 200,00 €	-
Levallois Perret	5ème étage 113, rue Victor Hugo 92300 Levallois Perret	Direction Générale	Externe	255 m <sup>2</sup> + places de parkings	67 668,00 €	-
Levallois Perret	6ème étage 113, rue Victor Hugo 92300 Levallois Perret	Marketing Services	Externe	162 m <sup>2</sup> + places de parkings	43 216,60 €	-
Levallois Perret	4 rue de la Gare 92300 Levallois Perret	Centre d'appels	Externe	631 m <sup>2</sup> + places de parkings	137 324,76 €	100
Levallois Perret	2ème étage 4bis rue de la Gare 92300 Levallois Perret	Centre d'appels	Externe	282 m <sup>2</sup>	67 373,88 €	50
Courbevoie	RDC / 1er sous-sol 1, place Malvesin 92400 Courbevoie	Centre d'appels	Externe	600 m <sup>2</sup>	176 672,00 €	90
Levallois Perret	113, rue Victor Hugo 92300 Levallois Perret	Marketing Services	Externe	240 m <sup>2</sup> + places de parkings	88 178,52 €	-

#### Implantations – Rhône Alpes

Implantations	Adresse	Activité sur le site	Propriétaire	Surface	Loyer annuel	Nbre de positions de travail en centres d'appels
Lyon	20 rue de la Villette	Direction Régionale Centre d'appels	Externe	1 097 m <sup>2</sup>	222 437,67 €	120

Suite à la volonté d'agrandissement de cette filiale, en terme de positions de travail notamment, ce nouveau contrat de bail a été signé au mois d'octobre 2005. La réorganisation s'en suivant, en particulier en ce qui concerne le déménagement, aura lieu au mois de décembre 2005.

### Implantations – Marseille

Implantations	Adresse	Activité sur le site	Propriétaire	Surface	Loyer annuel	Nbre de positions de travail en centres d'appels
Marseille	40, Bd de Hambourg 13008 Marseille	Direction Régionale Centre d'appels	Externe	215 m <sup>2</sup>	22 200,00 €	40
Marseille	40, Bd de Hambourg 13008 Marseille	Centre d'appels	Externe	130 m <sup>2</sup> + places de parking	16 632,00 €	13
Marseille	40, Bd de Hambourg 13008 Marseille	Centre d'appels	Externe	42 m <sup>2</sup>	4 500,00 €	7
Marseille	40, Bd de Hambourg 13008 Marseille	Centre d'appels	Externe	90 m <sup>2</sup>	14 400,00 €	15

L'ensemble de ces contrats sont des contrats de bail de droit commun, généralement formés pour 9 années, avec une faculté de résiliation tous les 3 ans moyennant un préavis de 6 mois. Ces contrats comportent par ailleurs des clauses d'indexation du loyer prévoyant une variation du loyer dans la même proportion que l'indice du coût de construction publié par l'Institut National des Statistiques et Etudes Economiques.

Ces locations de locaux constituent une part importante des charges du Groupe, notamment en ce qui concerne l'activité de Centres de Contats.

Par ailleurs, il est à noter que deux contrats de bail ont été formés avec des SCI familiales de l'un des dirigeants.

Ces opérations seront détaillées ci-après dans le paragraphe 19 de la partie 1 « Opérations avec des apparentés ».

## 8.2. Question environnementale

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

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

### 9.1. Examen de la situation financière et du résultat au cours des exercices 2002, 2003 et 2004

Les données présentées dans ce paragraphe sont des données issues des comptes consolidés annuels du groupe THE MARKETINGGROUP pour les exercices clos au 31 décembre 2002, 31 décembre 2003 et 31 décembre 2004.

#### 9.1.1. Chiffre d'affaires

Les prestations en centres de contacts sont facturées de manière mensuelle, il s'agit d'une facturation mensuelle du mois écoulé.

En ce qui concerne les opérations de marketing services, la facturation est réalisée à l'avancement des travaux, c'est-à-dire en fonction des heures passées.

Le tableau suivant présente la décomposition du chiffre d'affaires de THE MARKETINGGROUP.

En K€	2002	2003	2004
Activité Centres de Contact	18 357	18 224	19 213
Activité Marketing Communication	2 940	5 551	4 285
<b>TOTAL Chiffre d'affaires</b>	<b>21 297</b>	<b>23 775</b>	<b>23 498</b>
Autres produits d'exploitation	47	8	4
Variation d'en-cours	-	111	-109
<b>TOTAL Chiffre d'affaires et autres produits</b>	<b>21 344</b>	<b>23 894</b>	<b>23 393</b>

#### ✓ Chiffre d'affaires centres de contacts

L'activité 'centres de contacts', activité historique du Groupe, est l'activité prépondérante de THE MARKETINGGROUP. Cette activité est en globale augmentation depuis 2002. Cette activité a effectivement progressé de 4,66 % entre 2002 et 2004.

Entre les exercices 2003 et 2004, l'augmentation de chiffre d'affaires a représenté plus de 5,4 %, marquant ainsi la reprise du marché des centres de contacts suite à la récession observée en 2003.

#### ✓ Chiffre d'affaires de l'activité Marketing Communication

Cette activité, fruit de la stratégie mise en place dès 2002 au sein de THE MARKETINGGROUP, ne représente encore qu'une part marginale dans le chiffre d'affaires total de la Société (18,2 % en 2004). Il s'agit toutefois d'une activité en développement, qui bénéficie par ailleurs de la politique de mutualisation des ressources et des compétences mise en place au sein des différents départements du Groupe (et notamment en matière de prospection commerciale).

#### ✓ Production stockée

Ce poste correspond aux en cours de prestation de l'année de référence notamment en ce qui concerne les activités de promotion des ventes et de conseil en communication et en marketing. Ces en-cours de prestations seront comptabilisés en chiffre d'affaires avec l'exécution effective de la prestation.

### 9.1.2. Charges opérationnelles courantes

Le tableau suivant détaille l'évolution des charges opérationnelles courantes qui ont enregistré une hausse globale de 14,7 % entre 2002 et 2004 passant de 19,5 à 22,4 millions d'euros.

La croissance des charges est supérieure à celle du chiffre d'affaires sur la période considérée. Ceci s'explique notamment par une très faible croissance de l'activité Centres de Contacts dans un contexte de marché déprimé, doublée d'une hausse des charges au cours de l'exercice 2003 en particulier. Toutefois il est à noter que le Groupe a entrepris des mesures de restructuration, notamment en vue de diminuer et de rationaliser ce niveau de charges. Ces mesures ont notamment pris la forme :

- D'un recours systématique à l'intérim pour les missions ponctuelles ;
- D'une diminution des dépenses engagées pour la publicité et la promotion ;
- D'un repositionnement du groupe sur des prestations à forte valeur ajoutée, l'amenant par ailleurs à reconsidérer les contrats non rentables ;

En K€	2002	2003	2004
Achat marchandises	-	114	121
Achat matières premières	-	230	187
Autres achats et charges externes	6 117	8 719	6 196
Charges de personnel ( <i>dont participation des salariés</i> )	11 741	13 105	13 868
Autres charges d'exploitation	686	796	778
Dotations aux amortissements et provisions	994	1 289	1 256
<b>TOTAL Charges opérationnelles courantes</b>	<b>19 538</b>	<b>24 253</b>	<b>22 406</b>
<i>% de Charges Courantes / Chiffre d'affaires</i>	<i>91,74%</i>	<i>102,01%</i>	<i>95,35%</i>

#### ✓ **Achats de marchandises et de matières premières**

Ce poste comprend notamment les achats pour revente effectués dans le cadre d'opérations de marketing direct. En 2002, le Groupe n'avait pas encore développé cette activité.

#### ✓ **Autres achats et charges externes**

Les principaux postes inclus dans les charges externes sont les suivants : loyers, dépenses de maintenance et d'entretien, frais liés au recours à l'intérim, honoraires des prestataires extérieurs, dépenses de publicité et de communication, frais de télécommunications, frais d'affranchissement.

La baisse du poste 'autres achats et charges externes' traduit la mise en place du plan de réduction des coûts sur l'année 2004, notamment en honoraires et charges diverses.

Toutefois il est possible d'observer un accroissement significatif sur le poste de 'loyers et charges' entre 2003 et 2004 lié à la prise en compte, en 2004, des loyers relatifs aux nouveaux contrats de bail sur les sites de Levallois et de Marseille. Par ailleurs, l'augmentation des charges relatives aux contrats de bail s'explique également par l'accroissement naturel de l'indice du coût de la construction sur lequel sont indexés la totalité des contrats.

#### ✓ **Charges de personnel**

La hausse globale des charges courantes est notamment expliquée par le poids des charges de personnel qui représentent en moyenne 58,6 % dans le total des charges opérationnelles globales du Groupe. Compte tenu de son activité, le personnel représente effectivement l'une des matières premières essentielle du Groupe ; en outre les acquisitions du Groupe ont eu un impact mécanique de hausse des effectifs.

Toutefois il est à noter que suite à ces différentes acquisitions, réalisées au cours des années 2002 et 2003, THE MARKETINGGROUP a mis en place des mesures de restructuration (en ce qui concerne l'activité Marketing Communication) afin de rationaliser au mieux ses différents postes de charges, et en particulier les charges de personnel.

Le Groupe a par exemple décidé d'avoir recours, de manière plus régulière, à de l'intérim.

✓ **Autres charges d'exploitation**

Les autres charges d'exploitation recouvre notamment les frais divers de gestion. Leur poids dans le total des charges opérationnelles est globalement stable.

✓ **Dotations aux amortissements et provisions**

Ce poste enregistre une légère augmentation entre 2002 et 2004. Il comprend notamment les dotations aux amortissements des installations générales et du matériel informatique et de bureau.

**9.1.3. Résultat d'exploitation**

En K€	2002	2003	2004
Résultat d'exploitation	1 910	-88	1 192

L'exercice 2003 a été difficile pour THE MARKETINGROUP qui a dû faire face au repli du marché des centres de contacts et à une baisse des dépenses publicitaires engagées, et qui était par ailleurs en phase de restructuration suite aux acquisitions effectuées au cours des exercices 2002 et 2003.

En 2004, le résultat d'exploitation se solde par un bénéfice de 1 192 K€ contre une perte de 88 K€ au 31 décembre 2003, grâce à une amélioration très nette de la productivité, soutenue par un plan de réorganisation et d'économies de coûts à l'échelle du groupe.

**9.1.4. Résultat financier**

Les produits financiers sont le résultat des placements de trésorerie effectués par le Groupe.

Les charges financières correspondent :

- aux intérêts des emprunts et des découverts
- aux intérêts liés à l'affacturage
- aux retraitements liés aux opérations de crédit bail

En K€	2002	2003	2004
Résultat financier	-263	-273	-249

Aucune variation significative n'a été relevé concernant les produits et charges financières de l'entreprise.

**9.1.5. Charges d'impôt**

La charge d'impôts se monte à 304 K€ en 2004, contre un gain de 206 K€ en 2003 et une charge de 539 K€ en 2002.

En 2004, cette charge s'explique principalement par la variation des impôts différés sur l'exercice ; cette variation est calculée en fonction du résultat net bénéficiaire imputé sur les déficits reportables.

**9.1.6. Résultat net**

En K€	2002	2003	2004
Résultat net	885	-445	378

Le résultat consolidé de l'exercice se solde par un bénéfice de 378 K€, part du groupe, en net redressement par rapport à l'année précédente qui s'était soldée par une perte de 445 K€, part du groupe. La rentabilité reste toutefois inférieure aux niveaux atteints par l'entreprise de 1997 à 2002.

## 9.2. Examen de la situation financière et du résultat des comptes semestriels du 30 juin 2005 et du 30 juin 2004

### 9.2.1. Chiffre d'affaires

Le tableau suivant présente la décomposition du chiffre d'affaires de THE MARKETINGGROUP.

En K€	30-juin-04	30-juin-05
Activité Centres de Contact	8 676	11 699
Activité Marketing Communication	2 358	2 925
<b>TOTAL Chiffre d'affaires</b>	<b>11 034</b>	<b>14 624</b>
Autres produits d'exploitation	-	94
Variation d'en-cours	-	-
<b>TOTAL Chiffre d'affaires et autres produits</b>	<b>11 034</b>	<b>14 718</b>

La répartition du chiffre d'affaires de THE MARKETINGGROUP est restée quasiment identique entre le premier semestre 2005 et le premier semestre 2004. L'activité centre de contacts représentait effectivement 80,0 % du chiffre d'affaires total du premier semestre 2005, contre 78,6 % au premier semestre 2004.

Le chiffre d'affaires global de la Société a progressé de 32,5 % entre le premier semestre 2005 et le premier semestre 2004.

La décomposition du chiffre d'affaires indique que cette hausse est plus particulièrement imputable à la hausse du chiffre d'affaires de l'activité de centre d'appels qui a contribué pour 84,2 % à cette progression globale. En hausse de 34,8 % entre le 30 juin 2004 et le 30 juin 2005, l'activité de centre de contact a en effet augmenté plus rapidement que l'activité de marketing services, qui a affiché une progression de 24,0 % au cours de la même période.

Cette forte augmentation du chiffre d'affaires des centres de contact s'explique notamment un développement des relations de la Société avec des clients existants, ainsi que par l'acquisition de nouveaux clients (Groupe France Mutuelle, Télé 2 notamment).

### 9.2.2. Charges opérationnelles courantes

Les charges opérationnelles, comme l'indique le tableau ci-dessous, ont subi une augmentation globale de 30,0 % entre le premier semestre 2005 et le premier semestre 2004. Celles-ci sont effectivement passées de 10 451 K€ au 30 juin 2004 à 13 593 K€ au 30 juin 2005.

Les charges opérationnelles courantes ont toutefois augmenté de manière moindre que le chiffre d'affaires qui a connu une hausse de 32,21 % entre le premier semestre 2005 et le premier semestre 2004.

En K€	30-juin-04	30-juin-05
Achat marchandises	-	-
Achat matières premières	-	-
Autres achats et charges externes	3 229	4 007
Impôts et taxes	374	422
Charges de personnel (dont participation des salariés)	6 626	8 921
Autres charges d'exploitation	31	41
Dotations aux amortissements et provisions	565	624
<b>TOTAL Charges opérationnelles courantes</b>	<b>10 825</b>	<b>14 015</b>
% de Charges Courantes / Chiffre d'affaires	98,11%	95,84%

Les mesures de restructuration initiées par le Groupe ont ainsi commencé à porter leurs fruits, comme le confirme la baisse de trois points du pourcentage de charges opérationnelles courantes par rapport au chiffre d'affaires qui était de 98,1 % au 30 juin 2004 pour se porter à 95,8 % au 30 juin 2005.

✓ **Autres achats et charges externes**

Ce poste a progressé de 24,1 % entre le premier semestre 2004 et le premier semestre 2005 passant de 3 229 K€ au 30 juin 2004 à 4 007 K€ au 30 juin 2005.

Une analyse de ses charges indique que cette hausse est notamment expliquée par le doublement des dépenses liées aux achats d'étude, qui ont presque doublé entre le premier semestre 2004 et le premier semestre 2005, passant de 629 K€ à 1 120 K€.

✓ **Charges de personnel**

Les charges de personnel étaient de 8 921 K€ au 30 juin 2005, contre 6 626 K€ au 30 juin 2004, affichant ainsi une hausse de 34,6 %.

Ces charges ont suivi l'augmentation du chiffre d'affaires (+32,5 % entre le premier semestre 2004 et le premier semestre 2005), et notamment l'augmentation du chiffre d'affaires de l'activité centres de contact qui s'élevait à 34,8 % pendant la même période.

Cette hausse s'explique par ailleurs par un changement de présentation comptable concernant les charges liées aux prestations d'intérim : ces charges ont été effectivement reclassées en charge de personnel alors qu'elles étaient auparavant enregistrées au niveau des autres achats et charges externes.

✓ **Autres charges d'exploitation**

Les autres charges d'exploitation ont augmenté de 32,2 % entre le premier semestre 2004 et le premier semestre 2005, passant de 31 K€ au 30 juin 2004 à 41 K€ au 30 juin 2005. Leur poids dans le total des charges opérationnelles est globalement stable autour de 0,30 %.

✓ **Dotations aux amortissements et provisions**

Ce poste enregistre une légère augmentation de 10,4 % entre le premier semestre 2004 et le premier semestre 2005. Toutefois, leur poids dans le total des charges opérationnelles a diminué passant de 5,22 % au 30 juin 2004 à 4,45 % au 30 juin 2005.

### 9.2.3. Résultat d'exploitation

En K€	30-juin-04	30-juin-05
Résultat d'exploitation	310	802

Le résultat d'exploitation est en forte augmentation (+158,7 %) entre le premier semestre 2004 et le premier semestre 2005, passant de 310 K€ à 802 K€.

La maîtrise des charges d'exploitation associée à la forte croissance de l'activité a permis de quasiment doubler les marges d'exploitation qui sont ainsi passées de 2,8 % au 30 juin 2004 à 5,45 % au 30 juin 2005.

### 9.2.4. Résultat financier

En K€	30-juin-04	30-juin-05
Résultat financier	-126	-107

Le résultat financier, qui était de -126 K€ au 30 juin 2004 contre -107 au 30 juin 2005, est en augmentation. Cette hausse s'explique par la légère hausse des produits financiers, ajoutée à une baisse des charges financières. La baisse des charges financières est due à l'arrivée à échéance de certains contrats de prêts dont était titulaire la Société et ses filiales.

### 9.2.5. Charges d'impôt

La charge d'impôt se montait à 258 K€ au 30 juin 2005, contre 122 K€ au 30 juin 2004.

### 9.2.6. Résultat net

En K€	30-juin-04	30-juin-05
Résultat net	134	348

La Société a constaté un résultat net de 348 K€ au 30 juin 2005, contre 134 K€ au 30 juin 2004. Ce résultat net reflète la progression de la rentabilité de la Société au cours du premier semestre 2005, la marge sur résultat net s'établissant à 2,4 % du chiffre d'affaires, contre 1,2 % au 30 juin 2004.

### 9.3. Facteurs de nature gouvernementale, économique, budgétaire, monétaire ou politique pouvant influencer sensiblement les opérations du Groupe

La Société n'identifie pas à ce jour de stratégie ou facteur de nature gouvernementale, économique, budgétaire, monétaire ou politique susceptible d'influencer sensiblement, de manière directe ou indirecte, sur les opérations de THE MARKETINGROUP.

### 9.4. Informations complémentaires

#### 9.4.1. Engagements hors bilan

Sur la période d'observation, les engagements hors-bilan se détaillent comme suit :

	31/12/2002	31/12/2003	31/12/2004	30/06/2005
Créances cédées non échues	3 374 K€	3 282 K€	4 544 K€	3 253 K€
Nantissements, Hypothèques et sûretés réelles	897 K€	967 K€	1 187 K€	1 187 K€
- Nantissement du fonds de commerce	603 K€	603 K€	823 K€	823 K€
- Nantissement de Titres	162 K€	232 K€	232 K€	232 K€
- Nantissement de SICAV	132 K€	132 K€	132 K€	132 K€
Avals, cautions et garanties données	-	-	77 K€	77 K€
Autres engagements donnés	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>4 271 K€</b>	<b>4 249 K€</b>	<b>5 808 K€</b>	<b>4 517 K€</b>

Ces engagements hors bilan sont détaillés au paragraphe 21.2.8.

Suite à la fusion des diverses entités du Groupe, les nantissements sur actions des sociétés TRADE FORCE, HIGHTOUCH et STRATEGY CLUB relatifs aux emprunts contractés, comme indiqué au paragraphe 21.2.8.2, ont été renégociés. Ces renégociations prévoient que ces emprunts seront désormais garantis par un nantissement sur le fonds de commerce de THE MARKETINGROUP.

Le Groupe n'a par ailleurs donné ou reçu aucun engagement complexe lié par exemple à la croissance externe, à un mode de financement particuliers des actifs ou à tout autre opération exceptionnelle.

A la connaissance de THE MARKETINGROUP, la présentation n'omet pas l'existence d'un engagement hors bilan significatif selon les normes en vigueur.

## 10. TRESORERIE ET CAPITAUX

### 10.1. Capitaux propres de l'émetteur

Au 30 juin 2005, les capitaux propres consolidés du Groupe s'élevait à 5 864 K€.

Les mouvements constatés sur les capitaux propres sont les suivants :

En K€	Capital	Réserves	Réserves Consolidées	Ecart de conversion	Résultat de l'exercice	TOTAL CAPITAUX PROPRES
<b>Au 1er janvier 2003</b>	<b>553</b>	<b>2 492</b>	<b>1 583</b>	<b>0</b>	<b>885</b>	<b>5 514</b>
Affectation du résultat			885		-885	0
Augmentation de capital	7	284				291
Distribution de dividendes		-133				-133
Résultat de l'exercice					-445	-445
<b>Au 31 décembre 2003</b>	<b>560</b>	<b>2 643</b>	<b>2 468</b>	<b>0</b>	<b>-445</b>	<b>5 227</b>
Affectation du résultat			-445		445	0
Augmentation de capital						0
Distribution de dividendes						0
Résultat de l'exercice					379	379
<b>Au 31 décembre 2004</b>	<b>560</b>	<b>2 643</b>	<b>2 023</b>	<b>0</b>	<b>379</b>	<b>5 606</b>
Affectation du résultat			379		-379	0
Augmentation de capital						0
Distribution de dividendes			-90			-90
Résultat de l'exercice					348	348
<b>Au 30 juin 2005</b>	<b>560</b>	<b>2 643</b>	<b>2 312</b>	<b>0</b>	<b>348</b>	<b>5 864</b>

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

#### 10.2.1. Sources et montants des flux de trésorerie au cours des exercices 2002, 2003 et 2004

La Société bénéficie d'un modèle économique générateur de flux de trésorerie d'exploitation positifs.

	2002	2003	2004*
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation	1 733 K€	159 K€	2 383 K€
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement	-3 536 K€	-814 K€	-354 K€
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement	4 049 K€	-404 K€	-732 K€
Augmentation (diminution) de la trésorerie	2 246 K€	-1 059 K€	1 297 K€
Trésorerie à l'ouverture	645 K€	2 891 K€	1 830 K€
Trésorerie à la clôture	2 891 K€	1 832 K€	3 127 K€

\* Les données 2004 ont été modifiées par rapport aux données certifiées par les Commissaires aux Comptes.

✓ **Flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation**

Le flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles a dégagé un excédent de 2 383 K€ en 2004, contre un excédent de 159 K€ en 2003. En 2004, le Groupe a ainsi dépassé le niveau d'activité observé en 2002.

Ceci est essentiellement dû à :

- l'augmentation du résultat d'exploitation du Groupe, qui devient positif à 1 192 K€ en 2004 contre une perte de 88 K€ en 2003.
- l'impact de la baisse du besoin en fonds de roulement liée aux opérations d'exploitation, baisse notamment expliquée par un meilleur délai de recouvrement des créances clients ainsi que la mise en place de mesures de restructuration ayant porté leurs fruits. Ce besoin en fonds de roulement représentait effectivement 419 K€ en 2004 contre 1 415 K€ pour l'exercice 2003.

✓ **Flux de trésorerie provenant des activités d'investissement**

Au cours de l'exercice 2002, les acquisitions ainsi que les investissements réalisés ont été importants et ont nécessité l'intervention des banques en matière de financement. Les investissements réalisés au cours des exercices 2003 et 2004 ont été moins significatifs.

✓ **Flux de trésorerie provenant des activités de financement**

En 2004, le flux de trésorerie provenant des activités de financement est déficitaire et s'élève à -732 K€, alors qu'il s'élevait à -404 K€ en 2003 et à 4 049 K€ en 2002.

En 2002, l'essentiel du financement résulte du produit de l'augmentation de capital opérée au cours de cet exercice.

Depuis 2003, les flux liés aux opérations de financement sont négatifs et proviennent pour une large part des annuités de remboursement des emprunts contractés par le Groupe.

*10.2.2. Sources et montants des flux de trésorerie au 30 juin 2005*

	<b>30/06/2005</b>
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation	797 K€
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement	-99 K€
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement	-328 K€
	<hr/>
Augmentation (diminution) de la trésorerie	369 K€
	<hr/>
Trésorerie à l'ouverture	3 127 K€
Trésorerie à la clôture	3 496 K€

✓ **Flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation**

Le flux de trésorerie provenant des activités opérationnelles a dégagé un excédent de 797 K€ pour le 1<sup>er</sup> semestre 2005.

Ceci est notamment expliqué par l'augmentation du résultat d'exploitation du Groupe qui enregistre une progression de +492 K€ par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2004.

✓ **Flux de trésorerie provenant des activités de financement**

Au premier semestre 2005, les flux de trésorerie liés aux opérations de financement reflètent, pour sa plus grande part, le remboursement d'emprunts bancaires et s'élèvent à 328 K€.

✓ **Flux de trésorerie provenant des activités d'investissement**

Au premier semestre 2005, la Société a investi 102 K€ en acquisitions d'immobilisations. Ces acquisitions sont principalement liées à des achats de matériel informatique (logiciels) ainsi qu'à des investissements de réaménagement des centres de contacts régionaux.

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

Les besoins de liquidités du Groupe incluent principalement :

- le financement du développement de ses activités de centres d'appels ;
- le financement de ses besoins en fonds de roulement ;
- le service de sa dette ;

Les principales ressources financières du Groupe sont constituées :

- des flux de trésorerie générés par les activités opérationnelles de THE MARKETINGGROUP ;
- ainsi que des emprunts contractés pour le financement des investissements réalisés.

Le Groupe dispose de ressources financières supplémentaires du fait des prêts qui lui ont été accordés.

Etablissement prêteur	Objet du prêt	Montant global des lignes	Nature des taux	Échéance	Existence de couvertures
CEPME	Refinancement des travaux d'aménagement au siège social	265 000,00 €	Taux Variable T4M + 1,5 pts	octobre 2005	non
Société Générale	Travaux centre d'appels	46 000,00 €	Taux Fixe 4,40%	août 2006	non
Société Générale	Financement de divers investissements	138 000,00 €	Taux Fixe 4,50%	juin 2007	non
Société Générale	Financement du rachat de Plume Direct	117 600,00 €	Taux Fixe 6,35%	juin 2007	non
Société Générale	Financement du rachat de Plume Direct	274 400,00 €	Taux Fixe 6,35%	juin 2007	non
Société Générale	Financement du rachat de Trade Force	72 900,00 €	Taux Fixe 6,35%	juin 2007	non
Société Générale	Financement du rachat de Trade Force	170 100,00 €	Taux Fixe 6,35%	juin 2007	non
Banque Hervet	Aménagement de locaux d'exploitation	200 000,00 €	Taux Fixe 4,10%	juillet 2007	non
Société Générale	Rachat de Strategy Club et Quator	290 000,00 €	Taux Fixe 5,00%	août 2008	non

Le Groupe estime que les flux de trésorerie générés par ses activités opérationnelles, sa trésorerie ainsi que les fonds disponibles dans le cadre de ses emprunts seront suffisants pour lui permettre de satisfaire ses futures obligations financières telles qu'elles sont anticipées actuellement et de répondre à ses besoins en fonds de roulement.

Au 30 juin 2005, l'endettement net du Groupe s'élevait à -1 832 K€, détaillé comme suit.

<i>en K€</i>	<b>Au 30 juin 2005</b>
Dettes bancaires du Groupe	822 K€
Disponibilités et valeurs mobilières de placement, nettes des soldes créditeurs de banque	3 496 K€
<b>Endettement financier net du Groupe (hors contrats de location longue durée)</b>	<b>-2 674 K€</b>
Contrats de location longue durée	842 K€
<b>Endettement net du Groupe</b>	<b>-1 832 K€</b>

Les dettes contractées par le Groupe l'exposent à certains risques (cf paragraphes 4.5.1 et 4.5.3 relatifs aux facteurs de risques).

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

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

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

En raison de sa trésorerie actuelle, la Société estime être en mesure d'autofinancer ses futurs investissements d'exploitation.

Toutefois, compte tenu du niveau relativement faible de son endettement actuel, la Société pourra décider de financer certains investissements par emprunts si elle l'estime nécessaire.

## 11. RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT, BREVETS ET LICENCES

Manetoo, entité désormais fusionnée au sein de THE MARKETINGGROUP (cf organigramme avant fusion au paragraphe 20.5 Partie 1), a, dans le cadre de ses activités de web call center, engagé des dépenses de recherche et développement au cours de l'exercice 2000. Ces dépenses ont été amorties sur 3 ans et sont par conséquent amorties depuis la fin de l'exercice 2003.

Toutefois, depuis, THE MARKETINGGROUP n'a engagé aucune autre dépense en matière de recherche et de développement et n'a bénéficié d'aucune aide ou subvention dans ce domaine.

## 12. INFORMATIONS SUR LES TENDANCES

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

Se reporter aux paragraphes 9.2. et 10.2.2 de la partie 1.

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

La Société n'a pas connaissance de tendance connue ou d'événements avérés relatifs à son activité qui soient raisonnablement susceptibles d'influer sensiblement et de manière exceptionnelle sur son chiffre d'affaires au cours du second semestre 2005.

Pour mémoire, le chiffre d'affaires au 30 juin 2005 s'élève à 14,6 millions d'euros contre 11,0 millions d'euros au 30 juin 2004 (données consolidées) affichant ainsi sur la période une croissance de 32,5 %.

### 13. PREVISIONS OU ESTIMATIONS DE BENEFICE

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

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

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

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

A la suite du processus de fusion opéré en date du 15 novembre 2005, la Société a procédé à une recomposition de son Conseil d'Administration.

Les tableaux ci-après précisent pour chaque membre du Conseil d'Administration ses fonctions et mandats exercés dans le Groupe ou en dehors du Groupe.

Nom	<b>Marc GLADYSZ</b>
Mandat actuel	Président du Conseil d'Administration et Directeur Général
Adresse Professionnelle	42 rue Eugène Carrière - 75 018 PARIS
Date de première nomination	17/01/90
Date d'échéance du mandat	29/06/06
Fonction principale exercée en-dehors de la Société	Néant
Autres mandats et fonctions exercés dans le Groupe	Gérant de la société PHONE MARKETING MEDITERRANEE Gérant de la société PHONE MARKETING RHONE ALPES
Autres mandats et fonctions exercés en-dehors de la Société	Néant
Autres mandats et fonctions exercés au cours des cinq dernières années *	Président Directeur Général de la Société BROADINTERACTIVE, Président Directeur Général de la Société MANETOO, Administrateur de la Société HIGH TOUCH, Administrateur de la Société TRADE FORCE, Président de la Société THE MARKETING GROUP

Nom	<b>Emilie LEVY</b>
Mandat actuel	Administrateur
Adresse Professionnelle	113, rue Victor Hugo - 92300 Levallois Perret
Date de première nomination	01/02/01
Date d'échéance du mandat	29/06/06
Fonction principale exercée en-dehors de la Société	Néant
Autres mandats et fonctions exercés dans le Groupe	Néant
Autres mandats et fonctions exercés en-dehors de la Société	Néant
Autres mandats et fonctions exercés au cours des cinq dernières années *	Administrateur de la Société BROADINTERACTIVE, Administrateur de la Société MANETOO Membre du Comité de Direction de la Société THE MARKETING GROUP

Nom	<b>Eudes GONDRY</b>
Mandat actuel	Administrateur
Adresse Professionnelle	231 rue de Beaumont - 59187 Guesnain
Date de première nomination	15/11/05
Date d'échéance du mandat	27/06/08
Fonction principale exercée en-dehors de la Société	Pharmacien
Autres mandats et fonctions exercés dans le Groupe	Néant
Autres mandats et fonctions exercés en-dehors de la Société	Néant
Autres mandats et fonctions exercés au cours des cinq dernières années *	Néant

\* Avant la fusion opérée le 15 novembre 2005 et le changement de dénomination sociale, la maison mère du Groupe (alors PHONE MARKETING) avait un Conseil d'Administration. Ainsi les premières nominations de certains administrateurs peuvent être antérieures au 15 novembre 2005. De même, les anciens mandats et fonctions exercés par les mandataires au cours des cinq dernières années l'étaient dans le cadre de l'ancien groupe de sociétés (cf schéma juridique avant fusions au paragraphe 20.5 de la partie 1.

- L'expertise et l'expérience en matière de gestion de Monsieur Marc GLADYSZ et de Madame Emilie LEVY résultent des différentes fonctions salariées et/ou de direction qu'elles ont précédemment exercées.
- Monsieur Eudes GONDRY est le beau-frère de Monsieur Marc GLADYSZ..
- En outre, à la connaissance de la Société, aucun mandataire social n'a fait l'objet :
  - d'une condamnation pour fraude prononcée au cours des cinq dernières années au moins ;
  - d'une faillite, mise sous séquestre ou liquidation au cours des cinq dernières années au moins ;
  - d'une incrimination et/ou sanction publique officielle prononcée par des autorités statutaires ou réglementaires au cours des cinq dernières années au moins.
- Enfin, à la connaissance de la Société, aucun mandataire social n'a été empêché par un tribunal d'agir en qualité de membre d'un organe d'administration, de direction ou de surveillance d'un émetteur ou d'intervenir dans la gestion ou la conduite des affaires d'un émetteur au cours des cinq dernières années au moins.

#### *14.1.2. Profils des dirigeants*

Dans le paragraphe qui suit, la dénomination PHONE MARKETING désigne l'ancienne dénomination de THE MARKETINGGROUP.

**Marc GLADYSZ** : PDG, 53 ans

Marc GLADYSZ a une formation économique et de gestion des entreprises : maîtrise «ès sciences économiques» - DESS «Gestion des Entreprises» - IAE Lille.

Burroughs S.A. (actuellement Unisys) est sa première expérience professionnelle en tant qu'ingénieur d'affaires. Il est Directeur Commercial chez G.S.I. Informatique lorsqu'il décide de créer son entreprise par rachat d'une franchise de PHONE MARKETING pour la région Méditerranée en 1982. Depuis cette date, il a progressivement étendu son champ d'activité pour en 1994 racheter la marque PHONE MARKETING.

Marc Gladysz a été plusieurs fois nommé pour le « Grand Prix de l'Entrepreneur », (critères retenus : 3 années de croissance supérieure à 25 % et rentabilité supérieure à 5 %).

- **Activités Marketing Communication**

**Nathalie Henriot**, Directrice Pôle Marketing Relationnel, 48 ans.

Nathalie Henriot rentre chez American Express comme Marketing Manager suite à l'obtention d'un MGA Marketing à l'université de Dallas.

Après un passage chez Médecin Sans Frontière pour s'occuper du marketing direct, elle fonde en 1990 Plume Direct, agence de marketing direct. Plume Direct devient High Touch.

Dans le cadre de la fusion, Nathalie Henriot prend la direction du Pôle Marketing Relationnel.

**Jacques Willems**, Directeur Pôle Marketing Promotion et Réseau, 49 ans.

Jacques Willems après des études de commerce et publicité crée une agence spécialisée dans le promotion des ventes et l'animation des réseaux de distribution : Trade Force.

En 2002, il cède son entreprise à Phone Marketing.

Dans le cadre de la fusion, Jacques Willems, prend la direction du Pôle Promotion et Réseau.

**Henri Gardette**, Directeur Pôle Marketing Événementiel, 39 ans.

Henri Gardette est diplômé de l'Ecole Supérieure internationale d'Administration des Entreprises. Il travaille plusieurs années chez Cofinoga en tant que responsable Communication Directe et intègre Plume Direct, en 1998, dont il devient le vice président.

Dans le cadre de la fusion Henri Gardette prend la direction du Pôle Marketing Événementiel.

- **Activités Centres d'Appels**

**Emilie Levy**, Directrice Pôle Centres d'appels, 42 ans.

Diplômée de l'IGS (option Ressources Humaines), Emilie Levy intègre PHONE MARKETING en 1984.

En 1994, elle prend la direction de production et devient vice-présidente de PHONE MARKETING en charge de la direction des opérations en 1997.

Dans le cadre de la fusion, Emilie Levy, prend la direction Générale des activités Centres d'Appels.

**Eric Chafer**, Directeur Phone Marketing Paris Ile de France, 46 ans.

Titulaire d'un DEUG en Sciences Economiques, Eric Chafer a notamment occupé les fonctions de Directeur Adjoint, Directeur de centre et de Directeur de filiale au sein du Groupe Experian, où il a travaillé durant 17 ans. Il a ensuite pris la responsabilité de la Direction Régionale Ile-de-France et Centre du Groupe SAFIG. Après une expérience de création d'entreprise en tant que consultant Call Center et CRM, il a assuré la fonction de Business Unit Manager dans le Groupe B2S avant de rejoindre PHONE MARKETING en juillet 2005 pour prendre la fonction de Directeur des Centre d'Appels Phone Marketing Paris Ile-de-France.

**Dominique Lopin**, Directeur Phone Marketing Rhône Alpes, 47 ans.

Ayant commencé sa carrière comme officier au Ministère des Armées, Dominique Lopin a complété sa formation au sein de L'IAE de Lille, spécialisation en marketing direct. En 1992, il intègre Phone Marketing Rhône Alpes comme responsable commercial. Dominique Lopin est directeur de Phone Marketing Rhône Alpes depuis 2000.

**Muriel Lévy**, Directrice Phone Marketing Méditerranée, 41 ans.

Muriel Lévy a intégré Phone Marketing Méditerranée en 1989 comme formatrice puis responsable de production. En 1994, elle quitte Phone Marketing Méditerranée pour prendre la direction d'un Centre d'Appel-Annonceur. En 1997, Marc Gladysz lui propose de prendre la direction de Phone Marketing Méditerranée qui a besoin d'une nouvelle dynamique commerciale.

- **Direction Administrative et Financière.**

**Patrick Régnier**, Directeur Administratif et Financier, 47 ans.

Diplômé de l'ESLSCA, Patrick Régnier a commencé sa carrière en tant qu'auditeur interne à la Compagnie Française Philips. Il a ensuite occupé la fonction de contrôleur de gestion au Groupe des Presses de la Cité, puis de Financial Controller pour la filiale de Mac Graw Hill en France. Il a ensuite travaillé pendant 11 ans pour le Groupe Reed Elsevier, où il occupait la fonction de Directeur Financier de la filiale française d'édition scientifique et médicale. Patrick Régnier a rejoint Phone Marketing en janvier 2004 avec la fonction de Directeur Administratif et Financier Groupe.

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

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

Un pacte d'actionnaires a été formé en date du 30 septembre 2003 (cf paragraphe 18.3 de la partie 1).

## 15. REMUNERATION ET AVANTAGES

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

Au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2004, la rémunération allouée aux membres du Conseil d'Administration au titre de l'exercice de leurs fonctions sociales était la suivante :

Fonction	Membres du Conseil d'Administration	Rémunération brute annuelle	Avantage en nature	Global
Président Directeur Général	Marc GLADYSZ	207 027,72 €	7 800,00 €	214 827,72 €
Directrice Pôle Centres de Contacts	Emily LEVY	100 620,00 €	4 700,00 €	105 320,00 €

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

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

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

### 15.2. Options de souscription ou d'achat d'actions consenties aux mandataires sociaux

Le 28 novembre 2001, l'Assemblée Générale a consenti une délégation au Conseil d'Administration en matière d'augmentation de capital par application des dispositions de l'article L.225-129-1 et L.225-129-2 du Code de Commerce.

En application de cette délégation, le Conseil d'Administration a procédé :

- par délibération du 13 mai 2004, à une attribution de 9 273 options de souscription d'actions au profit de Monsieur Jacques WILLEMS, demeurant 10 rue des Apennins - 75017 PARIS, administrateur – Directeur du pôle Marketing Opérationnel de THE MARKETINGGROUP.

<b>Plan 4</b>	
Date de l'Assemblée Générale	28 novembre 2001
Date du Conseil d'Administration	13 mai 2004
<b>Options de Souscription d'actions attribués par le Conseil d'Administration</b>	
Nombre total d'options de souscription	9 273
Equivalent en nombre d'actions	9 273
Point de départ d'exercice des d'options de souscription	13 mai 2009
Prix des d'options de souscription	7,20 €
<b>Nombre d'options de souscription d'actions annulées</b>	
Equivalent en nombre d'actions	0
<b>Nombre d'options de souscription d'actions pouvant être exercés</b>	
Equivalent en nombre d'actions	9 273

A ce jour, ces options n'ont pas été exercées.

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

Néant

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

La société constate une provision pour retraite de 137 K€ dans ses comptes consolidés pour l'exercice clos au 31 décembre 2004.

Au 30 juin 2005, la provision constatée pour retraite se montait à 126 K€.

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

### 16.1. Direction de la Société

#### **Exercice de la Direction générale de la Société**

La Société est représentée à l'égard des tiers par Monsieur Marc GLADYSZ, Président du Conseil d'Administration et Directeur Général.

En effet par décision du 17 janvier 1990, le Conseil d'Administration a choisi de ne pas mettre en place de dissociation des fonctions de Directeur Général et de Président du Conseil d'administration et a, en conséquence, nommé Monsieur Marc GLADYSZ aux fonctions de Président et de Directeur Général de la Société.

#### **Mandat des administrateurs**

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

Nom	Fonction	Date de première nomination	Date d'échéance du mandat
Marc GLADYSZ	Président du Conseil d'Administration	17/01/90	29/06/06
Emilie LEVY	Administrateur	01/02/01	29/06/06
Eudes GONDRY	Administrateur	15/11/05	27/06/08

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

Aucun membre d'un organe d'administration, de direction ou de surveillance du Groupe n'a conclu de contrat de service avec la Société ou le Groupe, prévoyant l'octroi d'avantages aux termes d'un tel contrat.

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

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

### 16.4. Gouvernement d'entreprise

A ce jour, la Société ne dispose ni d'administrateur indépendant, ni de comités spécialisés.

Compte tenu de sa taille, la Société n'a pas engagé de réelle réflexion relative aux mesures de gouvernement d'entreprise.

Considérant son transfert sur le marché Alternext, la Société entend toutefois adapter les recommandations en matière de gouvernement d'entreprise à sa structure.

## 16.5. Contrôle interne

### ✓ **Rapport du Président du Conseil d'Administration à l'Assemblée Générale ordinaire annuelle du 24 juin 2005**

« Mesdames, Messieurs,  
Chers actionnaires,

Etabli conformément aux dispositions de l'article L.225-37, alinéa 6 du Code de commerce résultant de la Loi Sécurité Financière du 1<sup>er</sup> août 2003, le présent rapport a pour objet de rendre compte :

- (i) des conditions de préparation et d'organisation des travaux de votre conseil d'administration au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2004,
- (ii) des procédures de contrôle interne mises en place par la société,
- (iii) de l'étendue des pouvoirs du président-directeur général.

## I. CONDITIONS DE PREPARATION ET D'ORGANISATION DES TRAVAUX DU CONSEIL

### I.1. COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le conseil d'administration de la société est composé de 4 membres :

MANDATAIRES SOCIAUX	FONCTIONS
Marc GLADYSZ	Président – Directeur Général
Emilie LEVY	Administrateur
Nathalie HENRIOT	Directeur Général Délégué – Administrateur
Jacques WILLEMS	Directeur Général Délégué – Administrateur

### I.2. MODE DE FONCTIONNEMENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Par une délibération en date du 27 juin 2002, le conseil d'administration a autorisé le cumul des fonctions de Président du conseil et de Directeur Général.

Le Directeur Général représente la société dans ses rapports avec les tiers et est investi des pouvoirs qui lui sont conférés par la loi pour agir en toutes circonstances au nom de la société.

En application des dispositions de l'article 28.I. des statuts, le président du conseil d'administration organise et dirige les travaux de celui-ci, dont il rend compte à l'assemblée générale. Il veille au bon fonctionnement des organes de la société et s'assure, en particulier, que les administrateurs sont en mesure de remplir leur mission.

#### I.2.1 CONVOCATION DES ADMINISTRATEURS

Conformément aux dispositions de l'article 25.I des statuts, les administrateurs ont été convoqués par le Président soit au siège social, soit en tout autre endroit indiqué dans la lettre de convocation.

Conformément à l'article L. 225-238 du Code de commerce, les commissaires aux comptes ont été convoqués aux réunions du conseil qui ont examiné et arrêté les comptes annuels.

#### I.2.2 FREQUENCE DES REUNIONS

Au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2004, le Conseil d'administration de la société s'est réuni quatre fois.

L'agenda des réunions, le nombre d'administrateurs présents et la nature des documents débattus a été le suivant :

Date du Conseil d'administration	Nombre d'administrateurs présents	Nature des documents débattus
17 février 2004	4 sur 4	- Plan d'options de souscription d'actions
13 mai 2004	4 sur 4	- Comptes sociaux au le 31.12.03, - comptes consolidés au le 31.12.03, - plan d'attribution d'options de souscription, - projet d'augmentation du capital réservé aux salariés, - projet de statuts mis à jour.

Date du Conseil d'administration	Nombre d'administrateurs présents	Nature des documents débattus
3 septembre 2004	4 sur 4	- Rapport du Directeur Administratif et Financier - lettre de M. Franck KOSAKEVITCH de demande de maintien des stocks options qui lui ont été attribués.
2 décembre 2004	4 sur 4	- Projet de convention d'intégration fiscale, - projet de convention d'abandon de créances, - contrat de liquidité souscrit auprès de la société KBC SECURITIES, - projet de contrat d'assurance au profit du Groupe PHONE MARKETING, - projet de transaction avec la société FINANCIERE AM.

### 1.2.3. DECISIONS ADOPTEES

Les décisions marquantes prises par le conseil d'administration au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2004 sont les suivantes :

- (i) Conseil d'administration du 17 février 2004
  - Attribution d'options de souscription d'actions
- (ii) Conseil d'administration du 13 mai 2004
  - Arrêté des comptes de l'exercice social clos le 31 décembre 2003 et préparation de l'approbation annuelle des comptes,
  - Etablissement des comptes consolidés,
  - attribution d'options de souscriptions d'actions,
  - à l'autorisation au Président – Directeur Général pour donner des cautions, avals et garanties
  - à l'examen d'un projet d'augmentation de capital réservée aux salariés en application de la loi sur l'épargne salariale
  - examen de mise en harmonie des statuts avec la loi n°2003-706 du 1er août 2003 relative à la sécurité financière
  - Convocation d'une Assemblée Générale Ordinaire Annuelle,
- (iii) Conseil d'administration du 3 septembre 2004
  - Présentation de l'orientation stratégique de la société THE MARKETINGGROUP ;
  - Organisation du pôle développement de la société THE MARKETINGGROUP ;
  - Organisation du pôle conseil de la société THE MARKETINGGROUP ;
  - Examen de la situation de la société PHONE MARKETING et de ses filiales au 30 juin 2004 ;
  - Perspectives d'activité pour le second semestre de l'année 2004 ;
  - Prévisions pour l'année 2004 et Budget 2005 ;
  - Maintien des stocks options attribués à Monsieur Franck KOSAKEVITCH à l'occasion de son départ de l'entreprise.
- (iv) Conseil d'administration du 2 décembre 2004
  - Autorisation d'une convention d'intégration fiscale ;
  - Autorisation d'un abandon de créance pour un montant de 220.000 €uros au profit de la société BROADINTERACTIVE ;
  - Evolution du contrat de liquidité souscrit auprès de la société KBC SECURITIES depuis le 31 décembre 2003 ;
  - Information sur la souscription d'un contrat d'assurance au profit du Groupe PHONE MARKETING.
  - Autorisation donnée au Président de procéder à la signature de la transaction avec la société FINANCIERE AM ;
  - Autorisation donnée à la société de procéder au rachat des actions appartenant à la société FINANCIERE AM afin de procéder à la mise en place d'un plan d'attribution gratuite au profit des salariés en application de la loi de finance pour 2005 du 30 décembre 2004.

### 1.2.4. PROCES VERBAUX DES REUNIONS

Les procès-verbaux des réunions du conseil d'administration sont établis à l'issue de chaque réunion et communiqués sans délai à tous les administrateurs.

### 1.3. JETONS DE PRESENCE

Aucun jeton de présence n'a été alloué par l'assemblée générale des actionnaires aux administrateurs en rémunération de leur activité.

### 1.4. COMITES SPECIALISES

Aucun comité spécialisé au cours de l'exercice écoulé n'a été institué.

## II. PROCEDURES DE CONTROLE INTERNE MISES EN PLACE PAR LA SOCIETE

L'un des objectifs du système de contrôle interne est de prévenir et de maîtriser les risques résultant de l'activité de l'entreprise et les risques d'erreur et de fraudes, en particulier dans les domaines comptable et financier. Comme tout système de contrôle, il ne peut cependant fournir une garantie absolue que ces risques soient totalement éliminés.

### II.1 DISPOSITIF DE CONTROLE INTERNE

#### II.1.1. OBJECTIFS

Les objectifs liés à la mise en place du dispositif de contrôle interne restent identiques à ceux de l'année précédente, à savoir :

- Optimisation de la rentabilité des opérations ;
- Protection des actifs de la société ;
- Fiabilité des informations financières ;
- Conformité aux lois et réglementation en vigueur.

#### II.1.2. ORGANISATION DES PROCEDURES

Conformément à ce qui avait été planifié à la fin de l'année 2003, PHONE MARKETING a complètement revu l'organisation de la comptabilité, de la paie et du contrôle de gestion pour améliorer et renforcer le contrôle interne et les outils d'aide à la décision.

Un Directeur Administratif et Financier a été recruté en janvier 2004 pour assurer la responsabilité de ces services au niveau du groupe PHONE MARKETING.

Le service comptable sous la responsabilité de ce Directeur Financier a été dimensionné en terme d'effectif et de compétences, notamment avec l'embauche d'un chef comptable, pour assurer à terme la comptabilité et la paie centralisées de l'ensemble du groupe PHONE MARKETING et de ses filiales.

La paie de PHONE MARKETING SA sous-traitée auparavant à l'extérieur a été intégrée dès mars 2004, après formation d'un responsable paie et d'une assistante. Le module paie du système informatique CEGID S5 a été mis en place après migration des données gérées par le prestataire extérieur. Cette intégration s'est tout de suite traduite par une meilleure maîtrise des variables de paie, une forte diminution des erreurs et une bien plus grande réactivité.

Les comptabilités de PHONE MARKETING SA et de cinq de ses filiales ont été reprises en interne entre mars et mai 2004. Le module comptabilité du système informatique CEGID S5 a été mis en place, à la fin du premier trimestre 2004, de manière à pouvoir migrer rapidement les comptabilités et les paies de PHONE MARKETING SA et de ses filiales, PHONE MARKETING RHONE ALPES, PHONE MARKETING MEDITERRANEE, BROADINTERACTIVE, THE MARKETINGGROUP et MANETOO.

La mise en place des deux principaux modules du système informatique intégré CEGID a déjà permis d'automatiser un certain nombre d'écritures comptables et de supprimer les risques inhérents à une re-saisie manuelle. Le temps gagné sur ces automatismes a permis de redéployer les ressources du service comptable sur des travaux à plus grande valeur ajoutée, notamment en termes de révision comptable et d'analyse de comptes.

#### II.1.3. INFORMATIONS COMPTABLE ET FINANCIERE

La constitution d'une équipe comptable de bon niveau et la mise en place d'outils informatiques performants ont permis, dès février 2004, la production d'un reporting comptable mensuel à destination de la direction et des différents responsables. La société PHONE MARKETING s'est également doté d'une comptabilité analytique lui permettant d'appréhender la rentabilité de chacun de ses centres de profit et d'analyser ses coûts par section.

Un processus budgétaire par centre de profit a été mis en place sur la société PHONE MARKETING SA et ses filiales, permettant de contrôler et d'alerter les responsables en cas de décalage entre le réel et la prévision. Le budget a fait l'objet de révisions régulières en cours d'année pour effectuer les ajustements nécessaires le cas échéant.

Concernant le contrôle de gestion opérationnel, des tableaux de bord de suivi de l'activité, notamment en terme d'heures, ont été bâtis à partir des informations comptables et diffusés pour analyse et action, si nécessaire.

Une procédure de réconciliation des comptes entre les sociétés du groupe a pu être établie sur la base de ces arrêtés mensuels permettant un bien meilleur suivi des flux entre les différentes sociétés et une comptabilisation réciproque plus efficace.

La direction financière a assuré la production des comptes sociaux de société PHONE MARKETING SA en 2004.

#### II.1.4. LA GESTION DES RISQUES

Le plan sur le contrôle interne 2004 et 2005 prévoyait la mise en place d'une informatique de gestion du type ERP, afin de sécuriser et de rationaliser tous les processus comptables en augmentant la productivité. Les deux principaux modules paie et comptabilité ont pu démarrer avec succès en 2004, mais la partie facturation et gestion d'affaires, constituant la touche finale de ce système intégré ne pourra démarrer qu'au début de l'année 2005.

Au niveau de ses engagements contractuels, la société a commencé à constituer une base de données des contrats de la société PHONE MARKETING SA pour préparer le démarrage de la Gestion d'Affaires et mieux verrouiller son processus de facturation.

En ce qui concerne les risques informatiques, la mise en place de l'informatique de gestion a été l'occasion de moderniser et d'améliorer les techniques de sauvegardes et de sécurité informatique.

Les commissaires aux comptes de la société ont mené à bien deux études d'appréciation sur le contrôle interne de société PHONE MARKETING SA, l'une sur la paie et son environnement juridique en Ressources Humaines, l'autre sur la procédure Achats et Fournisseurs.

Les risques détectés concernent essentiellement la dualité de systèmes informatiques entre le système de saisie des heures de télé conseillers et le module de paie au lieu d'une base de données unique et par ailleurs, le fait qu'une seule personne maîtrise tout le processus de la paie. Un nouveau module CEGID GRH sera mis en place en 2005 et la formation d'une assistante paie a été renforcée de manière à pallier ce risque.

Concernant la procédure d'achats, les risques identifiés sont liés à un manque de formalisme au niveau des bons de commandes et sur la procédure d'engagements de dépenses pouvant engendrer un risque de non exhaustivité de la comptabilisation des factures reçues. Les contrôles sont renforcés au niveau de la direction financière, qui a rappelé par ailleurs aux différents intervenants l'importance de la procédure.

La taille de l'effectif comptable rend difficile la séparation de fonctions, notamment au niveau de la comptabilité clients, mais une séparation de fonctions a pu être mise en place entre la comptabilité et les paiements fournisseurs.

Le contrôle de l'activité des filiales de société PHONE MARKETING a été renforcé, tout d'abord au niveau des cinq filiales intégrées dans la comptabilité centralisée en 2004 et pour lesquelles un reporting comptable mensuel a été produit à partir de mai 2004. Pour la filiale HIGH TOUCH, qui a sa comptabilité en interne, une supervision régulière des comptes et des situations trimestrielles ont été effectuées. Les comptabilités des filiales TRADE FORCE et STRATEGY CLUB ont été traitées à l'extérieur chez un expert-comptable, mais une supervision régulière en a été assurée par la direction financière du groupe avec notamment des situations trimestrielles. Toutes les filiales ont été par ailleurs intégrées dans le processus budgétaire du groupe en 2004.

#### II.1.5. PLANS 2005 ET 2006

En termes de contrôle interne, les plans 2005 et 2006 s'inscrivent dans la continuité des principes définis l'année précédente avec les objectifs suivants :

- Intégration des filiales HIGH TOUCH, TRADE FORCE et STRATEGY CLUB dans les services comptables et financiers du groupe ;
- Mise en place du dernier module du Système Informatique intégré CEGID S5 avec la Gestion d'Affaires pour toutes les sociétés du groupe ;
- Mise en place du module de gestion des Ressources Humaines CEGID S5 à partir du module existant de paie ;
- Renforcement et développement du contrôle de gestion à partir de la comptabilité analytique, du reporting et des tableaux de bord mensuels ;
- Amélioration des procédures de contrôle interne dans le cadre d'un service comptable et financier centralisé.

## II.2. DISPOSITIF DE CONTROLE INTERNE SUR LE GROUPE ET LES COMPTES CONSOLIDES

### II.2.1. OBJECTIFS

Les objectifs définis pour la maison mère PHONE MARKETING SA sont applicables à l'ensemble des sociétés du groupe, et à l'établissement des comptes consolidés.

### II.2.2. INFORMATIONS FINANCIERE ET COMPTABLE

Les travaux comptables préalables à la consolidation ont été nettement facilités par le fait que six sociétés sur neuf soient tenues en interne par la comptabilité du groupe. Par ailleurs, un suivi régulier des comptes des trois filiales non intégrées a été assuré avec des clôtures trimestrielles et un processus budgétaire homogène pour le groupe.

Chaque arrêté comptable, établi par les experts comptables externes a fait l'objet d'un contrôle de la part de la direction financière du groupe.

Une procédure de rapprochement mensuel des comptes inter compagnies a été établie et a considérablement facilité la consolidation.

L'information financière et comptable de chaque société est vérifiée par ses commissaires aux comptes, qui produisent également des rapports sur l'organisation et les procédures de contrôle interne.

Les travaux de consolidation eux-mêmes sont sous-traités à l'extérieur et sont certifiés par les commissaires aux comptes, qui peuvent être différents de ceux des filiales consolidées.

### II.2.3. PLANS 2005 ET 2006

- Finaliser la mise en place d'une informatique de gestion au niveau du groupe.
- Terminer l'intégration des filiales dans un service financier centralisé.
- Simplifier et réorganiser la structure juridique du groupe.
- Renforcer la fonction contrôle de gestion groupe.
- Vérifier l'adéquation des procédures de contrôle interne existantes avec la nouvelle organisation.

## **III. LIMITATIONS DES POUVOIRS DU DIRECTEUR GENERAL**

Par délibération en date du 13 mai 2004, le conseil d'administration a autorisé le Président – directeur général, avec faculté pour celui-ci de délégation, à donner la caution, l'aval ou la garantie de la société jusqu'à un plafond de UN MILLION CINQ CENT MILLE Euros [1.500.000 €], et à condition que chaque caution, aval ou garantie donné ne dépasse pas la somme de CINQ CENT MILLE Euros [500.000 €].

Cette autorisation a été donnée pour une durée d'une [1] année, soit jusqu'au 31 mai 2005, quelle que soit la durée des engagements cautionnés, avalisés ou garantis.

Aucune autre limitation n'a été apportée aux pouvoirs du directeur général.

En conséquence, en application des dispositions de l'article 28.II. des statuts, le directeur général est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir en toute circonstance au nom de la société. Il exerce ces pouvoirs sous réserve des pouvoirs que la loi attribue expressément aux assemblées d'actionnaires ainsi que des pouvoirs qu'elle réserve de façon spéciale au Conseil d'Administration, et dans la limite de l'objet social. »

Fait à Levallois Perret, le 22 avril 2005

**Marc GLADYSZ**

Président du conseil d'administration

- ✓ **Rapport des commissaires aux comptes, établi en application du dernier alinéa de l'article L. 225-235 du Code de Commerce, sur le rapport du Président du Conseil d'Administration de la société Phone Marketing, pour ce qui concerne les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière**

Mesdames, Messieurs les actionnaires,

En notre qualité de commissaires aux comptes de la société PHONE MARKETING SA et en application des dispositions du dernier alinéa de l'article L. 225-235 du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur le rapport établi par le Président de votre société conformément aux dispositions de l'article L. 225-37 du Code de commerce au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2004.

Sous la responsabilité du Conseil d'administration, il revient à la direction de définir et de mettre en oeuvre des procédures de contrôle interne adéquates et efficaces. Il appartient au Président de rendre compte, dans son rapport, notamment des conditions de préparation et d'organisation des travaux du conseil d'administration et des procédures de contrôle interne mises en place au sein de la société.

Il nous appartient de vous communiquer les observations qu'appellent de notre part les informations données dans le rapport du Président, concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Nous avons effectué nos travaux selon la doctrine professionnelle applicable en France. Celle-ci requiert la mise en oeuvre de diligences destinées à apprécier la sincérité des informations données dans le rapport du Président, concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière. Ces diligences consistent notamment à :

- prendre connaissance des objectifs et de l'organisation générale du contrôle interne, ainsi que des procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, présentés dans le rapport du Président ;
- prendre connaissance des travaux sous-tendant les informations ainsi données dans le rapport.

Sur la base de ces travaux, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les informations données concernant les procédures de contrôle interne de la société relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, contenues dans le rapport du Président du Conseil d'administration, établi en application des dispositions du dernier alinéa de l'article L. 225-37 du Code de commerce.

Fait à Paris et à Caen, le 7 juin 2005.  
Les commissaires aux comptes,

Pour la SAS GROUPE FIDORG,

Yann MARCHAND

Eric BATTEUR  
*Commissaire aux Comptes*  
MEMBRE DE LA COMPAGNIE REGIONALE DE CAEN

*Commissaire aux Comptes*  
MEMBRE DE LA COMPAGNIE REGIONALE DE PARIS

## 17. SALARIES

### 17.1. Effectifs

L'effectif de THE MARKETINGGROUP se portait, fin 2004, à 424 personnes, contre 388 personnes en 2002, soit en augmentation globale de 9,3 %. L'effectif a par conséquent peu évolué au cours de la période. Au 30 juin 2005, l'effectif moyen était de 474, reflétant ainsi le besoin supplémentaires de ressources humaines lié à la hausse de l'activité.

*Répartition des effectifs par pôle d'activité (sur la base des effectifs moyens)*

	2002	2003	2004
Pôle Marketing Communication	20	24	18
Pôle Centres de Contacts	368	403	406
<b>Total</b>	<b>388</b>	<b>427</b>	<b>424</b>

*Répartition des effectifs par fonction (sur la base des effectifs moyens)*

	2002	2003	2004
Direction	6	6	6
Commercial	21	23	18
Informatique	8	9	12
Finance et Administration	6	10	13
Ressources Humaines	2	2	2
Production	345	377	373
<b>Total</b>	<b>388</b>	<b>427</b>	<b>424</b>

Compte tenu de la spécificité de l'activité centres de contacts, l'entreprise met en oeuvre trois types de contrats de travail :

- des contrats à durée indéterminée, pour les prestations récurrentes ;
- des contrats à durée déterminée et des contrats d'intérim, pour les prestations ponctuelles, ou pour un surcroît d'activité des prestations récurrentes.

Sur l'exercice 2004, et au sein de la catégorie socio-professionnelle 'employés', 52,5 % des salariés bénéficiaient de contrats à durée indéterminée.

### 17.2. Participations et stock options

#### 17.2.1. Participations

Le tableau ci-dessous présente les actions détenues par les administrateurs et dirigeants de la société dans le capital social.

Actionnaires	Nombre de titres	% de détention	Nombre de droits de vote	% de droits de vote
MR GLADYSZ MARC	1 595 138	71,24%	3 190 276	71,85%
MME LEVY EMILIE	62 330	2,78%	124 660	2,81%
MME HENRIOT NATHALIE	127 220	5,68%	254 440	5,73%
MR WILLEMS JACQUES	144 486	6,45%	288 972	6,51%
MR LOPIN DOMINIQUE	7 320	0,33%	14 640	0,33%
MME LEVY CHICHEPORTICHE MURIEL	7 320	0,33%	14 640	0,33%

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

Faisant usage des autorisations que lui ont accordées l'Assemblée Générale des actionnaires du 28 novembre 2001, les Conseils d'Administration du :

- 17 décembre 2001,
- du 13 mai 2003,
- du 17 février 2004,
- et du 13 mai 2004,

ont attribué à différents cadres et salariés de la Société THE MARKETINGGROUP des options donnant droit à l'achat d'actions existantes ou à la souscription d'actions nouvelles de la société de la manière suivante :

	Plan 1	Plan 2	Plan 3	Plan 4
Date de l'Assemblée Générale	28 novembre 2001	28 novembre 2001	28 novembre 2001	28 novembre 2001
Date du Conseil d'Administration	17 décembre 2001	13 mai 2003	17 février 2004	13 mai 2004
<b>Options de Souscription d'actions attribués par le Conseil d'Administration</b>				
Nombre total d'options de souscription	49 250	5 799	6 142	9 273
Equivalent en nombre d'actions	49 250	5 799	6 142	9 273
Point de départ d'exercice des d'options de souscription	17 décembre 2006	13 mai 2008	17 février 2009	13 mai 2009
Prix des d'options de souscription	6,25 €	7,76 €	7,20 €	7,20 €
<b>Nombre d'options de souscription d'actions annulées</b>				
Equivalent en nombre d'actions	18 750	0	0	0
<b>Nombre d'options de souscription d'actions pouvant être exercés</b>				
Equivalent en nombre d'actions	30 500	5 799	6 142	9 273

Les 9 273 options de souscription attribuées dans le cadre du plan n°4 ont été attribuées à Monsieur Jacques WILLEMS, anciennement administrateur. Monsieur Jacques WILLEMS, en date du 15 novembre 2005, a démissionné de son mandat d'administrateur.

Aucun autre mandataire social ne bénéficie de plans d'options de souscription.

## 17.3. Intéressement des salariés

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

Le groupe est assujéti à la participation pour l'ensemble de ses prestations et a renouvelé la signature d'un contrat d'intéressement sur les trois prochaines années.

Cet accord s'applique à l'ensemble des salariés du Groupe (personnels sous contrats à durée déterminée ou indéterminée, à temps complet ou partiel) sous réserve de répondre à la condition d'ancienneté de trois mois dans la Société.

L'intéressement est versé annuellement à chaque intéressé.

### 17.3.2. Attribution d'actions gratuites

Les Conseils d'Administration du 22 avril 2005 et du 13 mai 2005 ont examiné la possibilité de mettre en place un dispositif d'attribution gratuite d'actions aux salariés de THE MARKETINGGROUP, conformément à la Loi de finances du 30 décembre 2004.

En date du 24 juin 2005, l'Assemblée Générale Mixte a autorisé le Conseil d'Administration, en application de l'article L.225-197-1 du Code de Commerce, à procéder à des attributions gratuites d'actions existantes au personnel salarié.

## 18. PRINCIPAUX ACTIONNAIRES

### 18.1. Evolution du capital social au cours des 5 dernières années

Date de l'opération	Augmentation / Réduction	Nombre d'actions nouvelles	Valeur nominale	Prime d'émission	Nouveau capital social	Nombre d'actions après augmentation	Montant total prime d'émission
<b>Constitution</b>	500.000 F	500,00	100,00		500.000 F		
<b>20/12/1999</b>	Augmentation par incorporation de réserves de 2.500.000 F	4.500	600,00		3.000.000 F	5.000	
<b>05/06/2001</b>	Conversion du capital social en euros	5.000	91,47		457.347,052 €	5.000	
<b>05/06/2001</b>	Augmentation par incorporation d'une réserve de 152,948288 (pour arrondir à 0,25 € la valeur nominale des actions)	1.825.000	0,25	250,00	457.500 €	1.830.000	
<b>15/06/2001</b>	Augmentation prévue rendue caduque par l'AG du 27 juin 2002						
<b>27/06/2002</b>	Augmentation par apports en numéraire d'un montant total de 95.974 €	383.896	0,25	6,00	553.474 €	2.213.896	2.303.376 €
<b>30/06/2003</b>	Augmentation par apports en d'un montant total de 1.948,25 €	7.793	0,25	9,75	555.422,25 €	2.221.689	75.981,75 €
<b>30/09/2003</b>	Augmentation par apports en numéraire d'un montant total de 4.429,50 €	17.718	0,25	11,75	559.851,75 €	2.239.407	208.186,50 €

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

Actionnaires	Nombre de titres	% de détention	Nombre de droits de vote	% de droits de vote
MR GLADYSZ MARC	1 595 138	71,23%	3 190 276	71,85%
MR LOPIN DOMINIQUE	7 320	0,33%	14 640	0,33%
MME LEVY EMILIE	62 330	2,78%	124 660	2,81%
Mlle MEURGUES VALERIE	7 320	0,33%	14 640	0,33%
MME LEVY CHICHEPORTICHE MURIEL	7 320	0,33%	14 640	0,33%
Mlle LEVY EMILIE	222	0,01%	444	0,01%
MME HENRIOT NATHALIE	127 220	5,68%	254 440	5,73%
MR WILLEMS JACQUES	144 486	6,45%	288 972	6,51%
MR BRIET DIDIER	25	0,00%	50	0,00%
MME DARTEVELLE MARTINE	1 982	0,09%	1 982	0,04%
<b>Total Fondateurs et dirigeants</b>	<b>1 953 363</b>	<b>87,23%</b>	<b>3 904 744</b>	<b>87,94%</b>
FCP OPTIGEST DIVERSIFIEE	53 162	2,37%	106 021	2,39%
KBC SECURITIES	8 195	0,37%	12 655	0,28%
FINANCIERE AM	9 086	0,41%	9 086	0,20%
SIS SEGAINTERSETTLE AG	1 000	0,04%	1 000	0,02%
<b>Total Actionnaires financiers</b>	<b>71 443</b>	<b>3,19%</b>	<b>128 762</b>	<b>2,90%</b>
<b>Public</b>	<b>207 951</b>	<b>9,29%</b>	<b>400 299</b>	<b>9,01%</b>
<b>Titres en auto-détention</b>	<b>6 650</b>	<b>0,30%</b>	<b>6 650</b>	<b>0,15%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2 239 407</b>	<b>100,00%</b>	<b>4 440 455</b>	<b>100,00%</b>

Monsieur Bruno THIEBAUD, actionnaire cédant apparaît dans la ligne « Public » et détient au 30 octobre 2005, 19 845 actions et 39 690 droits de vote.

Monsieur Bernard SAUSSINAN, actionnaire cédant apparaît dans la ligne « Public » et détient au 30 octobre 2005, 7 793 actions et 7 793 droits de vote.

Toutes les actions composant le capital de la Société THE MARKETINGROUP sont libres de tout nantissement.

## 18.3. Droits de vote des principaux actionnaires

Un droit de vote double est instauré pour toute personne justifiant d'une inscription au nominatif d'actions pendant une durée minimum de deux ans.

## 18.4. Contrôle de la Société

A la date d'enregistrement du présent document, la Société est principalement détenue par son dirigeant et fondateur, Monsieur Marc GLADYSZ, à hauteur de 71,23 %.

Marc GLADYSZ envisage de céder une partie de ces titres lors du transfert de la Société, ce qui ramènerait sa participation à 42,7 % du capital et à 52,1 % des droits de vote.

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

Il est rappelé qu'il a été signé, le 30 septembre 2003, entre :

- Les **dirigeants** de THE MARKETINGROUP, **Monsieur Marc GLADYSZ, Monsieur Jacques WILLEMS, Madame Nathalie HENRIOT et Madame Emilie LEVY** ;

- les **actionnaires** de THE MARKETINGGROUP, **Monsieur Bernard SAUSSINAN**, la **société FINANCIERE AM** représentée par Monsieur Alain MARTY et **Madame Martine DARTEVELLE** ;
- et la **Société THE MARKETINGGROUP** ;

un pacte d'actionnaires, ayant pour objet de régler la cession des titres de la société THE MARKETINGGROUP dont les principales dispositions sont décrites ci-dessous.

➤ Les différentes parties se sont engagées à conserver les titres détenus ou qu'ils viendraient à détenir pendant une durée de 4 ans à compter de la date de souscription ou d'acquisition des titres selon les modalités suivantes :

- Engagement de conservation de 100 % des titres pendant la première année,
- Engagement de conservation de 75 % des titres pendant la deuxième année,
- Engagement de conservation de 50 % des titres pendant la troisième année,
- Engagement de conservation de 25 % des titres pendant la quatrième année,

➤ il a été convenu que chaque actionnaire accorde aux autres actionnaires du Pacte un droit de préemption sur les titres qu'il détient dans la société THE MARKETINGGROUP en cas de cession (toute opération à titre gratuit ou onéreux) des titres (toutes actions ou autres titres pouvant donner, immédiatement ou à terme, accès au capital et/ou aux droits de vote de la Société) ;

➤ il a été convenu que chaque actionnaire accorde aux autres actionnaires du Pacte un droit de retrait conjoint en cas de cession de titres dans une proportion supérieure à 67 % du capital de la Société ;

➤ il a été convenu, dans l'hypothèse selon laquelle un ou plusieurs actionnaires viendraient à céder ou recevraient une offre d'acquisition de leurs titres, de telle sorte que les cessionnaires viendraient à détenir plus de 80 % du capital de la Société, que les autres actionnaires s'engagent, si la demande leur en est faite à céder leurs titres au cessionnaire ;

La durée du Pacte est de 10 ans à compter de sa signature par les Parties.

## 19. OPERATIONS AVEC DES APPARENTES

Deux contrats de bail ont été formés avec des SCI familiales de l'un des dirigeants :

- Contrat relatif à la location des locaux de 215 m<sup>2</sup> situés au 40 bd de Hambourg à Marseille, dont le propriétaire est la SCI Buro Boreli, représentée par Madame Michèle PAUCHET, épouse de M. GLADYSZ. Le loyer annuel relatif à ce contrat de bail est de 22 200 €.
- Contrat relatif à la location des locaux de 240 m<sup>2</sup> situés au 113 rue Victor Hugo à Paris, dont le propriétaire est la SCI Nevi, représentée par Madame Nathalie HENRIOT. Le loyer annuel relatif à ce contrat de bail est de 88 178,52 €.

Les loyers relatifs à ces deux contrats de bail sont révisés chaque année en fonction des prix pratiqués sur le marché.

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

### 20.1. Informations financières historiques

*20.1.1. Comptes annuels consolidés relatifs aux exercices clos aux 31 décembre 2002, 31 décembre 2003 et 31 décembre 2004*

#### **BILAN ACTIF**

<i>en milliers d'euros</i>	<b>31/12/2002</b>	<b>31/12/2003</b>	<b>31/12/2004</b>
Ecarts d'acquisition	2 228	2 790	2 595
Immobilisations incorporelles	276	107	111
Immobilisations corporelles	2 812	2 061	2 152
Titres de participation	4	4	4
Autres immobilisations financières	181	199	260
<b>Actif immobilisé</b>	<b>5 501</b>	<b>5 162</b>	<b>5 122</b>
Stocks	16	128	19
Avances, acomptes versés sur commande	33	4	18
Clients et comptes rattachés	5 459	5 393	4 023
Autres créances	1 954	2 309	2 527
Valeurs mobilières de placement	703	858	892
Disponibilités	2 188	1 019	2 222
Charges constatées d'avance	290	311	331
<b>Actif circulant</b>	<b>10 643</b>	<b>10 021</b>	<b>10 032</b>
<b>TOTAL ACTIF</b>	<b>16 144</b>	<b>15 183</b>	<b>15 154</b>

## BILAN PASSIF

<i>en milliers d'euros</i>	31/12/2002	31/12/2003	31/12/2004
Capital social société mère	552	560	560
Prime d'émission	2303	2588	2588
Réserve légale société mère	46	55	55
Autres réserves société mère	122	122	122
Report à nouveau société mère	1 174	1 714	1 689
Réserve consolidée	431	633	213
Résultat net part du groupe	885	-445	378
<b>Capitaux propres</b>	<b>5 514</b>	<b>5 227</b>	<b>5 605</b>
Intérêts minoritaires	5	3	3
Provisions pour risques et charges	364	573	698
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	2 989	2 534	2 173
Avances et acomptes	3	2	
Fournisseurs et comptes rattachés	2 042	2 656	1 617
Dettes fiscales et sociales	4 535	3 644	4 500
Autres dettes	565	421	291
Produits constatés d'avance	127	122	267
<b>Total des dettes</b>	<b>10 261</b>	<b>9 380</b>	<b>8 848</b>
<b>TOTAL PASSIF</b>	<b>16 144</b>	<b>15 183</b>	<b>15 154</b>

## COMPTE DE RESULTAT

<i>en milliers d'euros</i>	31/12/2002	31/12/2003	31/12/2004
Chiffres d'affaires	21 297	23 775	23 498
Variation d'en-cours		111	-109
Autres produits d'exploitation	47	8	4
Achats de marchandises		114	121
Achats matières premières		230	187
Achats et charges externes	6 117	8 719	6 196
Charges de personnel (1)	11 741	13 105	13 868
Autres charges d'exploitation	686	796	778
Reprise sur amortissements et provisions	104	271	204
Dotations aux amortissements et provisions	994	1 290	1 256
<b>Résultats d'exploitation</b>	<b>1 910</b>	<b>-89</b>	<b>1 192</b>
<b>Résultats financier</b>	<b>-262</b>	<b>-273</b>	<b>-249</b>
<b>Résultat courant des entreprises intégrées</b>	<b>1 648</b>	<b>-362</b>	<b>942</b>
<b>Résultat exceptionnel</b>	<b>-162</b>	<b>-165</b>	<b>-113</b>
Impôts sur les résultats	539	-207	304
<b>Résultat net des entreprises intégrées</b>	<b>947</b>	<b>-320</b>	<b>525</b>
Dotations amortissement des écarts d'acquisition	61	127	147
<b>Résultat net de l'ensemble consolidé</b>	<b>886</b>	<b>-447</b>	<b>378</b>
Intérêts minoritaires	1	2	0
<b>Résultat net part du groupe</b>	<b>885</b>	<b>-445</b>	<b>378</b>
<b>Résultat courant par action (en €)</b>			
- avant dilution	0,88	-0,16	0,42
- après dilution	0,88	-0,16	0,41
<b>Résultat net par action (en €)</b>			
- avant dilution	0,40	-0,2	0,17
- après dilution	0,40	-0,2	0,17
(1) dont participation des salariés	306	0	56

## TABLEAU DE FLUX

en milliers d'euros	31/12/2002	31/12/2003	31/12/2004*
<b>Flux de trésorerie liés à l'activité</b>			
Résultat net des sociétés intégrées	885	-447	378
<i>Elimination des charges et produits sans incidence sur la trésorerie ou non liées à l'activité :</i>			
Reprise de provisions	-	-	-294
Amortissements et provisions	638	1 502	1 083
Variation des impôts différés	112	-103	
Plus-values de cession nettes d'impôt	0	52	
Quote-part dans le résultats des sociétés mises en	-	-	-
Impact écriture de consolidation	-29	-141	220
<b>Marge brute d'autofinancement des sociétés intégrées</b>	<b>1 606</b>	<b>863</b>	<b>1 387</b>
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	0	0	0
Variation du besoin de fonds de roulement lié à l'activité	127	-704	996
<b>Flux net de trésorerie généré par l'activité</b>	<b><u>1733</u></b>	<b><u>159</u></b>	<b><u>2383</u></b>
<b>Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement</b>			
Acquisition d'immobilisations	-3 080	-357	-381
Cessions d'immobilisations, nettes d'impôt	172	106	27
Incidence des variations de périmètre	-628	-536	0
<b>Flux net de trésorerie lié aux opérations d'investissement</b>	<b><u>-3536</u></b>	<b><u>-814</u></b>	<b><u>-354</u></b>
<b>Flux de trésorerie liés aux opérations de financement</b>			
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	801	-133	
Dividendes versés aux minoritaires des sociétés intégrées	0	0	0
Augmentation de capital en numéraire	2 399	291	0
Emission d'emprunts	1 543	1 153	378
Remboursement d'emprunts	-694	-1 715	-1 110
<b>Flux net de trésorerie lié aux opérations de financement</b>	<b><u>4049</u></b>	<b><u>-404</u></b>	<b><u>-732</u></b>
<b>Variation de trésorerie</b>			
Trésorerie d'ouverture	2 246	-1 059	1 297
Trésorerie de clôture	645	2 891	1 830
Incidence des variations de cours des devises	2 891	1 832	3 127
	0	0	0

\* Les données 2004 ont été modifiées par rapport aux données certifiées par les Commissaires aux Comptes.

**20.1.2. Annexes aux comptes annuels consolidés relatifs aux exercices clos aux 31 décembre 2002, 31 décembre 2003 et 31 décembre 2004**

**20.1.2.1. Annexes aux comptes relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2002**

**NOTE I : FAITS MARQUANTS DE L'EXERCICE**

**NOTE I-1. VARIATION DE PERIMETRE**

**NOTE I-1-1 – VARIATION DE PERIMETRE MOTIVEE PAR DES ACQUISITIONS EXTERNES**

Dans le cadre de sa stratégie de croissance externe, sur le premier semestre de l'année 2002, la société PHONE MARKETING SA a signé des protocoles d'accord avec les sociétés PLUME DIRECT SA et TRADE FORCE SA prévoyant l'acquisition de ces dernières.

L'acquisition de ces deux sociétés a été réalisée pour partie par acquisition de titres et par l'apport de titres approuvé par l'assemblée générale mixte ordinaire et extraordinaire du 27 juin 2002. Cette assemblée a également décidé une augmentation de capital d'un montant de 95 974 €uros par émission de 383 896 actions nouvelles d'une valeur nominale de 0,25 €uros avec une prime d'apport de 6 €uros par action en rémunération de l'apport consenti.

Les principales dispositions des protocoles d'accord sont les suivantes :

Société	PLUME DIRECT	TRADE FORCE
Forme sociale	SA	SA
Activité	Conseil en marketing direct	Management d'agences conseil en promotion
Valorisation de la société	Le prix d'acquisition est de 1 821 K€. Il comporte une partie variable en fonction des résultats réalisés au 31 décembre 2002.	Le prix d'acquisition est de 1 184 K€. Il comporte une partie variable en fonction des résultats réalisés au 31 décembre 2002.
Modalités de paiement	Rémunération de la partie fixe par émission d'actions nouvelles PHONE MARKETING et de la partie variable en numéraire	Rémunération de la partie fixe par émission d'actions nouvelles PHONE MARKETING et de la partie variable en numéraire

Les principaux éléments chiffrés concernant ces sociétés sont les suivants (en milliers d'€uros) :

Société	PLUME DIRECT		TRADE FORCE	
	2001	2002	2001	2002 (NA)
Chiffre d'affaires	4 351	4 137	1 929	1 966
Résultat d'exploitation	401	61	239	200
Résultat net	189	(6)	164	142
Fonds propres	585	579	337	478
Dettes financières	980	794	1	1

(NA) : Non audité

**NOTE I-1-2 – VARIATION DE PERIMETRE MOTIVEE PAR UNE RESTRUCTURATION INTERNE**

Néant

**NOTE I-1-3. ACTIVITE**

Le chiffre d'affaires consolidé est en croissance de 7 659 K€ soit + 56,17 % par rapport à l'exercice précédent. Cette variation est due pour 5 319 K€ à la croissance interne et pour 2 340 K€ à l'acquisition des sociétés Trade Force et Plume Direct.

**NOTE I-1-4. ÉLÉMENTS EXCEPTIONNELS**

Néant

## **NOTE I-2. EVENEMENTS POSTERIEURS A LA CLOTURE**

### **NOTE I-2-1 APPORT AN NATURE AU PROFIT DE LA SOCIETE PHONE MARKETING**

En date du 18 avril 2003, il a été conclu un contrat prévoyant l'apport à Phone Marketing SA de 358 026 actions de la société BROADINTERACTIVE moyennant l'émission de 7 793 actions de la société Phone Marketing émises au prix de 10 Euros.

Les principales dispositions des protocoles d'accord sont les suivantes :

<b>Société</b>	<b>BROADINTERACTIVE</b>
Forme sociale	SA
Activité	Fourniture de distractions par téléphone, de services d'information et de service similaires ou auxiliaire incluant les services télévisés ou radiodiffusés
Valorisation de la société	(Résultat net 2002 + Résultat net 2003 + Résultat net 2004)* 5 /6
% de détention	31 %

Les principaux éléments chiffrés concernant cette société sont les suivants (en milliers d'euros) :

Société	BROADINTERACTIVE	
	2002	2001
Chiffre d'affaires	831	1 479
Résultat d'exploitation	(287)	(336)
Résultat net	(342)	(414)
Fonds propres	(111)	(607)
Dettes financières (concours bancaires)	105	56

### **NOTE I-2-1 CRÉATION DE LA SAS THE MARKETING GROUP**

Au cours du premier semestre, la société par action simplifiée THE MARKETING GROUP au capital de 38 500 Euros a été créée par PHONE MARKETING. Cette société, détenue à 99 % par Phone Marketing SA, est spécialisée dans les prestations globales de marketing et de communication à destination des grands comptes.

A la date d'établissement des comptes, cette société est en cours d'immatriculation.

## **NOTE II : PRINCIPES ET METHODES COMPTABLES**

### **NOTE II-1. PRINCIPES**

Les comptes consolidés ont été établis en conformité avec la loi du 3 janvier 1985, son décret d'application du 17 février 1986 et du règlement 99-02 du comité de réglementation comptable homologué par l'arrêté du 22 juin 1999. Les comptes sont exprimés en milliers d'euros.

Les éléments inscrits en comptabilité sont évalués aux coûts historiques.

### **NOTE II-2. CHANGEMENT DE METHODES**

#### **Application du nouveau règlement sur les passifs**

La société Phone Marketing a appliqué à compter du 1er janvier 2002, le nouveau règlement sur les passifs résultant de l'avis n°00-01 du 20 avril 2000 du Conseil National de la Comptabilité et intégré au Plan Comptable Général par décision du Comité de la Réglementation Comptable n°2000-06 du 7 décembre 2000.

L'application de ces nouvelles dispositions constitue une modification des méthodes comptables intervenue au cours de l'exercice. Afin de se conformer à ces dispositions, la société a procédé à l'analyse de l'ensemble des provisions existantes au bilan arrêté le 31 décembre 2001 pour s'assurer que leur nature et leur méthode d'évaluation n'était pas remis en cause par les nouvelles règles adoptées. Au terme de cette analyse, il apparaît que la nature et le montant des provisions existantes ne sont pas modifiés par les nouvelles dispositions adoptées. Cette modification des méthodes comptables n'a donc pas d'impact ni sur les résultats de la société au cours de l'exercice, ni sur les capitaux propres à la date d'ouverture de l'exercice.

### **Modification de présentation des créances factorisées**

A compter de cet exercice, les créances clients étant cédées à la société d'affacturage sont désormais soldées lors du transfert de ces créances au factor.

Au cours des exercices précédents, ces créances étaient soldées au moment du règlement réel effectué par le client. En contrepartie, un passif constatait le financement par le factor des créances lui ayant été transférées.

La modification des écritures comptables relatives aux créances factorisées a un impact sur la présentation des comptes. Les créances factorisées dont le règlement n'est pas intervenu au 31 décembre ne figurent plus dans les comptes clients. En contrepartie, aucun passif n'est comptabilisé.

Compte tenu du caractère significatif de cet impact, des comptes pro forma établis au 31 décembre 2001 présentent le groupe tel qu'il aurait été si le changement de présentation comptable avait eu lieu au 1er janvier 2001.

Les comptes pro forma traduisent le reclassement des créances factorisées dont le règlement n'est pas intervenu au 31 décembre 2001, le passif correspondant au financement des ces créances vient en déduction des créances clients figurant à l'actif du bilan.

L'impact sur le bilan se décompose de la façon suivante :

en K€uros

<b>Impact changement de méthode</b>	<b>31/12/2002</b>	<b>31/12/2001</b>
<b><u>Phone Marketing</u></b>		
Clients actif	6 707	4 557
- Encours affacturage (passif)	<u>3 374</u>	<u>1 391</u>
= Dus clients après compensation	3 333	3 166
<b><u>Phone Méditerranée</u></b>		
Clients actif	451	328
- Encours affacturage (passif)	<u>160</u>	<u>88</u>
= Dus clients après compensation	291	240
<b><u>Phone Rhône Alpes</u></b>		
Clients actif	728	525
- Encours affacturage (passif)	<u>301</u>	<u>198</u>
= Dus clients après compensation	427	327
<b><u>Impact global</u></b>		
Clients actif	7 886	5 410
- Encours affacturage (passif)	<u>3 836</u>	<u>1 678</u>
= Dus clients après compensation	4 050	3 732

### **NOTE II-3. METHODES DE CONSOLIDATION**

Les états financiers consolidés regroupent par intégration globale, les comptes de toutes les filiales significatives dont le groupe détient directement ou indirectement, en droit ou en fait, le contrôle exclusif.

L'intégration globale entraîne la prise en compte, après élimination des opérations réciproques et des résultats internes au groupe, de l'ensemble des actifs, passifs et éléments du compte de résultat des sociétés concernées, la part des résultats et des capitaux propres revenant au groupe étant distinguées (« part du groupe ») de celle relative aux autres actionnaires (« intérêts minoritaires »).

### **NOTE III : PERIMETRES ET METHODES DE CONSOLIDATION**

#### **NOTE III-1. PERIMETRES ET METHODES DE CONSOLIDATION**

Sont consolidées par intégration globale les sociétés dans lesquelles la Société Phone Marketing exerce directement un contrôle exclusif au sens de l'article 110 du CRC 99-02.

Le contrôle exclusif par une société résulte :

- Soit de la détention directe ou indirecte de la majorité des droits de vote dans une autre entreprise ;
- Soit du droit d'exercer une influence dominante sur une entreprise en vertu d'un contrat ou de clauses statutaires.

**NOTE III-2. EXCLUSION DU PERIMETRE AU 31 DECEMBRE 2002**

Sont exclues du périmètre :

- les sociétés ne représentant pas un caractère significatif par rapport aux comptes consolidés.
- les sociétés détenues uniquement en vue d'une cession ultérieure.
- les sociétés dont le contrôle ou l'influence comporte des restrictions sévères et durables.
- les sociétés dont les possibilités de transfert de trésorerie comporte des restrictions sévères et durables.

**NOTE III-3. VARIATION DU PERIMETRE DURANT L'EXERCICE**

**NOTE III-3-1 - LISTE DES SOCIETES ENTREES DANS LE PERIMETRE**

Entrée dans le permettre	Prise de contrôle	% contrôle
PLUME DIRECT SA	30/06/2002	99.40%
TRADE FORCE SA	30/06/2002	99.82%

**NOTE III-3-2 VARIATION DE POURCENTAGE**

Non applicable

**NOTE III-3-3 LISTE DES SOCIETES SORTIE DU PERIMETRE**

Néant

**NOTE III-3-4 LISTE DES SOCIETES EXCLUES DU PERIMETRE**

Néant

**NOTE III-4. LISTE DES SOCIETES CONSOLIDEES**

	% Contrôle	% Intérêts	Méthode retenue	Siège		N° SIREN
Phone Marketing SA	100.00%	100.00%	Intégration globale	113 rue Victor Hugo	92300 Levallois Perret	353 944 093
Manetoo	99.94%	99.94%	Intégration globale	113 rue Victor Hugo	92300 Levallois Perret	429 408 856
Phone marketing Méditerranée	100.00%	100.00%	Intégration globale	40 rue de Hambourg	13008 Marseille	325 612 950
Phone marketing Rhône Alpes	100.00%	100.00%	Intégration globale	10 rue des Emeraudes	69006 Lyon	325 268 118
Plume direct	99.40%	99.40%	Intégration globale	113 rue Victor Hugo	92300 Levallois Perret	381 794 684
Trade Force	99.82%	99.82%	Intégration globale	113 rue Victor Hugo	92300 Levallois Perret	413 140 104

**NOTE III-5. DATE DE CLOTURE**

Les comptes consolidés sont établis à partir des comptes sociaux des sociétés consolidées au 31 décembre 2002.

#### **NOTE III-6. DUREE DE L'EXERCICE**

L'exercice social couvre une période de 12 mois en 2002 pour l'ensemble des sociétés entrant dans le périmètre de consolidation.

Les acquisitions de Plume Direct et de Trade Force ont été réalisées au 1<sup>er</sup> juillet 2002. Le compte de résultat consolidé ne prend en compte que les six derniers mois de l'année 2002 pour ces deux sociétés.

Des comptes pro forma ont été établis au 31 décembre 2002 présentent le groupe tel qu'il aurait été si les acquisitions avaient eu lieu au 1<sup>er</sup> janvier 2002 (Cf. Note VII).

#### **NOTE III-7. ECART DE PREMIERE CONSOLIDATION**

L'écart d'acquisition est la différence constatée lors de l'entrée d'une entreprise dans le périmètre de consolidation, entre le coût d'acquisition de ses titres et l'évaluation totale des actifs et des passifs identifiés à la date d'acquisition.

Les actifs et passifs identifiables sont ceux qui apparaissent après les retraitements nécessaires aient été effectués conformément aux règles d'évaluation utilisées pour l'ensemble consolidé.

Lorsque la prise de participation s'est opérée par voie d'achats successifs de titres, l'entreprise n'entre dans le périmètre de consolidation que lors de la prise de contrôle effectif ; les actifs et passifs sont identifiés et évalués à la date de prise de contrôle.

L'écart d'acquisition constaté, à l'occasion de la prise de participation, est affecté aux postes du bilan consolidé :

- La part positive, non affectée, est inscrite au compte « écart d'acquisition » à l'actif du bilan et amortie, prorata temporis, linéairement sur une durée en rapport avec la nature de l'écart constaté.
- La partie négative est inscrite au compte « écart négatif » au passif du bilan et rapportée de façon linéaire au résultat sur une durée en rapport avec la nature de l'écart constaté.

#### **NOTE III-8. MODALITES DE CONSOLIDATION**

Les comptes annuels des sociétés dans lesquelles PHONE MARKETING exerce un contrôle exclusif sont consolidés par la méthode de l'intégration globale.

Celle-ci consiste à :

- Intégrer dans les comptes de l'entreprise tête de groupe les éléments du bilan et du résultat de l'entreprise consolidée après retraitements éventuels.
- Eliminer les opérations et comptes les concernant réciproquement (comptes réciproques, dividendes...).
- Répartir les capitaux propres et le résultat entre les intérêts de l'entreprise consolidante et les intérêts des autres sociétés ou actionnaires, dits « minoritaires ».

Les retraitements suivants ont été pratiqués :

- Retraitements destinés à éliminer l'incidence sur les comptes d'écritures passées pour la seule application des législations fiscales.
- Retraitement des crédits baux immobiliers ou mobilier supérieurs à 15 K€.
- Retraitements liés a la comptabilisation dans les comptes consolidés des Indemnités de fin de carrières.

<b>NOTE IV</b>	<b>PRINCIPES ET METHODES COMPTABLES D'EVALUATION</b>
----------------	--

Les comptes sont consolidés dans le respect des principes comptables de :

- prudence,
- continuité d'exploitation,
- indépendance des exercices,
- permanence des méthodes.

#### **NOTE IV.1. IMMOBILISATIONS INCORPORELLES**

La valeur brute des immobilisations incorporelles correspond à la valeur d'entrée dans le patrimoine, compte tenu des frais accessoires nécessaires à leur mise en état d'utilisation.

Les amortissements sont calculés sur la durée normale de vie des biens en mode linéaire ou dégressif par application de taux homogènes :

Nature	Durée
Immobilisations incorporelles	1 à 5 ans

#### **NOTE IV.2. IMMOBILISATIONS CORPORELLES**

La valeur brute des immobilisations corporelles correspond à la valeur d'entrée dans le patrimoine, compte tenu des frais accessoires nécessaires à leur mise en état d'utilisation.

Les amortissements sont calculés sur la durée normale de vie des biens en mode linéaire ou dégressif par application de taux homogènes :

Nature	Durée
Matériel – Outil	4 à 10 ans
Aménagements Agencements	5 à 10 ans
Matériel de bureau et informatique	5 à 10 ans
Mobilier de bureau	5 à 10 ans

Les acquisitions réalisées au moyen d'un contrat de crédit-bail sont comptabilisées à l'actif pour leur prix de revient au moment de l'acquisition et amorties selon les durées ci-dessus. La dette résultant de l'acquisition est inscrite au passif.

#### **NOTE IV-3. IMMOBILISATIONS FINANCIERES**

Les titres de participations des sociétés non consolidées figurent au bilan à leur prix de revient. Les titres dont la valeur d'utilité est inférieure au coût d'acquisition font l'objet d'une provision pour dépréciation.

#### **NOTE IV-4. STOCKS ET TRAVAUX EN COURS**

Les stocks sont évalués suivant :

- 1) P.M.P. (prix moyen pondéré) pour les matières premières et les marchandises
- 2) Prix de revient pour les travaux en cours et les produits finis.

#### **NOTE IV-5. IMPOTS SUR LE RESULTAT ET IMPOTS DIFFERES**

La charge d'impôt comprend l'impôt exigible et l'impôt différé de l'exercice des différentes sociétés intégrées.

Un impôt différé est comptabilisé :

- 1) sur les différences temporaires entre le résultat comptable et le résultat fiscal.
- 2) sur les retraitements et éliminations ayant une incidence sur les réserves, il est calculé selon la méthode du report variable.
- 3) les déficits fiscaux sur les sociétés du groupe ont été activés compte tenu de la forte probabilité de les imputer sur les résultats bénéficiaire futurs.

Conformément au règlement 99-02 du 29/04/1999 relatif aux comptes consolidés, les actifs et passifs d'impôts différés sont compensés lorsqu'ils concernent une même entité fiscale. Les passifs d'impôts différés sont présentés dans une subdivision du poste « provisions pour risques et charges ». Les actifs d'impôts différés sont présentés dans un compte de régularisation actif du bilan.

#### **NOTE IV-6. INDEMNITE DE DEPART EN RETRAITE**

Les engagements en matière d'indemnité de départ à la retraite sont conformes aux obligations légales et réglementaires en la matière en France et découlent de l'application du code du Travail et de la convention collective applicable dans chaque établissement de l'entreprise.

Les engagements des sociétés en matière de retraite et d'indemnité de départ à la retraite, sont déterminés en appliquant une méthode tenant compte des salaires projetés de fin de carrière, du taux de rotation du personnel, de l'espérance de vie et d'hypothèses actuarielles.

Compte tenu de l'âge moyen faible du personnel lié d'une part à la nature temporaire de certains recrutements, et d'autre part au secteur d'activité de l'entreprise, les engagements de retraite font l'objet d'une comptabilisation et d'une évaluation annuelle.

#### **NOTE IV-7. AFFACTURAGE**

Les contrats d'affacturage des créances clients sont enregistrés par la société conformément aux dispositions juridiques de ces contrats. Les créances clients font l'objet d'une cession à la société d'affacturage à leur valeur nominale.

La trésorerie reçue en contrepartie de cette cession est versée sur les comptes bancaires de la société.

Les retenues de garanties prévues contractuellement par les organismes d'affacturage figurent parmi les autres créances.

#### **NOTE IV-8. VALEURS MOBILIERES**

Les titres de placement figurant à l'actif font l'objet d'une comptabilisation à leur valeur historique d'acquisition. A chaque arrêté, la valeur d'inventaire est comparée à la valeur de marché des titres s'il en existe une. Une provision pour dépréciation est constituée en cas de perte de valeur de ces titres.

#### **NOTE IV-9. PRODUITS D'EXPLOITATION**

Les contrats conclus par les sociétés correspondent soit à des opérations ponctuelles, soit à des contrats récurrents d'une durée plus longue et reconductibles par tacite reconduction.

Dans la plupart des cas, la facturation des contrats s'effectue avec un forfait minimum mensuel complété des réalisations du mois en fonction du temps passé ou des performances réalisées au vu des objectifs contractuels fixés. Seule cette partie variable fait l'objet d'une appréciation à chaque fin de mois. Les outils techniques utilisés en interne pour la gestion de la production permettent d'identifier immédiatement les réalisations du mois avec une grande précision.

Les prestations terminées et non encore facturées à la date de clôture de l'exercice, font l'objet d'une comptabilisation en « facture à établir » et le montant correspondant figure dans le poste client.

La part non acquise des prestations de maintenance sur logiciel est appréhendée en fonction de la période couverte par le contrat et figure dans le poste « produits constatés d'avance ».

#### **NOTE IV-10. CREANCES ET DETTES**

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

En particulier, pour l'appréciation de la valeur d'inventaire des postes clients, les soldes dus à la clôture font l'objet d'un examen individuel et les provisions nécessaires sont constatées s'il apparaît un risque de recouvrement.

#### **NOTE IV-11. CREDIT-BAIL**

Les contrats de location de longue durée qui s'apparentent à un financement sont traduits dans les comptes consolidés par la comptabilisation d'un actif et d'un passif. Ces montants sont égaux au début du bail, soit à la valeur vénale du bien loué après déduction des subventions et des avantages fiscaux, soit, si elle est inférieure, à la valeur actualisée des paiements minimaux exigibles en vertu du contrat. Le calcul de la valeur actualisée des paiements minimaux se fait en utilisant le taux d'intérêt implicite du contrat.

Le montant porté dans les charges de chaque période comptable comprend alors à la fois l'amortissement du bien loué et la charge financière.

<b>NOTE V</b>	<b>INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES</b>
---------------	-------------------------------------

#### **NOTE V- 1 INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES SUR LE BILAN**

##### **NOTE V-1-1 IMMOBILISATIONS INCORPORELLES**

Le poste logiciels comprend essentiellement des logiciels acquis pour la gestion administrative et de la production.

en k€

<b>Immobilisations incorporelles brutes</b>	Valeurs brutes en début d'exercice	Variation de périmètre	Acquisitions	Cessions	Valeurs brutes en fin d'exercice
Concession brevet	150	104	11		265
Autres immobilisations incorporelles			17		17
Frais d'introduction en bourse	486				486
<b>Total</b>	<b>636</b>	<b>104</b>	<b>28</b>	<b>0</b>	<b>768</b>

en k€

<b>Amortissements</b>	Début d'exercice	Variation de périmètre	Dotations	Reprises	Fin d'exercice
Concession brevet	78	47	23		148
Autres immobilisations incorporelles			2		2
Frais d'introduction en bourse	171		171		342
<b>Total</b>	<b>249</b>	<b>47</b>	<b>196</b>	<b>0</b>	<b>492</b>
<b>Total net</b>	<b>387</b>				<b>276</b>

#### **NOTE V-1-2 ECARTS D'ACQUISITION**

en k€

<b>Ecart d'acquisition brut</b>	Valeurs brutes en début d'exercice	Acquisitions	Cessions	Valeurs brutes en fin d'exercice
Manetoo	148			148
Trade Force		801		801
Plume Direct		1 345		1 345
<b>Total</b>	<b>148</b>	<b>2 146</b>	<b>0</b>	<b>2 294</b>

<b>Amortissement écart d'acquisition</b>	Début d'exercice	Dotations	Reprises	Fin d'exercice
Manetoo	5	7		12
Trade Force		21		21
Plume Direct		34		34
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>62</b>	<b>0</b>	<b>67</b>

Les écarts d'acquisitions sont amortis sur une durée de 20 ans.

Les écarts d'acquisitions des deux nouvelles sociétés intégrées ont été calculés en fonction de la quote-part de situation nette au 30 juin 2002, date du rachat effectif des 2 sociétés.

Le prix d'acquisition des titres de la SA PLUME DIRECT, soit 99,40% du capital de la société, s'est élevé à 1 821 k€ frais d'acquisition inclus. L'écart d'acquisition dégagé lors de cette opération s'élève à 1 345 k€.

Le prix d'acquisition des titres de la SA TRADE FORCE, soit 99,82% du capital de la société, s'est élevé à 1 184 k€ frais d'acquisition inclus. L'écart d'acquisition dégagé lors de cette opération s'élève à 800 k€.

#### **NOTE V-1-3 IMMOBILISATIONS CORPORELLES**

Les immobilisations corporelles sont essentiellement constituées des agencements des divers centres d'appel et des locaux d'exploitation.

Les principales augmentations concernent des travaux d'aménagement effectués dans les locaux d'exploitation situés 4 bd de la gare et 113 rue Victor Hugo à Levallois.

Les sorties sont principalement constituées de mises au rebut.

en k€

<b>Immobilisations corporelles brutes</b>	Valeurs brutes en début d'exercice	Variation de périmètre	Retraitements	Acquisitions	Cessions	Valeurs brutes en fin d'exercice
Matériel et outillage	2					2
Installations générales	654	178		291	9	1 114
Matériels de bureau	2 016	144	795	325	131	3 149
Autres immobilisations corporelles	224	52		32	32	276
<b>Total</b>	<b>2 896</b>	<b>374</b>	<b>795</b>	<b>648</b>	<b>172</b>	<b>4 541</b>

<b>Amortissements</b>	Début d'exercice	Variation de périmètre	Retraitements	Dotations	Reprises	Fin d'exercice
Matériel et outillage	2					2
Installations générales	147	114		125	5	381
Matériels de bureau	658	94	452	121	51	1 274
Mobiliers et autres	50	22		4	4	72
<b>Total</b>	<b>857</b>	<b>230</b>	<b>452</b>	<b>250</b>	<b>60</b>	<b>1 729</b>

#### **NOTE V-1-4 TITRES DE PARTICIPATIONS ET IMMOBILISATIONS FINANCIERES**

en K€uros

<b>Immobilisations financières</b>	Valeur en début d'exercice	Variation de périmètre	Augmentations	Diminutions	Valeur brute en fin d'exercice
Autres immobilisations financières	141	25	24	4	186
Titres de participations non consolidés Resto Marque		7			7
- provisions	-5	-3			-8
<b>Total</b>	<b>136</b>	<b>29</b>	<b>24</b>	<b>4</b>	<b>185</b>

Les immobilisations financières concernent principalement :

- des prêts aux salariés soit 4 k€.
- des titres de participations détenus dans la société RESTO MARQUES à hauteur de 7 k€. Ces titres comptabilisés dans la société PLUME DIRECT sont provisionnés à hauteur de 3 k€. La société RESTO MARQUE ne fait pas parti du périmètre de consolidation.
- les autres immobilisations financières soit 182 k€ concernent des dépôts et cautionnements.

#### **NOTE V-1-5 CREANCES CLIENTS**

en K€

<b>Créances clients</b>	<b>31/12/02</b>	<b>31/12/01 (P)</b>
Clients	5 547	3 636
Clients douteux	235	271
Clients factures à établir	121	30
Provision	-222	-229
<b>Clients et comptes rattachés</b>	<b>5 681</b>	<b>3 708</b>

(P) Après retraitement de la présentation des créances factorisées

Les clients sont principalement composés de créances clients grands comptes.

#### NOTE V-1-6. AUTRES CREANCES ET IMPOTS DIFFERES

en K€

Autres créances	31/12/2002	31/12/2001
<b>Impôts différés</b>	<b>71</b>	<b>182</b>
Etat IS et TVA	398	156
SOFIREC	584	208
Fournisseur débiteurs	90	1
Divers	6	22
Personnel	16	12
FIMACOM	136	182
FdG HERVET	663	
<b>Autres créances</b>	<b>1 964</b>	<b>763</b>

Les impôts différés se décomposent de la façon suivante :

En K€	Phone Marketing	PM Méditerranée	PM Rhone Alpes	Manetoo	Plume Direct	Trade Force	TOTAL
<b>12/2002</b>							
<b>ACTIF</b>							
OPCVM	6	1	17			0	24
Provision R et C	44						44
Déficit et ARD				32			32
Organic, participation, ..	54	1	2		3	1	61
Provision retraite	18						
Ecriture CB terminé	28						
<b>PASSIF</b>							
Retraitement du crédit bail	100	4	15				120
Crédit bail terminé	18						
<b>ACTIF NET</b>	<b>150</b>	<b>3</b>	<b>19</b>	<b>32</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>208</b>
<b>PASSIF NET</b>	<b>118</b>	<b>4</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>138</b>
<b>SOLDE ACTIF</b>	<b>32</b>		<b>4</b>	<b>32</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>72</b>
<b>SOLDE PASSIF</b>		<b>-2</b>					<b>-2</b>

#### NOTE V-1-7. TRESORERIE

La gestion de trésorerie des sociétés du groupe Phone Marketing est faite dans une optique de prudence auprès d'organismes de placement collectifs en valeurs mobilières opérant sur le marché monétaire. L'entreprise n'est donc pas exposée aux risques de marché sur le capital placé. Seul le rendement obtenu des excédents de trésorerie placés est exposé au risque de taux.

Les liquidités se présentent ainsi :

en K€

Liquidités	31/12/2002	Valeur de marché	31/12/2001
OPCVM	703	724	241
Actions CISCO	3	1	
<b>Total VMP</b>	<b>706</b>	<b>725</b>	<b>241</b>
- Provision dépréciation action CISCO	-3		
<b>VMP net</b>	<b>703</b>	<b>725</b>	<b>241</b>
Comptes à vue	2 174	2 174	404
Autres comptes à vue	14	13	
<b>Total disponibilité</b>	<b>2 188</b>	<b>2 187</b>	<b>404</b>

#### **NOTE V-1-8. COMPTES DE REGULARISATION**

Les charges de réception et de salon constatées d'avance en 2002 concernent un salon commercial réalisé sur 2003.

L'augmentation des charges constatées d'avance relatives aux locations s'explique essentiellement par la constatation des charges relatives aux nouveaux locaux d'exploitation situés à Courbevoie.

Les produits constatés d'avance constatés en 2002 sont relatifs à des prestations facturées en fin d'année 2002 et réalisées sur l'exercice 2003.

en k€

	31/12/2002	31/12/2001
<b>Charges constatées d'avances</b>	<b>290</b>	<b>181</b>
Locations	51	47
Publicité	61	102
Honoraires	19	26
Autres	159	6
<b>Produits constatés d'avances</b>	<b>127</b>	<b>0</b>
Facturation d'avances	127	

en k€

	31/12/2002	31/12/2001
<b>Produits à recevoir</b>	<b>172</b>	<b>30</b>
Clients factures à établir	121	30
Autres créances	51	
<b>Charges à payer</b>	<b>2 088</b>	<b>980</b>
Intérêts bancaires	5	2
Fournisseurs	643	216
Dettes fiscales et sociales	1 220	718
Autres dettes	220	44

#### **NOTE V-1-9. CAPITAUX PROPRES**

en k€	A nouveau	Affectation du résultat	Arrondi AN	Augmentation de capital	Dividendes reçus	Variation de périmètre	Résultat consolidé 12/2002	31/12/2002
Capital	457		0	96				553
Réserves de la mère	803	539	0	2 303				3 645
Réserves consolidées	306	124	0					431
Ecart de conversion								
Résultat de l'exercice	663	-663					885	885
								0
<b>Totaux part Groupe</b>	<b>2 229</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2 399</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>885</b>	<b>5 514</b>
Capital et Réserves		0				4		4
Résultat de l'exercice		0					1	1
<b>Totaux part Hors Groupe</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>5</b>
<b>Totaux</b>	<b>2 229</b>	<b>0</b>		<b>2 399</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>885</b>	<b>5 519</b>

Les titres composant le capital social se présentent de la façon suivante, à la clôture de l'exercice social :

	<b>Total</b>
Nombre de titres au début de l'exercice	1 830 000
Titres créés au cours de l'exercice	383 896
Titres remboursés au cours de l'exercice	
Titres remembrés au cours de l'exercice	
Nombre de titres en fin d'exercice	2 213 896
<b>Valeur nominale (en €uros)</b>	<b>0,25</b>
<b>Montant du capital en €uros</b>	<b>553 474</b>

**NOTE V-1-10. RESULTAT NET PAR ACTION**

<i>(en €uros)</i>	<b>31/12/20 02</b>	<b>31/12/20 01</b>
Nombre d'actions à la fin de l'exercice	2 213 896	1 830 000
Nombre moyen d'actions	2 021 048	1 830 000
Nombre d'actions après dilution	2 263 146	1 879 250
<b>Avant dilution</b>		
Résultat courant par action	0,74	0,59
Résultat net par action	0,40	0,36
<b>Après dilution</b>		
Résultat courant par action	0,73	0,58
Résultat net par action	0,39	0,35

**NOTE V-1-11. PROVISION POUR RISQUES ET CHARGES**

Elles correspondent à des provisions constituées soit dans le cadre d'éventuels litiges, soit dans le cadre des indemnités de fin de carrières.

en K€

<b>Provision risques et charges</b>	A nouveau	Variation de périmètre	Dotation	Reprise	Solde
Provision pour risques	128				128
Litige prud'homme	127		136	101	162
Provision pour charges	21				21
Provision retraite			53		53
<b>Total</b>	<b>276</b>	<b>0</b>	<b>189</b>	<b>101</b>	<b>364</b>

en K€

<b>Provision risques et charges</b>	Montants utilisés	Montants non utilisés	Total
Provision pour risques			
Litige prud'homme	58	43	101
Provision pour charges			
Provision retraite			
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>43</b>	<b>101</b>

#### **NOTE V-1-12 EMPRUNT ET DETTES AUPRES D'ETABLISSEMENT DE CREDITS**

en K€

<b>Emprunts et dettes</b>	<b>31/12/2002</b>	<b>A moins 1 an</b>	<b>A moins 5 ans</b>
Emprunts	1 842	1 145	697
Retraitement du crédit bail	1 136	523	613
Découverts bancaires	11	11	
<b>Total</b>	<b>2 989</b>	<b>1 679</b>	<b>1 310</b>

Les emprunts ont été souscrits uniquement à taux fixe dans le cadre des programmes d'investissement de la société. Ils font l'objet de garanties réelles sur le fond de commerce.

L'endettement du groupe est réalisé uniquement en Euros.

Les emprunts contractés au cours de l'exercice ont essentiellement été affectés au financement des investissements d'exploitation et des acquisitions des participations pour la partie de rémunération payable en espèce.

en K€

<b>Emprunts</b>	<b>A nouveau proforma</b>	<b>Variation de périmètre</b>	<b>Nouveaux emprunts</b>	<b>Remboursement</b>	<b>Solde</b>
Emprunts	488	796	835	277	1 842
Retraitement du crédit bail	855		697	416	1 136
Découvert bancaires	1		11	1	11
<b>Total</b>	<b>1 344</b>	<b>796</b>	<b>1 543</b>	<b>694</b>	<b>2 989</b>

#### **NOTE V-1-13 DETAILS DES AUTRES DETTES**

en K€

<b>Autres passifs</b>	<b>31/12/2002</b>	<b>31/12/2001</b>
Fournisseurs	1 399	688
Factures non parvenues	643	216
<b>Dettes fournisseurs</b>	<b>2 042</b>	<b>904</b>
TVA + IS	1 995	1 427
Etat charges à payer	70	44
Organismes sociaux	942	435
Personnel	378	496
Autres charges à payers	1 150	531
<b>Dettes fiscales et sociales</b>	<b>4 535</b>	<b>2 933</b>
Dettes sur immobilisations	272	
Autres dettes	62	10
RRR et avoirs à accorder	231	321
<b>Autres dettes</b>	<b>565</b>	<b>331</b>

**NOTE V-1-14 ECHEANCE DES CREANCES ET DETTES**

en K€uros

	31/12/2002	A moins de 1 an	A plus de 1 an et moins de 5 ans	A plus de 5 ans
<b>Créances</b>	<b>8 122</b>	<b>7 935</b>		<b>187</b>
<i>Actifs immobilisés</i>				
Autres immobilisations financières	187			187
<i>Actifs circulants</i>				
Clients et comptes rattachés	5 681	5 681		
Autres créances	1 964	1 964		
Charges constatés d'avances	290	290		
<b>Dettes</b>	<b>7 142</b>	<b>7 142</b>		
Fournisseurs	2 042	2 042		
Dettes fiscales et sociales	4 535	4 535		
Autres dettes	565	565		

**NOTE V- 2 INFORMATION COMPLEMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RESULTAT**

**NOTE V-2-1 PRODUITS D'EXPLOITATION**

en K€

Chiffre d'affaires	31/12/2002	31/12/2002 à périmètre identique	31/12/2001
France	20 207	18 183	13 504
Etranger	1 090	171	133
<b>Total</b>	<b>21 297</b>	<b>18 354</b>	<b>13 637</b>

en K€

Chiffre d'affaires	31/12/2002
Marketing direct	18 263
Gestion de la relation clientèle à l'aide d'outils interactifs	94
Conseil en marketing direct	1 981
Management d'agence, conseil en promotion	959
<b>Total</b>	<b>21 298</b>

### **NOTE V-2-2 CHARGES D'EXPLOITATION**

en K€

<b>Achats et charges externes</b>	<b>31/12/2002</b>	<b>31/12/2001</b>
Loyers et charges	367	592
Fabrication Trade Force	660	0
Etude, prestation, impression	472	0
Maintenance et entretien	235	179
Intérim	311	246
Honoraires	384	254
Publicité	145	236
Télécommunication	947	568
Affranchissement	404	182
Autres	2 193	821
<b>Total</b>	<b>6 117</b>	<b>3 078</b>

en K€

<b>Charges de personnel</b>	<b>31/12/2002</b>	<b>31/12/2001</b>
Salaires et traitements	8 047	5 797
Charges sociales	3 388	2 380
Participation des salariés	306	144
<b>Total</b>	<b>11 741</b>	<b>8 321</b>

Les autres charges soit 686 k€ concernent principalement le poste impôts et taxes soit 624 k€ en 2002 contre 390 k€ en 2001.

### **NOTE V-2-3 ÉLÉMENTS FINANCIERS**

en K€

<b>Résultat financier</b>	<b>31/12/2002</b>	<b>31/12/2001</b>
<b>Produits financier</b>	<b>19</b>	<b>11</b>
Dont revenu financier	12	11
<b>Charges financières</b>	<b>282</b>	<b>177</b>
Intérêts des emprunts et des découverts	101	44
Intérêts sur affacturage	99	64
Retraitement du C Bail	82	69
Autres		0
<b>Résultat financier</b>	<b>-263</b>	<b>-166</b>

#### **NOTE V-2-4 ÉLÉMENTS EXCEPTIONNELS**

en K€

<b>Résultat exceptionnel</b>	<b>31/12/2002</b>	<b>31/12/2001</b>
<b>Produits exceptionnels</b>	<b>179</b>	<b>114</b>
Produits cessions d'immobilisations	31	15
Autres produits exceptionnels	10	17
Reprise de provision	53	0
Remboursement fournisseur	85	82
<b>Charges exceptionnelles</b>	<b>340</b>	<b>161</b>
Litiges commerciaux		0
Litiges sociaux	81	119
Autres charges exceptionnelles	70	28
Cessions d'immobilisations	53	14
Dotation provision	136	
<b>Résultat exceptionnel</b>	<b>-162</b>	<b>-47</b>

#### **NOTE V-2-5 IMPOTS DIFFERES**

Les impôts différés reflètent les différences dans le temps entre les charges retenues pour l'établissement des comptes consolidés et celles déductibles pour le calcul de l'impôt sur les bénéfices des sociétés.

Les impôts différés sont calculés au taux d'impôts en vigueur au 31 décembre 2002 et selon la méthode du report variable. Ce poste est composé des charges d'impôts de chacune des sociétés intégrées globalement ainsi que la charge d'impôt issue des retraitements effectués.

en K€uros

	<b>31/12/2002</b>	<b>31/12/2001</b>
Impôt exigible	534	333
Impôt différé	5	36
<b>Charge d'impôt consolidé</b>	<b>539</b>	<b>369</b>
Résultat avant impôt	1 486	1 037
Impôt théorique (34,33% en 2002)	510	366
Différences permanentes	29	3
<b>Charges nettes d'impôts</b>	<b>539</b>	<b>369</b>

Le taux d'impôt théorique utilisé est de 34.33% en 2002 contre 35.33% en 2001.

### **NOTE VI ÉLÉMENTS D'ANNEXE DIVERS**

#### **NOTE VI-1 REMUNERATION DES ORGANES DE DIRECTION**

Le montant des rémunérations allouées en 2002 aux membres des organes de direction des sociétés à raison de leurs fonctions au sein des sociétés du groupe se présente ainsi :

- Marc GLADYSZ (PDG de PHONE MARKETING SA et de MANETOO SA et gérant des SARL PHONE MARKETING RHONE-ALPES et MEDITERRANEE, administrateur des sociétés PLUME DIRECT ET TRADE FORCE) : 152 712 €uros,
- Emilie LEVY (DG et administrateur de PHONE MARKETING SA et MANETOO SA) : 103 828 €uros.
- Jacques WILLEMS (administrateur et directeur général délégués de PHONE MARKETING SA) : 21 952 €uros (à compter du 1<sup>er</sup> septembre 2002)
- Nathalie HENRIOT (administrateur et directeur général délégués de PHONE MARKETING SA) : 25 612 €uros (à compter du 1<sup>er</sup> septembre 2002)

#### **NOTE VI-2 EFFECTIF MOYEN**

L'effectif moyen s'élève à 456 salariés (61 cadres et 395 non cadres) en 2002 contre 411 en 2001 (52 cadres et 359 non cadres).

#### **NOTE VI-3 INFORMATION SUR LES SCI PATRIMONIALES**

La SCI NEVI est propriétaire d'une surface de 240 m<sup>2</sup>, au 113 rue Victor Hugo à LEVALLOIS PERRET 92300. Conformément au bail conclu avec cette SCI dont Madame Nathalie HENRIOT est porteur de part, les loyers, charges et taxes incluses, ont été de 98 K€ sur l'exercice clos le 31 décembre 2002.

La SCI BORELY est propriétaire des locaux de l'agence de PHONE MARKETING MEDITERRANEE. Cette SCI est détenue à 100 % par Monsieur Marc GLADYSZ de PHONE MARKETING. Conformément aux dispositions du bail, le loyer annuel s'élève à 27 K€.

#### **NOTE VI-5 EXPOSITION AU RISQUE DE CHANGE, DE TAUX ET DE MARCHÉ**

Le groupe opérant exclusivement dans la zone « Euro » n'est pas exposé au risque de change. L'exposition au risque de taux est limitée à la gestion de la trésorerie et à l'endettement à long terme affecté au financement des actifs d'exploitation.

Le groupe n'utilise pas de produits dérivés dans la gestion de sa trésorerie.

#### **NOTE VI-6 ENGAGEMENTS ET DETTES GARANTIES**

##### ***Nantissement sur fonds de commerce***

Le 24 mai 2002, un emprunt consenti à la société PHONE MARKETING a fait l'objet de garanties réelles sur le fonds de commerce, à hauteur de 115 K€ au profit du CEPME et à hauteur de 115 K€ au profit de la BANQUE HERVET.

##### ***Nantissement d'actifs monétaires***

En garantie de la convention de trésorerie de 1997 conclue avec ses filiales PHONE MARKETING MEDITERRANEE et PHONE MARKETING RHONE ALPES, la société PHONE MARKETING a affecté en nantissement au profit de la SOCIETE GENERALE, 38 SICAV TRESORERIE PREMIERE et 4 SICAV SOGEVALOR.

En garantie de l'emprunt Société Générale de 170 K€ souscrit le 26 juin 2002, il a été nanti 250 parts de valeur nominale de 15,24 € de la société TRADE FORCE.

En garantie de l'emprunt Société Générale de 274 K€ souscrit le 26 juin 2002, il a été nanti 500 actions de valeur nominale de 90 € de la société PLUME DIRECT.

#### **NOTE VII COMPTE DE RESULTAT PRO FORMA**

<i>En milliers d'euros</i>	<b>Proforma 2002 (Pr)</b>	<b>31/12/01 12 mois</b>
Chiffre d'affaires	24 453	13 637
Autres produits d'exploitation	61	24
Achats et charges externes	8 466	3 078
Charges de personnel (1)	12 375	8 321
Autres charges d'exploitation	714	390
Reprise sur amortissements et provisions	104	0
Dotations aux amortissements et provisions	996	622
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>2 069</b>	<b>1 250</b>
<b>Résultat financier</b>	<b>-275</b>	<b>-166</b>
<b>Résultat courant des entreprises intégrées</b>	<b>1 793</b>	<b>1 084</b>
Résultat exceptionnel	-40	-47
Impôts sur les résultats	641	369
<b>Résultat net des entreprises intégrées</b>	<b>1 112</b>	<b>668</b>
Dotations amortissement des écarts d'acquisition	112	5
<b>Résultat net de l'ensemble consolidé</b>	<b>1 001</b>	<b>663</b>
Intérêts minoritaires	1	
<b>Résultat net part du groupe</b>	<b>1 000</b>	<b>663</b>
<i>(1) dont participation des salariés</i>		<i>144</i>

(Pr) : Présentation du groupe tel qu'il aurait été si les acquisitions constatées sur l'exercice avaient eu lieu au 1<sup>er</sup> janvier 2002

<b>NOTE VIII TABLEAU CONSOLIDE DES FLUX</b>
---

(En milliers d'€uros)

**Flux de trésorerie liés à l'activité**

Résultat net des sociétés intégrées	885
<i>Elimination des charges et produits sans incidence sur la trésorerie ou non liés à l'activité :</i>	
- Amortissements et provisions	638
- Variation des impôts différés	112
- Plus-values de cession, nettes d'impôt	0
- Quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence	
- Retraitement consolidation	-29
<b>Marge brute d'autofinancement des sociétés intégrées</b>	<b>1 606</b>
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	0
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	127

**Flux net de trésorerie généré par l'activité** **1 733**

**Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement**

Acquisition d'immobilisations incorporelles, corporelles et financières	-3 080
Cession d'immobilisations, nettes d'impôt	172
Incidence des variations de périmètre	-628

**Flux net de trésorerie lié aux opérations d'investissement** **-3 536**

**Flux de trésorerie liés aux opérations de financement**

Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	
Incidence des variations de périmètre :	801
Augmentations de capital en numéraire	2 399
Emissions d'emprunts	1 543
Remboursements d'emprunts	-694

**Flux net de trésorerie lié aux opérations de financement** **4 049**

**Variation de trésorerie** **2 246**

Trésorerie d'ouverture	+645
Trésorerie de clôture	+2 891
<b>Variation de trésorerie</b>	<b>2 246</b>

20.1.2.2. Annexes au comptes relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2003

**NOTE I : FAITS MARQUANTS DE L'EXERCICE**

**NOTE I-1. VARIATION DE PERIMETRE**

**NOTE I-1-1 – VARIATION DE PERIMETRE MOTIVEE PAR DES ACQUISITIONS EXTERNES**

Dans le cadre de sa stratégie de croissance externe, la société PHONE MARKETING SA a signé des protocoles d'accord avec les sociétés BROADINTERACTIVE SA et STRATEGY CLUB SAS prévoyant l'acquisition de ces dernières. Les augmentations de capital liées à ces acquisitions ont été décidées lors de l'assemblée mixte du 30/06/2003 pour les titres de la SA Broad Interactive et lors de l'assemblée mixte du 30/09/2003 pour les titres de la SAS Strategy Club.

Les principales dispositions des protocoles d'accord sont les suivantes :

Société	BROAD INTERCATIVE	STRATEGY CLUB
Forme sociale	SA	SAS
Activité	Gestion serveur audiotel	Conseil en communication et en marketing
Valorisation de la société	Le prix d'acquisition est de 188 K€.	Le prix d'acquisition est de 480 K€. Le protocole d'accord prévoit un complément de prix calculé d'après les résultats réels de la société pour les exercices 2002, 2003 et 2004, complément qui ne pourra être supérieur à 400 K€. La formule de calcul de la valorisation des titres est la suivante : $Vp = (R2002+R2003+R2004)*6/3$ Le complément de prix sera la différence entre cette valeur Vp et le prix déjà payé, soit 480 K€.
% de détention	99.99%	100%
Modalités de paiement	Emission d'actions nouvelles PHONE MARKETING pour un total de 78 K€, 2 K€ d'augmentation de capital et 76 K€ de prime d'apport, le solde en numéraire.	Emission d'actions nouvelles PHONE MARKETING pour un total de 213 K€, 4 K€ d'augmentation de capital et 209 K€ de prime d'apport, le solde en numéraire.

Les principaux éléments chiffrés concernant ces sociétés sont les suivants (en milliers d'€uros) :

Société	BROADINTERACTIVE		STRATEGY CLUB	
	2003	2002	2003	2002
Chiffre d'affaires	558	831	1 271	1 728
Résultat d'exploitation	(207)	(287)	(144)	26
Résultat net	(266)	(411)	(185)	64
Fonds propres (avant résultat)	42	453	211	147
Dettes financières	146	105	0	1

Parallèlement, la société PHONE MARKETING SA a créé la société THE MARKETING GROUP SAS dont elle détient 99.90 % du capital, composé de 3 846 actions, valeur nominale de 10 €. Le premier exercice commence le 1<sup>er</sup> juillet 2003 pour se terminer le 31 décembre 2004.

Les chiffres de la SAS THE MARKETING GROUP ne sont pas significatifs au 31/12/2003.

**NOTE I-1-2 – VARIATION DE PERIMETRE MOTIVEE PAR UNE RESTRUCTURATION INTERNE**

Néant

**NOTE I-1-3. ACTIVITE**

Le chiffre d'affaires consolidé est en croissance de 2 480 K€ soit 12% par rapport à l'exercice précédent. Cette variation est due pour 1 854 K€ à la croissance interne et pour 626 K€ à l'acquisition des sociétés BROADINTERACTIVE et STRATEGY CLUB et par la création de la société THE MARKETING GROUP.

**NOTE I-1-4. ÉLÉMENTS EXCEPTIONNELS**

Néant

## **NOTE I-2. EVENEMENTS POSTERIEURS A LA CLOTURE**

Néant

## **NOTE II : PRINCIPES ET METHODES COMPTABLES**

### **NOTE II-1. PRINCIPES**

Les comptes consolidés ont été établis en conformité avec la loi du 3 janvier 1985, son décret d'application du 17 février 1986 et du règlement 99-02 du comité de réglementation comptable homologué par l'arrêté du 22 juin 1999. Les comptes sont exprimés en milliers d'euros.

Les éléments inscrits en comptabilité sont évalués aux coûts historiques.

### **NOTE II-2. CHANGEMENT DE METHODES**

#### **Application du nouveau règlement sur la comptabilisation et l'évaluation des engagements de retraite et avantages similaires**

La société Phone Marketing a appliqué, à compter du 1er janvier 2003, la nouvelle recommandation du Conseil National de la Comptabilité n°2003-R.01 du 01/04/2003 concernant la comptabilisation et l'évaluation des engagements de retraite.

#### **Modification des méthodes d'évaluation des écarts d'acquisitions**

Les écarts d'acquisition font l'objet d'une évaluation lors de leur inscription à l'actif en fonction d'une analyse des flux de trésorerie prévisionnels actualisés des activités correspondant à ces actifs. Les flux de trésorerie résultent d'une estimation de la direction, sur la base des tendances observées par le passé et des projections qui peuvent être raisonnablement faites sur le futur, compte tenu des fortes incertitudes inhérentes à ce genre d'exercice. En tout état de cause, la société applique un principe de prudence.

Lors de chaque arrêté, les données ayant présidé à cette évaluation sont mises à jour et la valeur réévaluée est comparée au montant de l'actif. En cas de baisse durable de valeur, une provision pour dépréciation est constatée.

### **NOTE II-3. METHODES DE CONSOLIDATION**

Les états financiers consolidés regroupent par intégration globale, les comptes de toutes les filiales significatives dont le groupe détient directement ou indirectement, en droit ou en fait, le contrôle exclusif.

L'intégration globale entraîne la prise en compte, après élimination des opérations réciproques et des résultats internes au groupe, de l'ensemble des actifs, passifs et éléments du compte de résultat des sociétés concernées, la part des résultats et des capitaux propres revenant au groupe étant distinguées (« part du groupe ») de celle relative aux autres actionnaires (« intérêts minoritaires »).

## **NOTE III : PERIMETRES ET METHODES DE CONSOLIDATION**

### **NOTE III-1. PERIMETRES ET METHODES DE CONSOLIDATION**

Sont consolidées par intégration globale les sociétés dans lesquelles la Société Phone Marketing exerce directement un contrôle exclusif au sens de l'article 110 du CRC 99-02.

Le contrôle exclusif par une société résulte :

- Soit de la détention directe ou indirecte de la majorité des droits de vote dans une autre entreprise ;
- Soit du droit d'exercer une influence dominante sur une entreprise en vertu d'un contrat ou de clauses statutaires.

### **NOTE III-2. EXCLUSION DU PERIMETRE AU 31 DECEMBRE 2003**

Sont exclues du périmètre :

- les sociétés ne représentant pas un caractère significatif par rapport aux comptes consolidés.
- les sociétés détenues uniquement en vue d'une cession ultérieure.
- les sociétés dont le contrôle ou l'influence comporte des restrictions sévères et durables.
- les sociétés dont les possibilités de transfert de trésorerie comporte des restrictions sévères et durables.

### **NOTE III-3. VARIATION DU PERIMETRE DURANT L'EXERCICE**

#### **NOTE III-3-1 - LISTE DES SOCIETES ENTREES DANS LE PERIMETRE**

Entrée dans le périmètre	Prise de contrôle	% de contrôle
Broad Interactive	01/07/03	99.99%
Strategy Club	01/10/03	100.00%
The Marketing Group	30/06/03	99.90%

#### **NOTE III-3-2 VARIATION DE POURCENTAGE**

Néant

#### **NOTE III-3-3 LISTE DES SOCIETES SORTIE DU PERIMETRE**

Néant

#### **NOTE III-3-4 LISTE DES SOCIETES EXCLUES DU PERIMETRE**

Néant

#### **NOTE III-4. LISTE DES SOCIETES CONSOLIDEES**

	<b>% Contrôle</b>	<b>% Intérêts</b>	<b>Méthode retenue</b>	<b>Siège</b>	<b>N° SIREN</b>
<u>Phone Marketing SA</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>	<u>Intégration globale</u>	<u>113 rue Victor Hugo</u> <u>92300 Levallois Perret</u>	<u>353 944 093</u>
<u>Manetoo</u>	<u>99.94%</u>	<u>99.94%</u>	<u>Intégration globale</u>	<u>113 rue Victor Hugo</u> <u>92300 Levallois Perret</u>	<u>429 429 541</u>
<u>Phone Marketing Méditerranée</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>	<u>Intégration globale</u>	<u>40 rue de Hambourg</u> <u>13008 Marseille</u>	<u>325 612 950</u>
<u>Phone Marketing Rhône Alpes</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>	<u>Intégration globale</u>	<u>10 rue des Emeraudes</u> <u>69006 Lyon</u>	<u>325 268 118</u>
<u>High Touch</u>	<u>99.40%</u>	<u>99.40%</u>	<u>Intégration globale</u>	<u>113 rue Victor Hugo</u> <u>92300 Levallois Perret</u>	<u>381 794 684</u>
<u>Trade Force</u>	<u>99.82%</u>	<u>99.82%</u>	<u>Intégration globale</u>	<u>113 rue Victor Hugo</u> <u>92300 Levallois Perret</u>	<u>413 140 104</u>
<u>Broad Interactive</u>	<u>99.99%</u>	<u>99.99%</u>	<u>Intégration globale</u>	<u>113 rue Victor Hugo</u> <u>92300 Levallois Perret</u>	<u>389 101 346</u>
<u>Strategy Club</u>	<u>100.00%</u>	<u>100.00%</u>	<u>Intégration globale</u>	<u>138 rue du Fg St-Honoré</u> <u>75008 PARIS</u>	<u>394 251 722</u>
<u>The Marketing Group</u>	<u>99.90%</u>	<u>99.90%</u>	<u>Intégration globale</u>	<u>113 rue Victor Hugo</u> <u>92300 Levallois Perret</u>	<u>449 081 058</u>

#### **NOTE III-5. DATE DE CLOTURE**

Les comptes consolidés sont établis à partir des comptes sociaux des sociétés consolidées au 31 décembre 2003, à l'exception de la SAS The Marketing Group qui clôture son premier exercice le 31/12/2004. C'est donc une situation au 31/12/2003 qui est prise en compte dans les comptes consolidés.

#### **NOTE III-6. DUREE DE L'EXERCICE**

L'exercice social couvre une période de 12 mois en 2003 pour l'ensemble des sociétés entrant dans le périmètre de consolidation, à l'exception des sociétés entrants dans le périmètre de consolidation en 2003.

L'acquisition de Broad Interactive s'est faite au définitivement au 1<sup>er</sup> juillet 2003. Le compte de résultat consolidé ne prend en compte que les six derniers mois de l'année.

L'acquisition de Strategy Club a été réalisée au 1<sup>er</sup> octobre 2003. Le compte de résultat consolidé ne prend en compte que les trois derniers mois de l'année 2003.

La création de The Marketing Group a été effective au 30 juin 2003. Le compte de résultat consolidé ne prend en compte que les six premiers d'activité.

### **NOTE III-7. ECART DE PREMIERE CONSOLIDATION**

L'écart d'acquisition est la différence constatée lors de l'entrée d'une entreprise dans le périmètre de consolidation, entre le coût d'acquisition de ses titres et l'évaluation totale des actifs et des passifs identifiés à la date d'acquisition.

Les actifs et passifs identifiables sont ceux qui apparaissent après les retraitements nécessaires aient été effectués conformément aux règles d'évaluation utilisées pour l'ensemble consolidé.

Lorsque la prise de participation s'est opérée par voie d'achats successifs de titres, l'entreprise n'entre dans le périmètre de consolidation que lors de la prise de contrôle effectif ; les actifs et passifs sont identifiés et évalués à la date de prise de contrôle.

L'écart d'acquisition constaté, à l'occasion de la prise de participation, est affecté aux postes du bilan consolidé :

- La part positive, non affectée, est inscrite au compte « écart d'acquisition » à l'actif du bilan et amortie, prorata temporis, linéairement sur une durée en rapport avec la nature de l'écart constaté.
- La partie négative est inscrite au compte « écart négatif » au passif du bilan et rapportée de façon linéaire au résultat sur une durée en rapport avec la nature de l'écart constaté.

### **NOTE III-8. MODALITES DE CONSOLIDATION**

Les comptes annuels des sociétés dans lesquelles PHONE MARKETING exerce un contrôle exclusif sont consolidés par la méthode de l'intégration globale.

Celle-ci consiste à :

- Intégrer dans les comptes de l'entreprise tête de groupe les éléments du bilan et du résultat de l'entreprise consolidée après retraitements éventuels.
- Eliminer les opérations et comptes les concernant réciproquement (comptes réciproques, dividendes...).
- Répartir les capitaux propres et le résultat entre les intérêts de l'entreprise consolidante et les intérêts des autres sociétés ou actionnaires, dits « minoritaires ».

Les retraitements suivants ont été pratiqués :

- Retraitements destinés à éliminer l'incidence sur les comptes d'écritures passées pour la seule application des législations fiscales.
- Retraitement des crédits baux immobiliers ou mobilier supérieurs à 15 K€.
- Retraitements liés a la comptabilisation dans les comptes consolidés des Indemnités de fin de carrières.

<b>NOTE IV</b>	<b>PRINCIPES ET METHODES COMPTABLES D'EVALUATION</b>
----------------	--

### **NOTE V.1. IMMOBILISATIONS INCORPORELLES**

La valeur brute des immobilisations incorporelles correspond à la valeur d'entrée dans le patrimoine, compte tenu des frais accessoires nécessaires à leur mise en état d'utilisation.

Les amortissements sont calculés sur la durée normale de vie des biens en mode linéaire ou dégressif par application de taux homogènes :

Nature	Durée
Immobilisations incorporelles	1 à 5 ans

### **NOTE IV.2. IMMOBILISATIONS CORPORELLES**

La valeur brute des immobilisations corporelles correspond à la valeur d'entrée dans le patrimoine, compte tenu des frais accessoires nécessaires à leur mise en état d'utilisation.

Les amortissements sont calculés sur la durée normale de vie des biens en mode linéaire ou dégressif par application de taux homogènes :

Nature	Durée
Matériel – Outil	4 à 10 ans
Aménagements Agencements	5 à 10 ans
Matériel de bureau et informatique	3 à 10 ans
Mobilier de bureau	5 à 10 ans

Les acquisitions réalisées au moyen d'un contrat de crédit-bail sont comptabilisées à l'actif pour leur prix de revient au moment de l'acquisition et amorties selon les durées ci-dessus. La dette résultant de l'acquisition est inscrite au passif.

#### **NOTE IV-3. IMMOBILISATIONS FINANCIERES**

Les titres de participations des sociétés non consolidées figurent au bilan à leur prix de revient. Les titres dont la valeur d'utilité est inférieure au coût d'acquisition font l'objet d'une provision pour dépréciation.

#### **NOTE IV-4. STOCKS ET TRAVAUX EN COURS**

Les stocks sont évalués suivant :

- 1) P.M.P. (prix moyen pondéré) pour les matières premières et les marchandises
- 2) Prix de revient pour les travaux en cours et les produits finis.

Les profits sur stocks provenant des cessions entre sociétés du groupe ont fait l'objet d'un retraitement.

#### **NOTE IV-5. IMPOTS SUR LE RESULTAT ET IMPOTS DIFFERES**

La charge d'impôt comprend l'impôt exigible et l'impôt différé de l'exercice des différentes sociétés intégrées.

Un impôt différé est comptabilisé :

- 1) sur les différences temporaires entre le résultat comptable et le résultat fiscal.
- 2) sur les retraitements et éliminations ayant une incidence sur les réserves, il est calculé selon la méthode du report variable.
- 3) les déficits fiscaux sur les sociétés du groupe ont été activés compte tenu de la forte probabilité de les imputer sur les résultats bénéficiaire futurs.

Conformément au règlement 99-02 du 29/04/1999 relatif aux comptes consolidés, les actifs et passifs d'impôts différés sont compensés lorsqu'ils concernent une même entité fiscale. Les passifs d'impôts différés sont présentés dans une subdivision du poste « provisions pour risques et charges ». Les actifs d'impôts différés sont présentés dans un compte de régularisation actif du bilan.

#### **NOTE IV-6. INDEMNITE DE DEPART EN RETRAITE**

Les engagements en matière d'indemnité de départ à la retraite sont conformes aux obligations légales et réglementaires en la matière en France et découlent de l'application du code du Travail et de la convention collective applicable dans chaque établissement de l'entreprise.

Les engagements des sociétés en matière de retraite et d'indemnité de départ à la retraite, sont déterminés en appliquant une méthode tenant compte des salaires projetés de fin de carrière, du taux de rotation du personnel, de l'espérance de vie et d'hypothèses actuarielles.

Compte tenu de l'âge moyen faible du personnel lié d'une part à la nature temporaire de certains recrutements, et d'autre part au secteur d'activité de l'entreprise, les engagements de retraite font l'objet d'une comptabilisation et d'une évaluation annuelle.

#### **NOTE IV-7. AFFACTURAGE**

Les contrats d'affacturage des créances clients sont enregistrés par la société conformément aux dispositions juridiques de ces contrats. Les créances clients font l'objet d'une cession à la société d'affacturage à leur valeur nominale.

La trésorerie reçue en contrepartie de cette cession est versée sur les comptes bancaires de la société.

Les retenues de garanties prévues contractuellement par les organismes d'affacturage figurent parmi les autres créances.

#### **NOTE IV-8. VALEURS MOBILIERES**

Les titres de placement figurant à l'actif font l'objet d'une comptabilisation à leur valeur historique d'acquisition. A chaque arrêté, la valeur d'inventaire est comparée à la valeur de marché des titres s'il en existe une. Une provision pour dépréciation est constituée en cas de perte de valeur de ces titres.

#### **NOTE IV-9. PRODUITS D'EXPLOITATION**

Les contrats conclus par les sociétés correspondent soit à des opérations ponctuelles, soit à des contrats récurrents d'une durée plus longue et reconductibles par tacite reconduction.

Dans la plupart des cas, la facturation des contrats s'effectue avec un forfait minimum mensuel complété des réalisations du mois en fonction du temps passé ou des performances réalisées au vu des objectifs contractuels fixés. Seule cette partie variable fait l'objet d'une appréciation à chaque fin de mois. Les outils techniques utilisés en interne pour la gestion de la production permettent d'identifier immédiatement les réalisations du mois avec une grande précision.

Les prestations terminées et non encore facturées à la date de clôture de l'exercice, font l'objet d'une comptabilisation en « facture à établir » et le montant correspondant figure dans le poste client.

La part non acquise des prestations de maintenance sur logiciel est appréhendée en fonction de la période couverte par le contrat et figure dans le poste « produits constatés d'avance ».

#### **NOTE IV-10. CREANCES ET DETTES**

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

En particulier, pour l'appréciation de la valeur d'inventaire des postes clients, les soldes dus à la clôture font l'objet d'un examen individuel et les provisions nécessaires sont constatées s'il apparaît un risque de recouvrement.

#### **NOTE IV-11. CREDIT-BAIL**

Les contrats de location de longue durée qui s'apparentent à un financement sont traduits dans les comptes consolidés par la comptabilisation d'un actif et d'un passif. Ces montants sont égaux au début du bail, soit à la valeur vénale du bien loué après déduction des subventions et des avantages fiscaux, soit, si elle est inférieure, à la valeur actualisée des paiements minimaux exigibles en vertu du contrat. Le calcul de la valeur actualisée des paiements minimaux se fait en utilisant le taux d'intérêt implicite du contrat.

Le montant porté dans les charges de chaque période comptable comprend alors à la fois l'amortissement du bien loué et la charge financière.

### **NOTE V INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES**

#### **NOTE V- 1 INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES SUR LE BILAN**

##### **NOTE V-1-1 IMMOBILISATIONS INCORPORELLES**

Le poste « logiciels » comprend essentiellement des logiciels acquis pour la gestion administrative et la production.

en k€

<b>Immobilisations incorporelles brutes</b>	Valeurs brutes en début d'exercice	Variation de périmètre	Acquisitions	Cessions	Valeurs brutes en fin d'exercice
Concession brevet	265	89	14	9	358
Autres immobilisations incorp.	17	4			21
Frais d'introduction en bourse	486				486
<b>Total</b>	<b>768</b>	<b>93</b>	<b>14</b>	<b>9</b>	<b>866</b>

en k€

<b>Amortissements</b>	Début d'exercice	Variation de périmètre	Dotations	Reprises	Fin d'exercice
Concession brevet	148	59	59		266
Autres immobilisations incorp.	2	2	4		7
Frais d'introduction en bourse	342		144		486
<b>Total</b>	<b>492</b>	<b>60</b>	<b>207</b>	<b>0</b>	<b>759</b>

<b>Total net</b>	<b>276</b>				<b>107</b>
------------------	------------	--	--	--	------------

### NOTE V-1-2 ECARTS D'ACQUISITION

en k€

<b>Ecart d'acquisition brut</b>	Valeurs brutes en début d'exercice	Acquisitions	Cessions	Valeurs brutes en fin d'exercice
Manetoo	148			148
Trade Force	801			801
Plume Direct	1 345			1 345
Broad Interactive		261		261
Strategy Club		428		428
<b>Total</b>	<b>2 294</b>	<b>689</b>	<b>0</b>	<b>2 983</b>

<b>Amortissement écart d'acquisition</b>	Début d'exercice	Dotations	Reprises	Fin d'exercice
Manetoo	12	8		20
Trade Force	21	40		61
Plume Direct	34	67		101
Broad Interactive	0	6		6
Strategy Club	0	5		5
<b>Total</b>	<b>67</b>	<b>126</b>	<b>0</b>	<b>193</b>

<b>Ecart d'acquisition net</b>	<b>2 227</b>	<b>2 790</b>
--------------------------------	--------------	--------------

Les écarts d'acquisitions sont amortis sur une durée de 20 ans.

Les écarts d'acquisitions des deux nouvelles sociétés intégrées ont été calculés en fonction de la quote-part de situation nette au 30 juin 2003 pour Broad Interactive et au 30 septembre 2003 pour Strategy Club, date du rachat effectif des 2 sociétés.

Le prix d'acquisition des titres de la SA Broad Interactive, soit 99.99 % du capital de la société, s'est élevé à 188 K€. L'écart d'acquisition dégagé lors de cette opération s'élève à 261 K€.

Le prix d'acquisition des titres de la SAS Strategy Club, soit 100.00% du capital de la société, s'est élevé à 480 K€. L'écart d'acquisition dégagé lors de cette opération s'élève à 428 K€.

### NOTE V-1-3 IMMOBILISATIONS CORPORELLES

Les immobilisations corporelles sont essentiellement constituées des agencements des divers centres d'appel et des locaux d'exploitation.

Les immobilisations sont affectées par le retraitement du crédit bail dont le retraitement d'origine global brut s'élève à 2 580 K€.

en k€

<b>Immobilisations corporelles brutes</b>	Valeurs brutes en début d'exercice	Variation de périmètre	Retraitements	Acquisitions	Cessions	Valeurs brutes en fin d'exercice
Matériel et outillage	2			0	0	2
Installations générales	1 114	21		54	45	1 144
Matériels de bureau	3 150	136	(45)	278	186	3 333
Autres immobilisations corp.	276	22		0	0	298
<b>Total</b>	<b>4 542</b>	<b>179</b>	<b>(45)</b>	<b>332</b>	<b>231</b>	<b>4 777</b>

<b>Amortissements</b>	Début d'exercice	Variation de périmètre	Retraitements	Dotations	Reprises	Fin d'exercice
Matériel et outillage	2			1		3
Installations générales	381	19		153	5	548
Matériels de bureau	1 274	91	(29)	821	90	2 067
Autres immobilisations corp.	72	16		10		98
<b>Total</b>	<b>1 729</b>	<b>126</b>	<b>(29)</b>	<b>985</b>	<b>95</b>	<b>2 716</b>

Les sorties sont principalement constituées de mises au rebut et de cession d'immobilisations corporelles d'exploitation dans le cadre d'un financement par crédit bail.

#### **NOTE V-1-4 TITRES DE PARTICIPATIONS ET IMMOBILISATIONS FINANCIERES**

en K€

<b>Immobilisations financières</b>	Valeur en début d'exercice	Variation de périmètre	Augmentations	Diminutions	Valeur brute en fin d'exercice
Autres immobilisations financières	187	9	12	4	204
Titres de participations non consolidés Resto Marque	7				7
- provisions	(8)				(8)
<b>Total</b>	<b>186</b>	<b>9</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>203</b>

Les autres immobilisations financières sont essentiellement constituées de dépôts et cautionnements versés à titre de dépôt de garantie aux bailleurs des différents sites d'exploitation ainsi que de prêts accordés au personnel (11 K€).

#### **NOTE V-1-5 CREANCES CLIENTS**

en K€

<b>Créances clients</b>	<b>31/12/03</b>	<b>31/12/02</b>
Clients	5 176	5 547
Clients douteux	170	235
Clients factures à établir	192	121
Provision	(145)	(222)
<b>Clients et comptes rattachés</b>	<b>5 393</b>	<b>5 681</b>

Les clients sont principalement composés de créances clients grands comptes.

#### **NOTE V-1-6. AUTRES CREANCES ET IMPOTS DIFFERES**

en K€

<b>Autres créances</b>	<b>31/12/03</b>	<b>31/12/02</b>
<b>Impôts différés</b>	<b>209</b>	<b>71</b>
Etat IS et TVA	1 520	398
SOFIREC	237	584
Fournisseurs débiteurs	13	90
Divers	39	6
Personnel	42	16
FIMACOM	73	136
FdG HERVET	130	663
Produits à recevoir	17	
RRR à recevoir	41	
Provision	(12)	
<b>Autres créances</b>	<b>2 309</b>	<b>1 964</b>

Les impôts différés se décomposent de la façon suivante :

En K€	PM SA	MED	RA	MAN	SC	TMG	BI	TF	HT	TOTAL
<b>Année 2003</b>										
<b>ACTIF</b>										0
Organic, participation,...	19	2	3		7		1	1	2	34
PV latente OPCVM	5	2			0			4		11
ARD et déficit reportable		7		24	23		111		0	165
Provision retraite	16	3	5		5		1	2	19	52
crédit bail	12	2					0			15
crédit bail	21									21
crédit bail	6									6
										0
<b>PASSIF</b>										0
crédit bail	110	7	13							130

<b>ACTIF</b>	<b>79</b>	<b>15</b>	<b>8</b>	<b>24</b>	<b>35</b>	<b>0</b>	<b>113</b>	<b>7</b>	<b>21</b>	<b>303</b>
<b>PASSIF</b>	<b>110</b>	<b>7</b>	<b>13</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>130</b>

<b>PUBLIABLE</b>										
<b>SOLDE NET ACTIF</b>		<b>8</b>		<b>24</b>	<b>35</b>	<b>0</b>	<b>113</b>	<b>7</b>	<b>21</b>	<b>209</b>
<b>SOLDE NET PASSIF</b>	<b>31</b>		<b>5</b>							<b>36</b>

PM SA : Phone Marketing SA  
 MAN : Manetoo  
 BI : Broad Interactive

MED : PM Méditerranée  
 SC : Strategy Club  
 TF : Trade Force

RA : PM Rhône Alpes  
 TMG : The Marketing Group  
 HT : High Touch

#### NOTE V-1-7. TRESORERIE

La gestion de trésorerie des sociétés du groupe Phone Marketing est faite dans une optique de prudence auprès d'organismes de placement collectifs en valeurs mobilières opérant sur le marché monétaire. L'entreprise n'est donc pas exposée aux risques de marché sur le capital placé. Seul le rendement obtenu des excédents de trésorerie placés est exposé au risque de taux.

Les liquidités se présentent ainsi :  
 en K€

Liquidités	31/12/03	Valeur de marché	31/12/02
OPCVM	856	867	703
Actions CISCO	4	2	3
<b>Total VMP</b>	<b>860</b>	<b>869</b>	<b>703</b>
- Provision dépréciation action CISCO	(2)		-3
<b>VMP net</b>	<b>858</b>	<b>869</b>	<b>703</b>
Comptes à vue	876	876	2 174
Autres comptes à vue (en-cours factor)	143	143	14
<b>Total disponibilité</b>	<b>1 019</b>	<b>1 019</b>	<b>2 188</b>

#### NOTE V-1-8. COMPTES DE REGULARISATION

Les produits constatés d'avance constatés en 2003 sont relatifs à des prestations facturées en fin d'année 2003 et réalisées sur l'exercice 2004.

Ces postes n'apportent pas de remarques particulières.

#### **NOTE V-1-9. CAPITAUX PROPRES**

Les titres composant le capital social se présentent de la façon suivante, à la clôture de l'exercice social :

	<b>Total</b>
Nombre de titres au début de l'exercice	2 213 896
Titres créés au cours de l'exercice	25 511
Titres remboursés au cours de l'exercice	
Titres remembrés au cours de l'exercice	
Nombre de titres en fin d'exercice	2 239 407
<b>Valeur nominale (en €uros)</b>	<b>0,25</b>
<b>Montant du capital en €uros</b>	<b>559 851</b>

#### **NOTE V-1-10. RESULTAT NET PAR ACTION**

	<b>31/12/03</b>	<b>31/12/02</b>
Nombre d'action à la fin de l'exercice	2 239 407	2 213 896
Nombre moyen d'action	2 223 699	2 021 948
Nombre d'action après dilution	2 294 456	2 263 146
<b>Avant dilution</b>		
Résultat courant par action	(0,16)	0,88
Résultat net par action	(0,20)	0,40
<b>Après dilution</b>		
Résultat courant par action	(0,16)	0,88
Résultat net par action	(0,20)	0,40

#### **NOTE V-1-11. PROVISION POUR RISQUES ET CHARGES**

Elles correspondent à des provisions constituées soit dans le cadre d'éventuels litiges, soit dans le cadre des indemnités de fin de carrières.

en K€

<b>Provision risques et charges</b>	A nouveau	Variation de périmètre	Dotations	Reprise	Solde
Provision pour risques	128	45	164	128	209
Litige prud'homme	162		143	147	158
Provision pour charges	19	18		19	18
Provision retraite	53	19	87	7	152
Passifs d'impôts différés	2		36	2	36
<b>Total</b>	<b>364</b>	<b>82</b>	<b>430</b>	<b>303</b>	<b>573</b>

La provision pour risque concerne des litiges commerciaux à hauteur de 71 K€ et un licenciement économique pour 10 K€. L'analyse des reprises de provision s'établit ainsi :

en K€

<b>Provision risques et charges</b>	Montants utilisés	Montants non utilisés	Total
Provision pour risques (1)		128	128
Litige prud'homme (1)	81	66	147
Provision pour charges	10	9	19
Provision retraite (1)		7	7
Passifs d'impôts différés		2	2
<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>212</b>	<b>303</b>

(1) Les montants non utilisés au cours de l'exercice ont refait l'objet d'une provision au 31/12/2003

#### **NOTE V-1-12 EMPRUNT ET DETTES AUPRES D'ETABLISSEMENT DE CREDITS**

en K€

<b>Emprunts</b>	<b>A nouveau</b>	<b>Variation de périmètre</b>	<b>Nouveaux emprunts</b>	<b>Remboursements</b>	<b>Solde</b>
Emprunts	1 292		526	649	1 169
Retraitement du crédit bail	1 136	71		516	691
Découverts bancaires	11	7	29		47
CMCC	550		627	550	627
<b>Total</b>	<b>2 989</b>	<b>78</b>	<b>1 182</b>	<b>1 715</b>	<b>2 534</b>

en K€

<b>Emprunts et dettes</b>	<b>31/12/03</b>	<b>A moins 1 an</b>	<b>A moins 5 ans</b>	<b>Plus 5 ans</b>
Emprunts	1 168	421	747	
Retraitement du crédit bail	692	318	374	
Découverts bancaires	47	47		
CMCC	627	627		
<b>Total</b>	<b>2 534</b>	<b>1 413</b>	<b>1 121</b>	<b>0</b>

Les emprunts ont été souscrits uniquement à taux fixe dans le cadre des programmes d'investissement de la société. Ils font l'objet de garanties réelles sur le fond de commerce.  
L'endettement du groupe est réalisé uniquement en Euros.

Les emprunts contractés au cours de l'exercice ont essentiellement été affectés au financement des investissements d'exploitation et des acquisitions des participations pour la partie de rémunération payable en espèce.

#### **NOTE V-1-13 DETAILS DES AUTRES DETTES**

en K€

<b>Autres passifs</b>	<b>31/12/03</b>	<b>31/12/02</b>
Fournisseurs	1 950	1 399
Factures non parvenues	657	643
<b>Dettes fournisseurs</b>	<b>2 656</b>	<b>2 042</b>
TVA + IS	1 690	1 995
Etat charges à payer	53	70
Organismes sociaux	345	942
Personnel	1532	378
Autres charges à payer	24	1 150
<b>Dettes fiscales et sociales</b>	<b>3 644</b>	<b>4 535</b>
Clients créditeurs	286	
Dettes sur immobilisations	0	282
Autres dettes	91	63
RRR et avoirs à accorder	34	220
Ecart de conversion passif	10	
<b>Autres dettes</b>	<b>421</b>	<b>565</b>

#### NOTE V-1-14 ECHEANCE DES CREANCES ET DETTES

en K€

	31/12/03	A moins de 1 an	A plus de 1 an et moins de 5 ans	A plus de 5 ans
<b>Créances</b>	<b>8 217</b>	<b>8 020</b>	<b>0</b>	<b>197</b>
<i>Actifs immobilisés</i>				
Autres immobilisations financières	204	7		197
<i>Actifs circulants</i>				
Clients et comptes rattachés	5 393	5 393		
Autres créances	2 309	2 309		
Charges constatés d'avances	311	311		

en K€

	31/12/03	A moins de 1 an	A plus de 1 an et moins de 5 ans	A plus de 5 ans
<b>Dettes</b>	<b>6 843</b>	<b>6 843</b>		
Fournisseurs	2 656	2 656		
Dettes fiscales et sociales	3 644	3 644		
Autres dettes	421	421		
Produits constatés d'avance	122	122		

#### NOTE V- 2 INFORMATION COMPLEMENTAIRES SUR LE COMPTE DE RESULTAT

##### NOTE V-2-1 PRODUITS D'EXPLOITATION

en K€

Chiffre d'affaires	31/12/03	31/12/2003 à périmètre identique	31/12/02	Variation à périmètre constant
France	23 775	22 068	20 205	9%
Etranger		1 080	1 090	-1%
<b>Total</b>	<b>23 775</b>	<b>23 148</b>	<b>21 295</b>	<b>8,7%</b>

en K€

Chiffre d'affaires	31/12/03	31/12/02
Phone Marketing	15 129	15 881
Phone Méditerranée	510	852
Phone Rhône Alpes	2 186	1 530
Manetoo	120	94
Broad Interactive (6 mois)	279	0
<b>Activité Centre d'appel</b>	<b>18 224</b>	<b>18 357</b>
Trade Force	2 281	959
High Touch	2 923	1 981
Strategy Club (3 mois)	344	
The Marketing Group	3	
<b>Activité Marketing services</b>	<b>5 551</b>	<b>2 940</b>
<b>Total</b>	<b>23 775</b>	<b>21 297</b>

### NOTE V-2-2 CHARGES D'EXPLOITATION

en K€

<b>Achats et charges externes</b>	<b>31/12/03</b>	<b>31/12/02</b>
Loyers et charges	499	367
Fabrication Trade Force	1 980	660
Etude, prestation, impression	630	472
Maintenance et entretien	288	235
Intérim	221	311
Honoraires	556	384
Publicité	354	145
Télécommunication	1 131	947
Affranchissement	428	404
Autres	2 632	2 193
<b>Total</b>	<b>8 719</b>	<b>6 117</b>

en K€

<b>Charges de personnel</b>	<b>31/12/03</b>	<b>31/12/02</b>
Salaires et traitements	9 089	8 047
Charges sociales	4 016	3 388
Participation des salariés	0	306
<b>Total</b>	<b>13 105</b>	<b>11 741</b>

### NOTE V-2-3 ÉLÉMENTS FINANCIERS

en K€

<b>Résultat financier</b>	<b>31/12/03</b>	<b>31/12/02</b>
<b>Produits financiers</b>	<b>38</b>	<b>19</b>
Dont revenu financier	22	12
<b>Charges financières</b>	<b>311</b>	<b>282</b>
Intérêts des emprunts et des découverts	88	101
Intérêts sur affacturage	139	99
Retraitement du C Bail	70	82
Autres	14	
<b>Résultat financier</b>	<b>(273)</b>	<b>(263)</b>

#### **NOTE V-2-4 ÉLÉMENTS EXCEPTIONNELS**

en K€

<b>Résultat exceptionnel</b>	<b>31/12/03</b>	<b>31/12/02</b>
<b>Produits exceptionnels</b>	<b>528</b>	<b>179</b>
Produits cessions d'immobilisations	106	31
Autres produits exceptionnels	20	10
Reprise de provision	284	53
Profit sur exercices antérieurs	118	85
<b>Charges exceptionnelles</b>	<b>693</b>	<b>340</b>
Litiges commerciaux	2	
Litiges sociaux	113	81
Autres charges exceptionnelles	112	70
Cessions d'immobilisations	157	53
Dotation provision	309	136
<b>Résultat exceptionnel</b>	<b>(165)</b>	<b>(162)</b>

#### **NOTE V-2-5 IMPOTS DIFFERES**

Les impôts différés reflètent les différences dans le temps entre les charges retenues pour l'établissement des comptes consolidés et celles déductibles pour le calcul de l'impôt sur les bénéfices des sociétés.

Les impôts différés sont calculés au taux d'impôts en vigueur au 31 décembre 2003 et selon la méthode du report variable. Ce poste est composé des charges d'impôts de chacune des sociétés intégrées globalement ainsi que la charge d'impôt issue des retraitements effectués.

en K€

	<b>31/12/03</b>	<b>31/12/02</b>
Impôt exigible	(135)	534
Impôt différé	(72)	5
<b>Charge d'impôt consolidé</b>	<b>(207)</b>	<b>539</b>
Résultat avant impôt	(527)	1 486
Impôt théorique	(181)	510
Différences permanentes	(26)	29
<b>Charges nettes d'impôts</b>	<b>(207)</b>	<b>539</b>

Le taux d'impôt théorique utilisé est de 34.33% en 2003, comme en 2002.

#### **NOTE VI ÉLÉMENTS D'ANNEXE DIVERS**

##### **NOTE VI-1 REMUNERATION DES ORGANES DE DIRECTION**

Le montant des rémunérations allouées en 2003 aux membres des organes de direction des sociétés à raison de leurs fonctions au sein des sociétés du groupe se présente ainsi, pour un total de 410 663 €.

- Marc GLADYSZ (PDG des sociétés PHONE MARKETING SA, MANETOO SA et Broad Interactive SA, gérant des SARL PHONE MARKETING RHONE-ALPES et MEDITERRANEE, administrateur des sociétés HIGH TOUCH ET TRADE FORCE, PRESIDENT DE LA SAS THE MARKETING GROUP).
- Emilie LEVY (administrateur de PHONE MARKETING SA, MANETOO SA, ET BROAD INTERACTIVE SA).
- Jacques WILLEMS (administrateur et directeur général délégués de PHONE MARKETING SA, administrateur de Broad Interactive SA, Manetoo SA, High Touch SA, PDG de la SA Trade Force et président de Strategy Club SAS).
- Nathalie HERIOT (administrateur et directeur général délégués de PHONE MARKETING SA, PDG de la High Touch SA, administrateur de Trade Force SA et gérant de la SCI Névi).

#### **NOTE VI-2 EFFECTIF MOYEN**

L'effectif moyen s'élève à 426 salariés (70 cadres et 356 non cadres) en 2003 contre 456 en 2002 (61 cadres et 395 non cadres).

#### **NOTE VI-3 INFORMATION SUR LES SCI PATRIMONIALES**

La SCI BORELY est propriétaire des locaux de l'agence de PHONE MARKETING MEDITERRANEE. Cette SCI est détenue à 100 % par le dirigeant de PHONE MARKETING. Conformément aux dispositions du bail, le loyer annuel s'élève à 27 k€.

La SCI NEVI est propriétaire des locaux à usage de bureau utilisés par la société High Touch. Le loyer annuel déduit par cette dernière est de 81 k€.

#### **NOTE VI-4 EXPOSITION AU RISQUE DE CHANGE, DE TAUX ET DE MARCHE**

Le groupe opérant exclusivement dans la zone « Euro » n'est pas exposé au risque de change. L'exposition au risque de taux est limitée à la gestion de la trésorerie et à l'endettement à long terme affecté au financement des actifs d'exploitation.

Le groupe n'utilise pas de produits dérivés dans la gestion de sa trésorerie.

#### **NOTE VI-5 ENGAGEMENTS ET DETTES GARANTIES**

##### ***Nantissement sur fonds de commerce***

La société Phone Marketing SA a contracté :

- le 20 avril 2000, un emprunt auprès du CREDIT D'EQUIPEMENT DES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES (C.E.P.M.E.) d'un montant de 500.000 Francs (76.224,51 €uros), sur une durée de 4 ans, aux fins du financement de l'apport en compte courant de la société PHONE MARKETING à la société PHONE MARKETING RHONE ALPES, pour lequel le fonds de commerce de la société PHONE MARKETING a été affecté à titre de nantissement, en 1er rang en concurrence avec la banque HERVET.

- le 4 mai 2000, un emprunt auprès de la BANQUE HERVET d'un montant de 500.000 Francs (76.224,51 €uros) sur une durée de 4 ans aux fins du financement de l'apport en comptes courants de la société PHONE MARKETING à la société PHONE MARKETING RHONE ALPES, pour lequel le fonds de commerce de la société PHONE MARKETING a été affecté à titre de nantissement en 1er rang.

- le 18 juin 2002, un emprunt auprès de la BANQUE HERVET d'un montant de 126 500 €uros sur une durée de 3 ans aux fins du financement des agencements des locaux d'exploitation de la société Phone Marketing SA, pour lequel le fonds de commerce de la société PHONE MARKETING a été nanti.

- le 9 septembre 2002, un emprunt auprès du CREDIT D'EQUIPEMENT DES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES (C.E.P.M.E.) d'un montant de 265.000 €uros, sur une durée de 3 ans, aux fins du financement de travaux d'aménagement dans les locaux sis 113 rue Victor Hugo – 92300 LEVALLOIS PERRET, pour lequel le fonds de commerce de la société PHONE MARKETING a été affecté à titre de nantissement en 3ème rang, en concurrence avec la Banque HERVET pour garantie de son prêt de 115.000 €uros en principal, derrière le C.E.P.M.E. et la BANQUE HERVET inscrites chacune pour 500.000 Francs (76.224,51 €uros).

##### ***Nantissement d'actifs monétaires***

La société Phone Marketing SA a contracté :

- en garantie de la convention de trésorerie de 1997 conclue avec ses filiales Phone Marketing Méditerranée et Phone Marketing Rhône Alpes, la société Phone Marketing a affecté en nantissement au profit de la Société Générale, 38 Sicav Trésorerie Première et 4 Sicav Sogévalor.

- le 26 juin 2002, un emprunt auprès de la SOCIETE GENERALE d'un montant de 72.900 €uros, sur une durée de 5 ans, pour lequel 250 parts de la société TRADE FORCE ont été affectés à titre de nantissement.

- le 26 juin 2002, un emprunt auprès de la SOCIETE GENERALE d'un montant de 170.100 €uros, sur une durée de 5 ans, pour lequel 250 parts de la société TRADE FORCE ont été affectés à titre de nantissement.

- le 26 juin 2002, un emprunt auprès de la SOCIETE GENERALE d'un montant de 274.400 €uros, sur une durée de 5 ans, pour lequel 500 actions de la société PLUME DIRECT (nouvellement dénommée HIGH TOUCH) ont été affectés à titre de nantissement.

- le 26 juin 2002, un emprunt auprès de la SOCIETE GENERALE d'un montant de 117.600 €uros, sur une durée de cinq ans, pour lequel 500 actions de la société PLUME DIRECT (nouvellement dénommée HIGH TOUCH) ont été affectés à titre de nantissement.

**NOTE VII VARIATION DE LA SITUATION NETTE AU 31/12/2003**

**VARIATION DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDES**

En K€	A nouveau	Affectation du résultat	Augmentation de capital	Distribution de dividendes	Résultat consolidé 12/2003	31/12/03
Capital	553		6			560
Réserves	2 471		284	-133		2 623
Réserves consolidées	1 604	885				2 489
Ecart de conversion						0
Résultat de l'exercice	885	-885			-445	-445
						0
<b>Totaux part Groupe</b>	<b>5 514</b>	<b>0</b>	<b>291</b>	<b>-133</b>	<b>-445</b>	<b>5 226</b>
Capital et Réserves	4	1				5
Résultat de l'exercice	1	-1			-1	-1
<b>Totaux part Hors Groupe</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-1</b>	<b>3</b>
<b>Totaux</b>	<b>5 519</b>	<b>0</b>	<b>291</b>	<b>-133</b>	<b>-447</b>	<b>5 230</b>

L'augmentation de capital de 291 k€ se décompose principalement de la façon suivante :

- Augmentation de capital de 76 K€ décidé par l'AGM du 30/06/2003 : émission de 7 793 actions nouvelles d'une valeur nominale de 0,25 €uros avec une prime d'apport de 9,75 €uros par action.
- Augmentation de capital de 208 K€ décidé par l'AGM du 30/09/2003 : émission de 17 718 actions nouvelles d'une valeur nominale de 0,25 €uros avec une prime d'apport de 11,75 €uros par action

**NOTE VIII COMPTE DE RESULTAT PRO FORMA**

en K€	31/12/02 Périmètre 2002	31/12/03 Périmètre 2002	Acquisition 2003	31/12/03
Chiffre d'affaires	21 297	23 148	626	23 775
Résultat d'exploitation	1 910	54	(143)	(88)
Résultat financier	(263)	(268)	(5)	(273)
Résultat courant av impôts	1 648	(214)	(148)	(362)
Résultat exceptionnel	(162)	(140)	(25)	(165)
Impôts & impôts différés	(540)	79	128	207
Amortissements écarts d'acquisitions	(61)	(115)	(12)	(127)
Résultat consolidé	885	(390)	(57)	(447)

**NOTE IX TABLEAU CONSOLIDE DES FLUX**

(En milliers d'€uros)

**Flux de trésorerie liés à l'activité**

Résultat net des sociétés intégrées	(447)
<i>Elimination des charges et produits sans incidence sur la trésorerie ou non liés à l'activité :</i>	
- Amortissements et provisions	1 502
- Variation des impôts différés	(103)
- Plus-values de cession, nettes d'impôt	52
- Quote-part dans le résultat des sociétés mises en équivalence	
- Retraitement consolidation	(141)
<b>Marge brute d'autofinancement des sociétés intégrées</b>	<b>863</b>
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	0
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité (2)	(704)
<b>Flux net de trésorerie généré par l'activité</b>	<b>159</b>

**Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement**

Acquisition d'immobilisations incorporelles, corporelles et financières	(357)
Cession d'immobilisations, nettes d'impôt	106
Incidence des variations de périmètre	(563)
<b>Flux net de trésorerie lié aux opérations d'investissement</b>	<b>(814)</b>

**Flux de trésorerie liés aux opérations de financement**

Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(133)
<i>Incidence des variations de périmètre :</i>	
Augmentations de capital en numéraire	291
Emissions d'emprunts	1 153
Remboursements d'emprunts	(1715)
<b>Flux net de trésorerie lié aux opérations de financement</b>	<b>(404)</b>

**Variation de trésorerie** (1 059)

Trésorerie d'ouverture	2 891
Trésorerie de clôture	1 832
<b>Variation de trésorerie</b>	<b>(1 059)</b>

(2) Détail du calcul de la variation du BFR d'exploitation et hors exploitation

<b>TABLEAU D'ANALYSE FINANCIERE</b>	<b>31-déc.-03</b>	<b>31-déc.-02</b>	<b>Variation nette</b>
Fournisseurs	2 656	2 042	614
Autres dettes Exploitation	4 180	4 725	-545
<b>Total dettes exploitation</b>	<b>6 836</b>	<b>6 767</b>	<b>69</b>
Stocks et en cours	128	16	112
Clients et comptes rattachés	5 537	5 461	76
Autres valeurs d'exploitation	2 423	2 216	207
<b>Total créances exploitation</b>	<b>8 088</b>	<b>7 693</b>	<b>395</b>
<b>Fonds de roulement Exploitation</b>	<b>1 252</b>	<b>925</b>	<b>327</b>
Impôts différés passif	36	2	34
Autres créditeurs	10	285	-275
<b>Dettes hors exploitation</b>	<b>46</b>	<b>287</b>	<b>-241</b>
Impôts différés actif	209	72	137
Autres débiteurs		0	0
<b>Créances hors exploitation</b>	<b>209</b>	<b>72</b>	<b>137</b>
<b>F d R hors exploitation</b>	<b>163</b>	<b>-215</b>	<b>378</b>
<b>Besoin en fonds de roulement</b>	<b>1 415</b>	<b>711</b>	<b>704</b>

### 20.1.2.3. Annexes au comptes relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2004

## 1. EVENEMENTS IMPORTANTS SURVENUS AU COURS DE L'EXERCICE

### 1.1. Vérifications de Comptabilité

La société PHONE MARKETING SA a fait l'objet d'une vérification de comptabilité par la Direction Générale des Impôts concernant l'année 2002 et a constitué à ce titre une provision pour risque exceptionnel d'un montant de 52 K€.

Par ailleurs, la société Broad Interactive a fait l'objet d'une vérification de comptabilité du 5 février 2004 au 21 juillet 2004, ce contrôle a concerné la période du 1<sup>er</sup> janvier 2001 au 31 décembre 2002 et s'est notamment traduit par une rectification des déficits des années 1999, 2000 et 2001, avec un rehaussement de 186 933 € sur 1999 et 536 224 € sur 2000 et 2001, années où la société faisait partie d'un périmètre d'intégration fiscale. Elle ne pouvait donc continuer à reporter ces déficits sur sa liasse fiscale après la sortie de groupe. Au 31 décembre 2003, le total des déficits à reporter est donc de 627 724 € plus 45 149 € d'amortissements réputés différés.

### 1.2. Acquisition de matériels d'exploitation

L'arrivée à terme sur l'exercice de contrats de location financière conclus avec la société SPIE COMMUNICATION a permis, suite à un accord commercial, de constater le transfert de propriété au profit de PHONE MARKETING de biens ayant été pris en location sur les années antérieures.

Conformément aux principes et méthodes comptables du groupe, la valeur retraitée initialement en consolidation a été maintenue dans les comptes consolidés. Corrélativement, les produits exceptionnels relatifs au transfert de propriété comptabilisés sur l'exercice ont été annulés (34 K€).

## 2. EVENEMENTS POSTERIEURS A LA CLOTURE

### 2.1. Convention d'intégration fiscale

Sur l'exercice 2004, il a été décidé de placer pour une durée de 5 exercices à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2005 sous le régime fiscal de l'intégration en optant pour le régime de groupe avec les sociétés suivantes dont la société Phone Marketing SA détient, conformément aux dispositions de l'article 223 A du Code Général des Impôts, 95 % au moins du capital social :

- la société MANETOO, société anonyme au capital de 158 546,98 €, dont le siège social est 113, rue Victor Hugo 92300 Levallois Perret, immatriculée au Registre du commerce et des sociétés de Nanterre, sous le numéro B 429 429 541 ;
- la société HIGH TOUCH, société anonyme au capital de 160 000 €, dont le siège social est 113, rue Victor Hugo 92300 Levallois Perret, immatriculée au Registre du commerce et des sociétés de Nanterre, sous le numéro B 381 794 684 ;
- la société TRADE FORCE, société anonyme au capital de 38 200 €, dont le siège social est 113, rue Victor Hugo 92300 Levallois Perret, immatriculée au Registre du commerce et des sociétés de Nanterre, sous le numéro B 413 140 104 ;
- la société STRATEGY CLUB, société par actions simplifiées au capital de 66 600 €, dont le siège social est 113, rue Victor Hugo 92300 Levallois Perret, immatriculée au Registre du commerce et des sociétés de Nanterre, sous le numéro B 394 251 722 ;
- la société BROADINTERACTIVE, société anonyme au capital de 1 098 060,61 €, dont le siège social est 113, rue Victor Hugo 92300 Levallois Perret, immatriculée au Registre du commerce et des sociétés de Nanterre, sous le numéro B 389 101 346 ;
- la société THE MARKETING GROUP, société par actions simplifiées au capital de 38 500 €, dont le siège social est 113, rue Victor Hugo 92300 Levallois Perret, immatriculée au Registre du commerce et des sociétés de Nanterre, sous le numéro B 449 081 058.
- la société PHONE MARKETING RHÔNE-ALPES, société unipersonnelle à responsabilité limitée au capital de 68 602,06 €, dont le siège social est 10 rue des Emeraudes 69006 Lyon, immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de Lyon sous le numéro B 325 268 118.
- la société PHONE MARKETING MEDITERRANEE, société unipersonnelle à responsabilité limitée au capital de 19 818,37 €, dont le siège social est 40, avenue de Hambourg 13008 Marseille, immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés de Marseille sous le numéro B 325 612 950.

### 2.2. Extension de l'objet social de la filiale STRATEGY CLUB

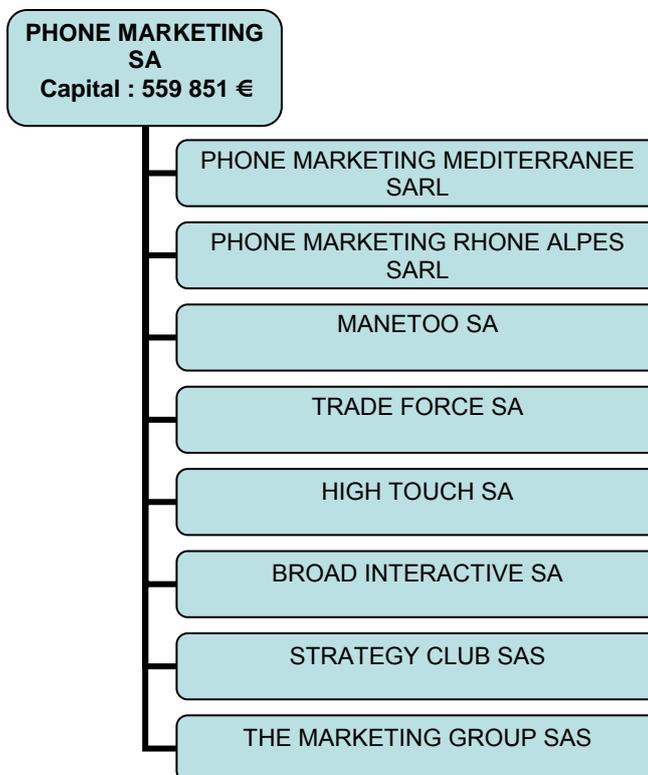
Le 28 février 2005, sur convocation du président de la société, la société PHONE MARKETING, associée unique de la société STRATEGY CLUB, a décidé d'étendre l'objet social de cette dernière.

Dorénavant, la société STRATEGY CLUB a pour objet :

- le conseil en marketing et communication ;
- la distribution ou la vente de produits et services liés à l'activité ;
- la prise de participations dans toute entreprise, française ou étrangère ;
- la conception, la gestion, l'organisation, l'animation et la commercialisation de tous spectacles et/ou évènements artistiques ;
- l'organisation de séminaires, conventions, et plus généralement toutes manifestations commerciales, artistiques, éducatives ;
- et plus généralement, toutes opérations de vente, de distribution et de fourniture de produits ou services liés aux activités visées ci-dessus, notamment toutes opérations commerciales, financières, industrielles, civiles, mobilières et immobilières se rattachant directement ou indirectement à l'un ou l'autre de ces objets et à tous autres objets similaires et connexes de nature à favoriser directement ou indirectement le but poursuivi par la Société, son extension ou son développement.

### 3. PERIMETRE DE CONSOLIDATION

#### 3.1. Organigramme du groupe



### 3.2. Liste des sociétés incluses dans le périmètre de consolidation

	% Contrôle	% Intérêts	Méthode retenue	Siège		N° SIREN
<u>Phone Marketing SA</u>	100,00%	100,00%	Intégration globale	113 rue Victor Hugo	92300 Levallois Perret	353 944 093
<u>Manetoo SA</u>	99,94%	99,94%	Intégration globale	113 rue Victor Hugo	92300 Levallois Perret	429 429 541
<u>Phone Marketing Méditerranée SARL</u>	100,00%	100,00%	Intégration globale	40 avenue de Hambourg	13008 Marseille	325 612 950
<u>Phone Marketing Rhône Alpes SARL</u>	100,00%	100,00%	Intégration globale	10 rue des Emeraudes	69006 Lyon	325 268 118
<u>High Touch SA</u>	99,40%	99,40%	Intégration globale	113 rue Victor Hugo	92300 Levallois Perret	381 794 684
<u>Trade Force SA</u>	99,82%	99,82%	Intégration globale	113 rue Victor Hugo	92300 Levallois Perret	413 140 104
<u>Broad Interactive SA</u>	99,99%	99,99%	Intégration globale	113 rue Victor Hugo	92300 Levallois Perret	389 101 346
<u>Strategy Club SAS</u>	100,00%	100,00%	Intégration globale	113 rue Victor Hugo	92300 Levallois Perret	394 251 722
<u>The Marketing Group SAS</u>	99,90%	99,90%	Intégration globale	113 rue Victor Hugo	92300 Levallois Perret	449 081 058

### 3.3. Exclusion du périmètre au 31 décembre 2004

Sont exclues du périmètre :

- les sociétés ne représentant pas un caractère significatif par rapport aux comptes consolidés.
- les sociétés détenues uniquement en vue d'une cession ultérieure.
- les sociétés dont le contrôle ou l'influence comporte des restrictions sévères et durables.
- les sociétés dont les possibilités de transfert de trésorerie comporte des restrictions sévères et durables.

### 3.4. Variation du périmètre durant l'exercice

- Néant

## 4. REFERENTIEL COMPTABLE ET MODALITES DE CONSOLIDATION

### 4.1. Référentiel comptable

Les comptes consolidés ont été établis selon les principes établis par la Loi n° 85-11 du 3 janvier 1985 et son décret d'application n° 86-221 du 17 février 1986 et le règlement CRC n°99-02 homologué par l'arrêté du 22 juin 1999.

Les comptes sont exprimés en milliers d'euros.

Les éléments inscrits en comptabilité sont évalués aux coûts historiques.

### 4.2. Méthodes de consolidation

Les comptes annuels des entreprises placées sous le contrôle exclusif de la société consolidante sont consolidés par intégration globale.

Le contrôle exclusif par une société résulte :

- soit de la détention directe ou indirecte de la majorité des droits de vote dans une autre entreprise :
- soit du droit d'exercer une influence dominante sur une entreprise en vertu d'un contrat ou de clauses statutaires.

Dans l'intégration globale, le bilan consolidé reprend les éléments du patrimoine de la société consolidante, à l'exception des titres des sociétés consolidées à la valeur comptable desquels est substitué l'ensemble des éléments actifs et passifs constitutifs des capitaux propres de ces sociétés déterminés selon les règles de consolidation.

#### **4.3. Traitement des écarts d'acquisition**

L'écart d'acquisition est la différence constatée lors de l'entrée d'une entreprise dans le périmètre de consolidation, entre le coût d'acquisition de ses titres et l'évaluation totale des actifs et des passifs identifiés à la date d'acquisition.

Les actifs et passifs identifiables sont ceux qui apparaissent après que les retraitements nécessaires aient été effectués conformément aux règles d'évaluation utilisées pour l'ensemble consolidé.

Lorsque la prise de participation s'est opérée par voie d'achats successifs de titres, l'entreprise n'entre dans le périmètre de consolidation que lors de la prise de contrôle effectif ; les actifs et passifs sont identifiés et évalués à la date de prise de contrôle.

L'écart d'acquisition constaté, à l'occasion de la prise de participation, est affecté aux postes du bilan consolidé :

La part positive, non affectée, est inscrite au compte « écart d'acquisition » à l'actif du bilan et amortie, prorata temporis, linéairement sur une durée en rapport avec la nature de l'écart constaté.

La partie négative est inscrite au compte « écart négatif » au passif du bilan et rapportée de façon linéaire au résultat sur une durée en rapport avec la nature de l'écart constaté.

#### **4.4 Date de clôture**

La date de clôture de la société consolidante et de l'ensemble des entités membres du groupe est fixée au 31 décembre 2004.

#### **4.5. Durée de l'exercice**

L'exercice social couvre une période de 12 mois en 2004 pour l'ensemble des sociétés entrant dans le périmètre de consolidation, à l'exception de la société The Marketing Group dont le premier exercice social a une durée exceptionnelle de 18 mois. Le compte de résultat consolidé ne prend en compte pour cette société que les 12 derniers mois d'activité.

Sur 2003, l'exercice social couvre une période de 12 mois pour l'ensemble des sociétés entrant dans le périmètre de consolidation, à l'exception des sociétés entrées dans le périmètre de consolidation en 2003 :

- L'acquisition de Broad Interactive s'est faite au définitivement au 1<sup>er</sup> juillet 2003. Le compte de résultat consolidé 2003 ne prend en compte que les six derniers mois de l'année,
- L'acquisition de Strategy Club a été réalisée au 1<sup>er</sup> octobre 2003. Le compte de résultat consolidé 2003 ne prend en compte que les trois derniers mois de l'année 2003,
- La création de The Marketing Group a été effective au 30 juin 2003. Le compte de résultat consolidé 2003 ne prend en compte que les six premiers d'activité.

Compte tenu du caractère non significatif de l'activité sur ces trois sociétés (7,16 % du chiffre d'affaires consolidé au 31 décembre 2004), il n'a pas été établi de comptes proforma au 31 décembre 2003.

## **5. PRINCIPES COMPTABLES ET METHODES D'EVALUATION**

### **5.1. Ecarts d'acquisition**

Les écarts d'acquisition font l'objet d'une évaluation lors de leur inscription à l'actif en fonction d'une analyse des flux de trésorerie prévisionnels actualisés des activités correspondant à ces actifs. Les flux de trésorerie résultent d'une estimation de la direction, sur la base des tendances observées par le passé et des projections qui peuvent être raisonnablement faites sur le futur, compte tenu des fortes incertitudes inhérentes à ce genre d'exercice. En tout état de cause, la société applique un principe de prudence.

Lors de chaque arrêté, les données ayant présidé à cette évaluation sont mises à jour et la valeur réévaluée est comparée au montant de l'actif. En cas de baisse durable de valeur, une provision pour dépréciation est constatée.

### **Immobilisations incorporelles et corporelles**

La valeur brute des immobilisations incorporelles et corporelles correspond à la valeur d'entrée dans le patrimoine, compte tenu des frais accessoires nécessaires à leur mise en état d'utilisation.

Les amortissements sont calculés sur la durée normale de vie des biens en mode linéaire ou dégressif par application de taux homogènes :

<b>Nature</b>	<b>Durée</b>
Immobilisations incorporelles	1 à 5 ans
Matériel – Outil	4 à 10 ans
Aménagements Agencements	5 à 10 ans
Matériel de bureau et informatique	3 à 10 ans
Mobilier de bureau	5 à 10 ans

### **5.2. Immobilisations financières**

Les titres de participation non consolidées figurent au bilan à leur prix de revient. Les titres dont la valeur d'utilité est inférieure au coût d'acquisition font l'objet d'une provision pour dépréciation.

### **5.3. Produits d'exploitation**

Les contrats conclus par les sociétés correspondent soit à des opérations ponctuelles, soit à des contrats récurrents d'une durée plus longue et reconductibles par tacite reconduction.

Dans la plupart des cas, la facturation des contrats s'effectue avec un forfait minimum mensuel complété des réalisations du mois en fonction du temps passé ou des performances réalisées au vu des objectifs contractuels fixés. Seule cette partie variable fait l'objet d'une appréciation à chaque fin de mois. Les outils techniques utilisés en interne pour la gestion de la production permettent d'identifier immédiatement les réalisations du mois avec une grande précision.

Les prestations terminées et non encore facturées à la date de clôture de l'exercice, font l'objet d'une comptabilisation en « facture à établir » et le montant correspondant figure dans le poste client.

La part non acquise des prestations de maintenance sur logiciel est appréhendée en fonction de la période couverte par le contrat et figure dans le poste « produits constatés d'avance ».

### **5.4. Indemnités de départ à la retraite**

Les engagements en matière d'indemnité de départ à la retraite sont conformes aux obligations légales et réglementaires en la matière en France et découlent de l'application du code du Travail et de la convention collective applicable dans chaque établissement de l'entreprise.

Les engagements des sociétés en matière de retraite et d'indemnité de départ à la retraite, sont déterminés en appliquant une méthode tenant compte des salaires projetés de fin de carrière, du taux de rotation du personnel, de l'espérance de vie et d'hypothèses actuarielles.

Les paramètres de calcul prennent en compte un départ en retraite à 65 ans, un taux d'actualisation de 3,50 % et un taux de rotation dégressif par tranche d'âge.

### **5.5. Crédit-bail et locations financières**

Les contrats de location de longue durée qui s'apparentent à un financement sont traduits dans les comptes consolidés par la comptabilisation d'un actif et d'un passif. Ces montants sont égaux au début du bail, soit à la valeur vénale du bien loué après déduction des subventions et des avantages fiscaux, soit, si elle est inférieure, à la valeur actualisée des paiements minimaux exigibles en vertu du contrat. Le calcul de la valeur actualisée des paiements minimaux se fait en utilisant le taux d'intérêt implicite du contrat.

Le montant porté dans les charges de chaque période comptable comprend alors à la fois l'amortissement du bien loué et la charge financière.

### **5.6. Créances et dettes**

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

En particulier, pour l'appréciation de la valeur d'inventaire des postes clients, les soldes dus à la clôture font l'objet d'un examen individuel et les provisions nécessaires sont constatées s'il apparaît un risque de recouvrement.

### 5.7. Titres de placement

Les titres de placement figurant à l'actif font l'objet d'une comptabilisation à leur valeur historique d'acquisition. A chaque arrêté, la valeur d'inventaire est comparée à la valeur de marché des titres s'il en existe une. Une provision pour dépréciation est constituée en cas de perte de valeur de ces titres.

### 5.8. Affacturage

Les contrats d'affacturage des créances clients sont enregistrés par la société conformément aux dispositions juridiques de ces contrats. Les créances clients font l'objet d'une cession à la société d'affacturage à leur valeur nominale.

La trésorerie reçue en contrepartie de cette cession est versée sur les comptes bancaires de la société.

Les retenues de garanties prévues contractuellement par les organismes d'affacturage figurent parmi les autres créances.

### 5.9. Stocks et travaux en cours

Les stocks sont évalués suivant les méthodes :

- PMP (Prix Moyen Pondéré) pour les matières premières et les marchandises
- Prix de revient pour les travaux en-cours et les produits finis

Les profits sur stocks provenant de cessions entre société du groupe font l'objet d'un retraitement.

### 5.10. Impôts différés

La charge d'impôt comprend l'impôt exigible et l'impôt différé de l'exercice des différentes sociétés intégrées.

Un impôt différé est comptabilisé :

- sur les différences temporaires entre le résultat comptable et le résultat fiscal.
- sur les retraitements et éliminations ayant une incidence sur les réserves, il est calculé selon la méthode du report variable
- les déficits fiscaux sur les sociétés de groupe ont été activés compte tenu de la forte probabilité de les imputer sur les résultats bénéficiaires futurs.

En France, la contribution temporaire prévue à l'article 235 Ter ZA du Code Général des Impôts a été prise en compte pour le calcul des impositions différées pour l'exercice 2004 au taux de 3 %.

Conformément au règlement 99-02 du 29 avril 1999 relatif aux comptes consolidés, les actifs et passifs d'impôts différés sont compensés lorsqu'ils concernent une même entité fiscale. Les passifs d'impôts différés sont présentés dans une subdivision du poste « provision pour risques et charges ». Les actifs d'impôts différés sont présentés dans un compte de régularisation actif du bilan.

## 6. NOTES SUR LE BILAN

### 6.1. Ecart d'acquisition

*Mouvements de l'exercice*

(en milliers d'€uros)	Valeurs brutes en début d'exercice	Acquisitions/ Cessions	Corrections	Valeurs brutes en fin d'exercice
Manetoo	148			148
Trade Force	801			801
Plume Direct	1 345			1 345
Broad Interactive	261		(49)	212
Strategy Club	428			428
<b>Total</b>	<b>2 983</b>	<b>0</b>	<b>(49)</b>	<b>2 934</b>

Suite à la vérification de comptabilité terminée courant 2004 sur la société BROAD INTERACTIVE, les impôts différés de cette société constatés lors de l'acquisition ont été réajustés afin de prendre en compte les nouvelles informations disponibles. Par ailleurs, l'utilisation effective des déficits confirmés a conduit à la constatation d'impôts différés supplémentaires pour 49 K€ ayant été inclus initialement dans l'écart d'acquisition.

*Amortissement - Mouvements de l'exercice*

(en milliers d'€uros)	Début d'exercice	Dotations/ Reprises	Corrections	Fin d'exercice
Manetoo	20	7		27
Trade Force	61	40		101
Plume Direct	101	68		169
Broad Interactive	6	11	(1)	16
Strategy Club	5	21		26
<b>Total</b>	<b>193</b>	<b>147</b>	<b>(1)</b>	<b>339</b>

Les écarts d'acquisition constatés lors de l'entrée dans le périmètre de consolidation de la filiales font l'objet d'un amortissement sur une durée de 20 ans.

### 6.2. Immobilisations incorporelles

Le poste « logiciels » comprend essentiellement des logiciels acquis pour la gestion administrative et de la production.

*Mouvements de l'exercice*

(en milliers d'€uros)	Valeurs brutes en début d'exercice	Variation de périmètre	Acquisitions	Cessions	Valeurs brutes en fin d'exercice
Concession brevet licence	358		67	107	318
Autres immobilisations incorporelles	21				21
Frais d'introduction en bourse	486				486
<b>Total</b>	<b>866</b>	<b>0</b>	<b>67</b>	<b>107</b>	<b>825</b>

*Amortissements – mouvements de l'exercice*

(en milliers d'€uros)	Début d'exercice	Variation de périmètre	Dotations	Reprises	Fin d'exercice
Concession brevet licence	266		57	106	217
Autres immobilisations incorporelles	7		4		11
Frais d'introduction en bourse	486				486
<b>Total</b>	<b>759</b>	<b>0</b>	<b>61</b>	<b>106</b>	<b>714</b>

Les cessions constatées sont principalement constituées de mises au rebut.

### 6.3. Immobilisations corporelles

*Mouvements de l'exercice*

(en milliers d'€uros)	Valeurs brutes en début d'exercice	Variation de périmètre	Acquisitions	Cessions	Valeurs brutes en fin d'exercice
Matériel et outillage	2		0	0	2
Installations générales	1 144		111	20	1 235
Matériels de bureau et informatique	3 333		828	97	4 064
<i>Dont crédit bail</i>	<i>2 608</i>		<i>717</i>		<i>3 325</i>
Autres immobilisations corporelles	298			22	276
<b>Total</b>	<b>4 777</b>	<b>0</b>	<b>939</b>	<b>139</b>	<b>5 576</b>

Les immobilisations corporelles sont essentiellement constituées des agencements et du matériel des divers centres d'appels et des locaux d'exploitation.

Les sorties sont principalement constituées de mises au rebut.

*Amortissements – mouvements de l'exercice*

(en milliers d'€uros)	Début d'exercice	Variation de périmètre	Dotations	Reprises	Fin d'exercice
Matériel et outillage	2				2
Installations générales	548		152	16	684
Matériels de bureau et informatique	2 068		655	61	2 662
<i>Dont crédit bail</i>	1 501		463		1 964
Autres immobilisations corporelles	98			22	76
<b>Total</b>	<b>2 716</b>	<b>0</b>	<b>807</b>	<b>99</b>	<b>3 424</b>

#### 6.4. Immobilisations financières

*Mouvements de l'exercice*

(en milliers d'€uros)	Valeur en début d'exercice	Variation de périmètre	Augmentations	Diminutions	Valeur brute en fin d'exercice
Autres immobilisations financières	204		94	32	266
Titres de participations non consolidés	7				7
- provisions	(8)				(8)
<b>Total</b>	<b>203</b>	<b>0</b>	<b>94</b>	<b>33</b>	<b>265</b>

Les autres immobilisations financières sont essentiellement constituées de dépôts et cautionnements versés à titre de dépôt de garantie aux bailleurs des différents sites d'exploitation.

#### 6.5. Détails des clients et comptes rattachés

(en milliers d'€uros)	31/12/2004	31/12/2003
Clients	3 953	5 175
Clients douteux	197	170
Clients factures à établir	41	192
Provision	(168)	(145)
<b>Clients et comptes rattachés</b>	<b>4 023</b>	<b>5 392</b>

Les clients sont principalement composés de créances clients grands comptes.

La ventilation des créances clients par nature de clientèle se présente ainsi :

(en milliers d'€uros)	Montant	%
Grands comptes	2 965	75
Etat et entreprises publiques	909	23
Autres clients	79	2
<b>TOTAL</b>	<b>3 953</b>	<b>100</b>

### 6.6. Détail des autres créances

(en milliers d'€uros)	31/12/2004	31/12/2003
<b>Impôts différés</b>	<b>286</b>	<b>209</b>
Etat IS et TVA	1 036	1 520
SOFIREC	935	237
Fournisseurs débiteurs	41	13
Divers	13	39
Personnel et organismes sociaux	133	42
FIMACOM		73
FdG HERVET	91	130
Produits à recevoir	2	17
RRR à recevoir		41
Provision	(10)	(12)
<b>Autres créances</b>	<b>2 527</b>	<b>2 309</b>

### 6.7. Valeurs mobilières de placement, trésorerie

La gestion de la trésorerie de la société PHONE MARKETING est faite dans une optique de prudence auprès d'organismes de placement collectifs en valeurs mobilières opérant sur le marché monétaire. L'entreprise n'est donc pas exposée aux risques de marché sur le capital placé. Seul le rendement obtenu des excédents de trésorerie placés est exposé au risque de taux.

Dans le cadre d'un moratoire client, PHONE MARKETING SA a reçu en règlement de sa créance des obligations non cotées, qui ont été comptabilisées à leur valeur nominale (11 K€) et entièrement dépréciées, compte tenu de la non-liquidité du marché, de l'absence de valorisation et de l'aléa important sur un remboursement éventuel à l'échéance.

Les liquidités se présentent ainsi :

(en milliers d'€uros)	31/12/2004	Valeur de marché	31/12/2003
OPCVM	890	926	856
Obligations	11		
Actions CISCO	4	2	4
<b>Total VMP</b>	<b>905</b>	<b>928</b>	<b>856</b>
- Provision dépréciation	(13)		(2)
<b>VMP net</b>	<b>892</b>	<b>928</b>	<b>856</b>
Comptes à vue	2 221	2 221	876
Autres comptes à vue (en-cours factor)			143
<b>Total disponibilité</b>	<b>2 221</b>	<b>2 221</b>	<b>1 019</b>

### 6.8. Comptes de régularisation

Détail des charges et produits constatés d'avance

(en milliers d'€uros)	31/12/2004	31/12/2003
<b>Charges constatées d'avance d'exploitation</b>	<b>331</b>	<b>311</b>
<b>Produits constatés d'avance d'exploitation</b>	<b>267</b>	<b>122</b>

Les produits d'avance constatés en 2004 sont relatifs à des prestations facturées en fin d'année 2004 et réalisées sur l'exercice 2005.

Détail des charges et produits à recevoir et des charges à payer inclus dans les postes du bilan

(en milliers d'€uros)	31/12/2004	31/12/2003
<b>Produits à recevoir</b>	<b>43</b>	<b>250</b>
Clients - factures à établir	41	192
Autres créances	2	58
<b>Charges à payer</b>	<b>458</b>	<b>768</b>
Fournisseurs factures non parvenues	403	657
Etats charges à payer	19	53
Autres charges à payer	26	24
Autres dettes	10	34

#### 6.9. Échéance des créances et des dettes

(en milliers d'€uros)	31/12/2004	A moins de 1 an	A plus de 1 an et moins de 5 ans	A plus de 5 ans
<b>Créances</b>	<b>7 342</b>	<b>6 896</b>	<b>185</b>	<b>261</b>
<i>Actifs immobilisés</i>				
Autres immobilisations financières	265	4		261
<i>Actifs circulants</i>	<i>7 077</i>	<i>6 892</i>	<i>185</i>	<i>0</i>
Clients et comptes rattachés	4 191	4 006	185	
Avances et acomptes versés	18	18		
Autres créances	2 537	2 537		
Charges constatées d'avances	331	331		
<b>Dettes</b>	<b>6 674</b>	<b>6 674</b>		
Fournisseurs	1 617	1 617		
Dettes fiscales et sociales	4 500	4 500		
Autres dettes	290	290		
Produit constaté d'avance	267	267		

#### 6.10. Capitaux propres

Les mouvements constatés sur les capitaux propres sont les suivants :

(en milliers d'€uros)	A nouveau	Affectation du résultat	Augmentation de capital	Distribution de dividendes	Résultat consolidé 12/2004	31/12/04
Capital	560		0			560
Réserves	2 623		0	0		2 623
Réserves consolidées	2 489	(445)				2 044
Ecart de conversion	0					0
Résultat de l'exercice	(445)	445			379	379
<b>Totaux part Groupe</b>	<b>5 226</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>379</b>	<b>5 605</b>
Capital et Réserves	4	(1)				3
Résultat de l'exercice	(1)	1			0	0
<b>Totaux part Hors Groupe</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>
<b>Totaux</b>	<b>5 230</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>379</b>	<b>5 608</b>

Les titres composant le capital social de la SA PHONE MARKETING se présentent de la façon suivante, à la clôture de l'exercice social :

	<b>Total</b>
Nombre de titres au début de l'exercice	2 239 407
Titres créés au cours de l'exercice	
Titres remboursés au cours de l'exercice	
Titres rattachés au cours de l'exercice	
Nombre de titres en fin d'exercice	2 239 407
<b>Valeur nominale (en €uros)</b>	<b>0,25</b>
<b>Montant du capital en €uros</b>	<b>559 851,75</b>

#### 6.11. Résultat net par actions

	31/12/2004	31/12/2003	31/12/2002
Nombre d'action à la fin de l'exercice	2 239 407	2 239 407	2 213 896
Nombre moyen d'action	2 239 407	2 223 699	2 021 948
Nombre d'action après dilution	2 291 121	2 294 456	2 263 146
<b>Avant dilution</b>			
Résultat courant par action	0,42	(0,16)	0,88
Résultat net par action	0,17	(0,20)	0,40
<b>Après dilution</b>			
Résultat courant par action	0,41	(0,16)	0,88
Résultat net par action	0,17	(0,20)	0,40

Au 31 décembre 2004, il existait 51 714 options de souscription d'actions.

#### 6.12. Détail des provisions pour risques et charges

(en milliers d'€uros)	A nouveau	Variation de périmètre	Dotation	Reprise	Solde
Provision pour risques	209		79	81	207
Litige prud'homme	158		223	79	302
Provision pour charges	18			18	0
Provision retraite	152		35	50	137
Provision Contrôle fiscal			52		52
Passifs d'impôts différés	36		0	36	0
<b>Total</b>	<b>573</b>	<b>0</b>	<b>389</b>	<b>264</b>	<b>698</b>

L'analyse des reprises se présente ainsi :

(en milliers d'€uros)	Montants utilisés	Montants non utilisés	Total
Provision pour risques	36	45	81
Litige prud'homme	50	29	79
Provision retraite		50	50
Provision pour charges	18		18
Passifs d'impôts différés	36		36
<b>Total</b>	<b>140</b>	<b>124</b>	<b>264</b>

### 6.13. Tableau des emprunts et dettes financières

Détail des emprunts et dettes financières

(en milliers d'€uros)	A nouveau	Variation de périmètre	Nouveaux emprunts	Remboursement	Solde
Emprunts	1 168		378	481	1 065
Retraitement du crédit bail	692		958	542	1 108
Découverts bancaires	47			47	0
CMCC	627			627	0
<b>Total</b>	<b>2 534</b>	<b>0</b>	<b>1 336</b>	<b>1 699</b>	<b>2 173</b>

Les emprunts ont été souscrits dans le cadre des programmes d'investissement de la société, essentiellement pour financer des investissements d'exploitation liés à des nouveaux contrats clients. Ils font l'objet de garanties réelles sur le fonds de commerce.

L'endettement du groupe est réalisé uniquement en €uros.

Ventilation de la dette par échéance

(en milliers d'€uros)	31/12/2004	A moins d'un an	A plus d'un an et à moins de 5 ans	A plus de 5 ans
Emprunts	1 065	465	600	
Retraitement du crédit bail	1 108	259	849	
Découverts bancaires	0			
CMCC	0	0		
<b>Total</b>	<b>2 173</b>	<b>724</b>	<b>1 449</b>	<b>0</b>

### 6.14. Détail des comptes fournisseurs et rattachés

(en milliers d'€uros)	31/12/2004	31/12/2003
Fournisseurs	1 214	1 999
Factures non parvenues	403	657
<b>Dettes fournisseurs</b>	<b>1 617</b>	<b>2 656</b>

### 6.15. Détail des dettes fiscales et sociales

(en milliers d'€uros)	31/12/2004	31/12/2003
TVA + IS	2 074	1 690
Etat charges à payer	19	53
Organismes sociaux	1 811	1 532
Personnel	570	345
Autres charges à payer	26	24
<b>Dettes fiscales et sociales</b>	<b>4 500</b>	<b>3 644</b>

### 6.16. Détail du poste autres dettes

(en milliers d'€uros)	31/12/2004	31/12/2003
Clients créditeurs	220	286
Dettes sur immobilisations	13	0
Autres dettes	48	91
RRR et avoirs à accorder	10	34
Ecart de conversion passif	0	10
<b>Autres dettes</b>	<b>291</b>	<b>421</b>

## 7. NOTES SUR LE COMPTE DE RESULTAT

### 7.1. Ventilation du chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires se décompose de la façon suivante :

(en milliers d'€uros)	31/12/2004	31/12/2003
France	22 511	22 695
Etranger	987	1 080
<b>Total</b>	<b>23 498</b>	<b>23 775</b>

La ventilation chiffre d'affaires par secteurs d'activité se présente ainsi :

(en milliers d'€uros)	31/12/2004	31/12/2003
Activité Centre d'appels	19 213	18 224
Activité Marketing services	4 285	5 551
<b>Total</b>	<b>23 498</b>	<b>23 775</b>

L'activité est réalisée uniquement en France.

### 7.2. Principaux postes des autres charges externes

(en milliers d'€uros)	31/12/2004	31/12/2003
Loyers et charges	1 111	499
Fabrication Trade Force	216	1 980
Etude, prestation, impression	728	630
Maintenance et entretien	315	288
Intérim	250	221
Honoraires	562	556
Publicité	185	354
Télécommunication	1 153	1 131
Affranchissement	383	428
Autres	1 293	2 632
<b>Total</b>	<b>6 196</b>	<b>8 719</b>

La baisse des autres charges traduit la mise en place du plan de réduction des coûts sur l'année 2004, notamment en honoraires et charges diverses.

L'accroissement constaté sur le poste de loyers et charges est lié à la prise en compte en 2003 :

- d'un résultat consolidé correspondant aux six derniers mois d'activité sur la société Broad Interactive,
- d'un résultat consolidé correspondant aux trois derniers mois d'activité sur la société Strategy Club,
- d'un résultat consolidé correspondant aux six premiers mois d'activité sur la société The Marketing Group.

### 7.3. Principaux postes du résultat financier

(en milliers d'€uros)	31/12/2004	31/12/2003
<b>Produits financiers</b>	<b>24</b>	<b>38</b>
Dont revenu financier	16	22
<b>Charges financières</b>	<b>273</b>	<b>311</b>
Intérêts des emprunts et des découverts	57	88
Intérêts sur affacturage	123	139
Retraitement du Crédit Bail	69	70
Autres	24	14
<b>Résultat financier</b>	<b>(249)</b>	<b>(273)</b>

La diminution des intérêts sur affacturage est liée à une renégociation sur l'exercice des conditions contractuelles.

#### 7.4. Principaux postes du résultat exceptionnel

(en milliers d'€uros)	31/12/2004	31/12/2003
<b>Produits exceptionnels</b>	<b>684</b>	<b>528</b>
Produits cessions d'immobilisations	27	106
Autres produits exceptionnels	368	20
Reprise de provision	177	284
Profit sur exercices antérieurs	112	118
<b>Charges exceptionnelles</b>	<b>797</b>	<b>693</b>
Litiges commerciaux		2
Litiges sociaux	207	113
Contrôle fiscal	52	
Autres charges exceptionnelles	156	112
Cessions d'immobilisations	41	157
Dotation provision	341	309
<b>Résultat exceptionnel</b>	<b>(113)</b>	<b>(165)</b>

#### 7.5. Ventilation de la charge de l'impôt entre impôt courant et impôt différé

Les impôts différés se décomposent de la façon suivante :

(en milliers d'€uros)	PM SA	MED	RA	MAN	SC	TMG	BI	TF	HT	TOTAL
<b>Année 2004</b>										
<b>ACTIF</b>										0
Organic, participation, ...	78	2	24	0	0		0	1	2	65
PV latente OPCVM	6	0			0			6		12
ARD et déficit reportable	0	0	0	4	44	0	91	0	23	162
Provision retraite	24	4	9	0	3	0	0	1	6	46
crédit bail	33	0	2				0			33
<b>PASSIF</b>										0
crédit bail	63	4	10							85

<b>ACTIF</b>	<b>141</b>	<b>6</b>	<b>35</b>	<b>4</b>	<b>47</b>	<b>0</b>	<b>91</b>	<b>8</b>	<b>31</b>	<b>363</b>
<b>PASSIF</b>	<b>63</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>77</b>

<b>PUBLIABLE</b>										
<b>SOLDE NET ACTIF</b>	<b>78</b>	<b>2</b>	<b>25</b>	<b>4</b>	<b>47</b>	<b>0</b>	<b>91</b>	<b>8</b>	<b>31</b>	<b>286</b>
<b>SOLDE NET PASSIF</b>										<b>0</b>

PM SA : Phone Marketing SA  
 MAN : Manetoo  
 BI : Broad Interactive

MED : PM Méditerranée  
 SC : Strategy Club  
 TF : Trade Force

RA : PM Rhône Alpes  
 TMG : The Marketing Group  
 HT : High Touch

Le montant non activé de l'impôt différé sur Broad Interactive est de 185 K€.

## 7.6. Rapprochement entre charge d'impôt théorique et charge d'impôt totale comptabilisée

(en milliers d'€uros)	31/12/2004	31/12/2003
Impôt exigible	324	(135)
Impôt différé	(20)	(72)
<b>Charge d'impôt consolidée</b>	<b>304</b>	<b>(207)</b>
Résultat avant impôt	589	(527)
Impôt théorique	202	(181)
Différences permanentes	102	(26)
<b>Charges nettes d'impôts</b>	<b>304</b>	<b>(207)</b>

Le taux d'impôt théorique utilisé pour le rapprochement est de 34,33 %. Les impôts différés à la clôture ont été provisionnés à un taux de 34,33 %.

## 8. AUTRES INFORMATIONS

### 8.1. Rémunération des organes de direction

Le montant des rémunérations allouées en 2004 aux membres des organes de direction des sociétés à raison de leurs fonctions au s'élève à 405 828 €uros.

### 8.2. Garanties et sûretés réelles

#### *Nantissement sur fonds de commerce*

La société PHONE MARKETING SA a contracté :

- le 18 juin 2002, un emprunt auprès de la BANQUE HERVET d'un montant de 126,5 K€ sur une durée de 3 ans aux fins du financement des agencements des locaux d'exploitation de la société Phone Marketing SA, pour lequel le fonds de commerce de la société PHONE MARKETING a été nanti.
- le 9 septembre 2002, un emprunt auprès du CREDIT D'EQUIPEMENT DES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES (C.E.P.M.E.) d'un montant de 265 K€, sur une durée de 3 ans, aux fins du financement de travaux d'aménagement dans les locaux sis 113, rue Victor Hugo – 92300 LEVALLOIS PERRET, pour lequel le fonds de commerce de la société PHONE MARKETING a été affecté à titre de nantissement, en concurrence avec la Banque HERVET pour garantie de son prêt de 115 K€ en principal, derrière le C.E.P.M.E. et la BANQUE HERVET inscrites chacune pour 500 KF (76 K€).
- le 19 juillet 2004, un emprunt auprès de la Banque Hervet consenti à la société Phone Marketing d'un montant de 200 K€, sur une durée de 3 ans, aux fins du financement des investissements d'exploitation a fait l'objet de garanties réelles sur le fonds de commerce à hauteur de 200 K€.

#### *Nantissement d'actifs monétaires*

En garantie de la convention de trésorerie de 1997 conclue avec ses filiales PHONE MARKETING MEDITERRANEE et PHONE MARKETING RHONE ALPES, la société PHONE MARKETING a affecté en nantissement au profit de la SOCIETE GENERALE, 38 SICAV TRESORERIE PREMIERE et 4 SICAV SOGEVALOR.

En garantie de l'emprunt Société Générale de 170 K€ souscrit le 26 juin 2002, il a été nanti 250 parts de valeur nominale de 15,24 € de la société TRADE FORCE.

En garantie de l'emprunt Société Générale de 274 K€ souscrit le 26 juin 2002, il a été nanti 500 actions de valeur nominale de 90 € de la société PLUME DIRECT.

En garantie de l'emprunt Société Générale de 73 K€ souscrit le 26 juin 2002, il a été nanti 250 parts de valeur nominale de 15,24 € de la société TRADE FORCE.

En garantie de l'emprunt Société Générale de 118 K€ souscrit le 26 juin 2002, il a été nanti 500 actions de valeur nominale de 90 € de la société PLUME DIRECT.

En garantie de l'emprunt Société Générale de 290 K€ souscrit le 28 août 2003, il a été nanti 100% des actions de la société Strategy Club détenues par Phone Marketing.

#### *Cautions*

La société Phone Marketing SA s'est constituée caution solidaire en faveur de la banque Hervet, pour sa filiale Phone Marketing Méditerranée SARL, qui a bénéficié d'un prêt de 40 K€ destiné au financement de divers travaux.

La société Phone Marketing SA s'est constituée caution pour sa filiale Hightouch dans le cadre d'une location de matériel représentant un engagement de 37 K€.

### **8.3. Créances factorisées**

Les créances factorisées dont le règlement n'est pas intervenu au 31 décembre se présentent ainsi :

(en milliers d'€uros)	31 décembre 2004	31 décembre 2003
<b>Créances factorisées</b>	4 544	3 282

### **8.4. Informations sur les SCI patrimoniales**

La SCI BORELY est propriétaire des locaux de l'agence de PHONE MARKETING MEDITERRANEE. Cette SCI est détenue à 100 % par le dirigeant de PHONE MARKETING. Conformément aux dispositions du bail, le loyer annuel s'élève à 22 K€.

La SCI NEVI est propriétaire des locaux à usage de bureau utilisés par la société High Touch. Conformément aux dispositions du bail, le loyer annuel s'élève à 83 K€.

### **8.5. Exposition aux risques de change, de taux et de marché**

Le groupe opérant exclusivement dans la zone « Euro » n'est pas exposé au risque de change. L'exposition au risque de taux est limitée à la gestion de la trésorerie et à l'endettement à long terme affecté au financement des actifs d'exploitation.

Le groupe n'utilise pas de produits dérivés dans la gestion de sa trésorerie.

### **8.6. Effectifs**

	31 décembre 2004	31 décembre 2003
<b>C.D.I</b>		
Cadres	81	73
Employés	231	166
<b>C.D.D.</b>		
Téléopérateurs	255	187
<b>TOTAL</b>	<b>567</b>	<b>426</b>

L'effectif des Téléopérateurs en CDD a beaucoup augmenté dans le dernier trimestre 2004 avec le démarrage du contrat 3939 « service public ».

### **8.7 Droit Individuel a la formation**

Les branches professionnelles dont dépendent les sociétés du groupe Phone Marketing, n'ayant pas conclu d'accord sur le DIF, les salariés n'en bénéficieront qu'à compter de mai 2005 pour tous ceux qui avaient un an d'ancienneté en mai 2004, pour les salariés en contrat en durée indéterminée et 4 mois pour ceux en contrat en durée déterminée. Aucun accord particulier n'a été entériné au niveau de l'entreprise. A fin décembre 2004, aucune demande de DIF n'a été exprimée. Cent quatre vingt neuf en CDI et quarante huit salariés en CDD remplissent ces conditions au 31 décembre 2004 et pourront demander un DIF à partir de mai 2005. A fin décembre 2004, aucune demande de DIF n'a été exprimée. Les heures de formation acquises par ces salariés au 31 décembre 2004 s'élèvent à 3 039.

20.1.3. Comptes semestriels consolidés relatifs à l'exercice clos au 30 juin 2005

**BILAN ACTIF**

<i>en milliers d'euros</i>	<b>31/12/2004</b>	<b>30/06/2005</b>
Ecats d'acquisition	2 595	2 522
Immobilisations incorporelles	111	56
Immobilisations corporelles	2 152	1 745
Titres de participation	4	4
Autres immobilisations financières	260	258
<b>Actif immobilisé</b>	<b>5 122</b>	<b>4 585</b>
Stocks	19	19
Avances, acomptes versés sur commande	18	51
Clients et comptes rattachés	4 023	4 487
Autres créances	2 527	2 705
Valeurs mobilières de placement	892	824
Disponibilités	2 222	2 656
Charges constatées d'avance	331	400
<b>Actif circulant</b>	<b>10 032</b>	<b>11 142</b>
<b>TOTAL ACTIF</b>	<b>15 154</b>	<b>15 727</b>

## BILAN PASSIF

<i>en milliers d'euros</i>	<b>31/12/2004</b>	<b>30/06/2005</b>
Capital social société mère	560	560
Prime d'émission	2588	2588
Réserve légale	55	55
Autres réserves	122	122
Report à nouveau société mère	1 689	1 771
Réserve consolidée	213	420
Résultat net part du groupe	378	348
<b>Capitaux propres</b>	<b>5 605</b>	<b>5 864</b>
Intérêts minoritaires	3	0
Provisions pour risques et charges	698	599
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	2 173	1 668
Avances et acomptes		
Fournisseurs et comptes rattachés	1 617	1 909
Dettes fiscales et sociales	4 500	5 079
Autres dettes	291	454
Produits constatés d'avance	267	154
<b>Total des dettes</b>	<b>8 848</b>	<b>9 264</b>
<b>TOTAL PASSIF</b>	<b>15 154</b>	<b>15 727</b>

## COMPTE DE RESULTAT

<i>en milliers d'euros</i>	<b>30/06/2004</b>	<b>31/12/2004</b>	<b>30/06/2005</b>
Chiffres d'affaires	11 033	23 498	14 624
Variation d'en-cours			
Autres produits d'exploitation		4	94
Achats et charges externes	3 229	6 363	4 007
Impôts et taxes	374	743	422
Charges de personnel (1) (2)	6 626	14 118	8 921
Autres charges d'exploitation	31	35	41
Reprise sur amortissements et provisions	102	204	99
Dotations aux amortissements et provisions	565	1 256	624
<b>Résultats d'exploitation</b>	<b>310</b>	<b>1 191</b>	<b>802</b>
<b>Résultats financier</b>	<b>-126</b>	<b>-249</b>	<b>-107</b>
<b>Résultat courant des entreprises intégrées</b>	<b>184</b>	<b>942</b>	<b>695</b>
<b>Résultat exceptionnel</b>	<b>145</b>	<b>-113</b>	<b>-17</b>
Impôts sur les résultats	122	304	258
<b>Résultat net des entreprises intégrées</b>	<b>207</b>	<b>525</b>	<b>420</b>
Dotation amortissement des écarts d'acquisition	72	147	72
<b>Résultat net de l'ensemble consolidé</b>	<b>135</b>	<b>378</b>	<b>348</b>
Intérêts minoritaires	0	0	0
<b>Résultat net part du groupe</b>	<b>135</b>	<b>378</b>	<b>348</b>
<b>Résultat courant par action (en €)</b>			
- avant dilution	0,08	0,42	0,31
- après dilution	0,08	0,41	0,30
<b>Résultat net par action (en €)</b>			
- avant dilution	0,06	0,17	0,16
- après dilution	0,06	0,17	0,15
(1) dont participation des salariés	28	56	73
(2) dont intéressement des salariés			90

**TABLEAU DE FLUX**

<i>en milliers d'euros</i>	<b>30/06/2005</b>
<b>Flux de trésorerie liés à l'activité</b>	
Résultat net des sociétés intégrées	348
<i>Elimination des charges et produits sans incidence sur la trésorerie ou non liées à l'activité :</i>	
Reprise de provisions	-219
Amortissements et provisions	368
Variation des impôts différés	-16
Plus-values de cession nettes d'impôt	60
Quote-part dans le résultats des sociétés mises en équivalence	0
Impact écriture de consolidation	69
<b>Marge brute d'autofinancement des sociétés intégrées</b>	<b>610</b>
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	0
Variation du besoin de fonds de roulement lié à l'activité	187
<b><u>Flux net de trésorerie généré par l'activité</u></b>	<b><u>797</u></b>
<b>Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement</b>	
Acquisition d'immobilisations	-102
Cessions d'immobilisations, nettes d'impôt	3
Incidence des variations de périmètre	0
<b><u>Flux net de trésorerie lié aux opérations d'investissement</u></b>	<b><u>-99</u></b>
<b>Flux de trésorerie liés aux opérations de financement</b>	
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	-89
Dividendes versés aux minoritaires des sociétés intégrées	0
Augmentation de capital en numéraire	0
Emission d'emprunts	9
Remboursement d'emprunts	-248
<b><u>Flux net de trésorerie lié aux opérations de financement</u></b>	<b><u>-328</u></b>
<b>Variation de trésorerie</b>	
Trésorerie d'ouverture	3 127
Trésorerie de clôture	3 496
Incidence des variations de cours des devises	0

## 20.1.4. Annexes aux comptes semestriels consolidés relatifs à l'exercice clos au 30 juin 2005

### 1. EVENEMENTS IMPORTANTS SURVENUS AU COURS DE L'EXERCICE

#### 1.1. Convention d'intégration fiscale

L'assemblée générale mixte du 24 juin 2005 a ratifié la convention d'intégration fiscale signée le 3 décembre 2004 entre la société PHONE MARKETING et les sociétés BROADINTERACTIVE, HIGH TOUCH, MANETOO, PHONE MARKETING MÉDITERRANÉE, PHONE MARKETING RHÔNE ALPES, STRATEGY CLUB, THE MARKETING GROUP et TRADE FORCE en application de l'article L. 225-42 du Code de commerce.

Cette convention prévoit de placer pour une durée de 5 exercices à compter du 1er janvier 2005 sous le régime fiscal de l'intégration en optant pour le régime de groupe avec les sociétés suivantes dont la société Phone Marketing SA détient, conformément aux dispositions de l'article 223 A du Code Général des Impôts, 95 % au moins du capital social.

#### 1.2. Conclusion d'un accord d'intéressement du personnel

Dans le cadre de la politique de gestion des ressources humaines du groupe PHONE MARKETING, il a été conclu le 30 juin 2005 un accord d'intéressement, applicable à compter du 1er janvier 2005 à toutes les sociétés membre du groupe PHONE MARKETING, pour une période initiale de trois ans.

Cet accord d'intéressement devra permettre de motiver et de responsabiliser l'ensemble des collaborateurs sur des critères clairs et précis en parfait accord avec les objectifs du groupe et les capacités, les compétences et les fonctions du personnel.

#### 1.3. Acquisition de matériels d'exploitation

L'arrivée à terme, sur l'exercice, de contrats de location financière conclus avec la société SPIE COMMUNICATION a permis, suite à un accord commercial, de constater le transfert de propriété au profit de PHONE MARKETING de biens ayant été fait l'objet d'un contrat de location sur les années antérieures.

Conformément aux principes et méthodes comptables du groupe, la valeur retraitée initialement en consolidation a été maintenue dans les comptes consolidés. Corrélativement, les produits exceptionnels relatifs au transfert de propriété comptabilisés sur l'exercice ont été annulés (19 K€).

#### 1.4. Acquisition des parts minoritaires des filiales

Sur le premier semestre 2005, la société PHONE MARKETING SA, afin de préparer les opérations de fusion, a racheté les parts des minoritaires portant son pourcentage de participation dans toutes les filiales à 100%.

#### 1.5. Changements de méthodes et de présentation comptable

##### 1.5.1. Changement de méthode : application des règlements CRC n° : 2002-10 et 2004-06 sur les Actifs

Le groupe a étudié les conséquences sur ses pratiques comptables de l'application au 1er janvier 2005 des dispositions du règlement CRC n° : 2002-10 relatives à l'amortissement des immobilisations et à la décomposition par composants. Il est apparu que la plupart des immobilisations figurant à l'actif des comptes consolidés faisaient déjà l'objet d'un amortissement sur leur durée réelle d'utilisation. Par ailleurs, le groupe n'ayant pas d'installations complexes spécialisées, les immobilisations dont le plan d'amortissement peut être susceptible de révision, ne sont pas de nature à modifier significativement les résultats ou la situation financière à la date d'arrêté des comptes semestriels.

Les contrats de crédit-bail qui font l'objet d'un retraitement dans les comptes consolidés avaient déjà fait l'objet d'un plan amortissement conforme à la durée réelle d'utilisation des installations qu'ils financent.

Pour certains de ces contrats finançant plusieurs matériels, l'entreprise ne dispose pas de la nature détaillée des matériels financés et n'est donc pas à même de pratiquer une ventilation des postes immobilisés en fonction de leurs composants de manière rétrospective.

Le groupe a également appliqué à compter du 1er janvier 2005 le règlement CRC n° : 2004-06 sur la définition des actifs et examiné les conséquences éventuelles de ces nouvelles dispositions notamment sur les actifs incorporels figurant dans les livres à l'ouverture au 1er janvier 2005. Il n'a pas été identifié de divergences entre les actifs comptabilisés antérieurement et les nouvelles dispositions.

### *1.5.2. Changements de présentation comptable*

Dans un souci d'homogénéité et de lisibilité des états financiers, le groupe PHONE MARKETING a opéré au 30 juin 2005 des changements de présentation comptable suivants :

- Reclassement des charges externes liées aux prestations d'intérim en charge de personnel

Le groupe a eu recours de manière plus importante au cours du semestre à des agences d'intérim pour absorber des charges d'activité importantes pour des contrats ponctuels ou de courte durée. Afin d'assurer la comparabilité des indicateurs financiers, les charges liées à l'intérim ont été reclassées en charges de personnel.

- Reclassement de l'activité de négoce en production de service

Les activités de négoce, achats et ventes de marchandises, réalisées par le groupe sont accessoires à ses activités de prestation de services en Marketing. Elles sont marginales et ne peuvent, en raison de leur nature, faire l'objet d'une analyse individuelle. Les ventes de marchandises ont donc été rattachées comptablement à la production de service, les achats de marchandises ou de matières aux postes « autres achats et charges externes ».

- Distinction du poste « Impôts et Taxes » au sein du compte de résultat

A compter du 1er janvier 2005, il a été décidé de faire apparaître distinctement au sein du compte de résultat le poste « Impôts et taxes ». Ce poste figurait par le passé dans la rubrique achats et charges externes.

Pour rendre comparable les analyses pluriannuelles, ces changements de présentation du compte de résultat, sont présentés dans la colonne intitulée « compte de résultat pro forma au 31 décembre 2004 ».

Afin d'assurer la comparabilité des informations financières, le compte de résultat au 30 juin 2004 tient compte des changements de présentation exposés.

## **2. EVENEMENTS POSTERIEURS A LA SITUATION**

### ***2.1. Signature d'un contrat de Listing Sponsor - EUROLAND***

Le 13 juillet 2005, il a été signé entre la société PHONE MARKETING et la société EUROLAND France un contrat de LISTING SPONSOR, en vue de réaliser un transfert des titres de la Société du MARCHE LIBRE-EURONEXT vers l'ALTERNEXT EURONEXT dans le courant de l'année 2005.

Ce contrat est conclu pour une durée de 24 mois à compter du premier jour de la cotation de la Société.

### ***2.2. Projet de fusion absorption en date du 5 juillet 2005***

Afin de simplifier son organigramme et de rationaliser l'organisation administrative du groupe, un projet de fusion absorption par la société PHONE MARKETING SA de ses filiales BROAD INTERACTIVE, HIGH TOUCH, MANETOO, STRATEGY CLUB, THE MARKETING GROUP et TRADE FORCE a été signé le 5 juillet 2005.

Ce projet prévoit la fusion simplifiée, avec effet rétroactif le 1er janvier 2005, par voie d'apport, de la totalité de l'actif et la prise en charge des passifs de toutes les sociétés filiales citées ci-dessus.

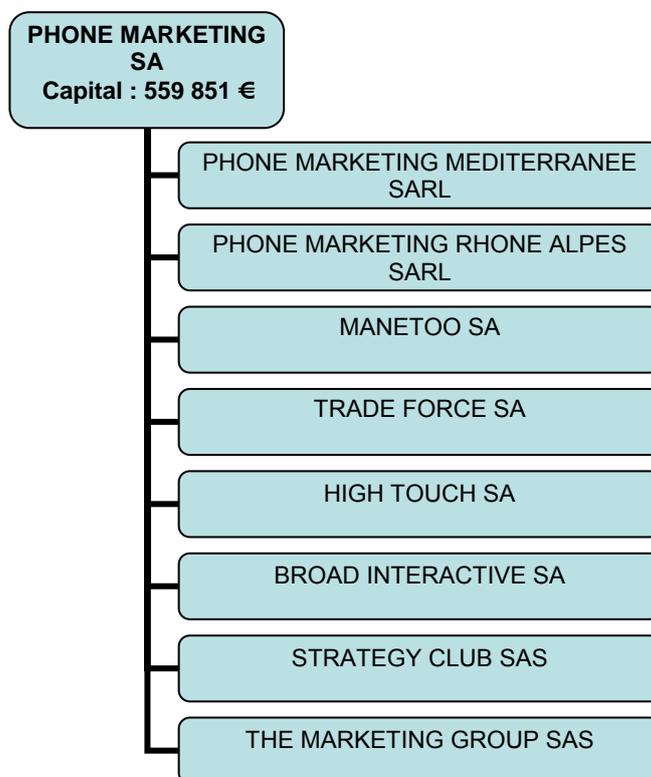
La fusion est régie par les dispositions de l'Avis n° 2004-01 du 25 mars 2004 du Conseil National de la comptabilité relatif au « traitement comptable des fusions et opérations assimilées » approuvé le 4 mai 2004 par le Comité de la réglementation comptable et homologué par arrêté du 7 juin 2004.

La valeur des éléments d'actif et de passif transmis par les sociétés BROADINTERACTIVE, HIGH TOUCH, MANETOO, STRATEGY CLUB, THE MARKETING GROUP, TRADE FORCE à la société PHONE MARKETING, correspond à leur valeur nette comptable au 31 décembre 2004.

Sous réserve de la réalisation de ces opérations de fusion et de l'obtention de l'agrément fiscal lié au transfert des déficits des sociétés absorbées - conformément aux dispositions de l'article 209 du CODE GÉNÉRAL DES IMPÔTS modifié par l'article 42 de la loi de finance rectificative pour 2004 - ces opérations sont susceptibles d'avoir un effet positif sur les résultats du groupe au cours du second semestre par l'activation des déficits reportables ainsi transférés. Le montant des déficits non activés au 30 juin 2005 est indiqué dans la note 7.5 de l'annexe.

### 3. PERIMETRE DE CONSOLIDATION

#### 3.1. Organigramme du groupe au 30 juin 2005



#### 3.2. Liste des sociétés incluses dans le périmètre de consolidation

	% Contrôle	% Intérêts	Méthode retenue	Siège		N° SIREN
<u>Phone Marketing SA</u>	100,00%	100,00%	Intégration globale	113 rue Victor Hugo	92300 Levallois Perret	353 944 093
<u>Manetoo SA</u>	100,00%	100,00%	Intégration globale	113 rue Victor Hugo	92300 Levallois Perret	429 429 541
<u>Phone Marketing Méditerranée SARL</u>	100,00%	100,00%	Intégration globale	40 avenue de Hambourg	13008 Marseille	325 612 950
<u>Phone Marketing Rhône Alpes SARL</u>	100,00%	100,00%	Intégration globale	10 rue des Emeraudes	69006 Lyon	325 268 118
<u>High Touch SA</u>	100,00%	100,00%	Intégration globale	113 rue Victor Hugo	92300 Levallois Perret	381 794 684
<u>Trade Force SA</u>	100,00%	100,00%	Intégration globale	113 rue Victor Hugo	92300 Levallois Perret	413 140 104
<u>Broad Interactive SA</u>	100,00%	100,00%	Intégration globale	113 rue Victor Hugo	92300 Levallois Perret	389 101 346
<u>Strategy Club SAS</u>	100,00%	100,00%	Intégration globale	113 rue Victor Hugo	92300 Levallois Perret	394 251 722
<u>The Marketing Group SAS</u>	100,00%	100,00%	Intégration globale	113 rue Victor Hugo	92300 Levallois Perret	449 081 058

### 3.3. Variation du périmètre durant l'exercice

La Société PHONE MARKETING SA a acquis sur le semestre la totalité des actions détenues par des tiers pour porter à 100 % la participation qu'elle détient dans toutes ses filiales.

	% Détenion 31/12/2 004	% Détenion 30/06/2 005	Nombre de titres acquis	Montant total	Impact écart acquisition
PHONE MARKETING SA	100,00%	100,00%			
MANETOO SA	99,94%	100,00%	6	60	Badwill (28) € - NS
PHONE MARKETING MÉDITERRANÉE SARL	100,00%	100,00%			
PHONE MARKETING RHÔNE ALPES SARL	100,00%	100,00%			
HIGH TOUCH SA	99,40%	100,00%	6	650	Badwill (948) € - NS
TRADE FORCE SA	99,82%	100,00%	7	660	Badwill (457) € - NS
BROAD INTERACTIVE SA	100,00%	100,00%			
STRATEGY CLUB SAS	100,00%	100,00%			
THE MARKETING GROUP SAS	99,90%	100,00%	4	40	Badwill (7) € - NS

NS : non significatif

## 4. REFERENTIEL COMPTABLE ET MODALITES DE CONSOLIDATION

### 4.1. Référentiel comptable

Les comptes consolidés ont été établis selon les principes établis par la Loi n° 85-11 du 3 janvier 1985 et son décret d'application n° 86-221 du 17 février 1986 et le règlement CRC n°99-02 homologué par l'arrêté du 22 juin 1999.

Les comptes intermédiaires sont présentés conformément à la recommandation CNC n° 99 R 01 du 18 mars 1999. Ils ont été établis selon les mêmes méthodes comptables et avec les mêmes modalités de calcul que celles retenues pour les comptes consolidés annuels.

Les comptes sont exprimés en milliers d'euros. Les éléments inscrits en comptabilité sont évalués aux coûts historiques.

### 4.2. Méthodes de consolidation

Les comptes annuels des entreprises placées sous le contrôle exclusif de la société consolidante sont consolidés par intégration globale.

Le contrôle exclusif par une société résulte :

- soit de la détention directe ou indirecte de la majorité des droits de vote dans une autre entreprise,
- soit du droit d'exercer une influence dominante sur une entreprise en vertu d'un contrat ou de clauses statutaires.

Dans l'intégration globale, le bilan consolidé reprend les éléments du patrimoine de la société consolidante, à l'exception des titres des sociétés consolidées à la valeur comptable desquels est substitué l'ensemble des éléments actifs et passifs constitutifs des capitaux propres de ces sociétés déterminés selon les règles de consolidation.

### 4.3. Traitement des écarts d'acquisition

L'écart d'acquisition est la différence constatée lors de l'entrée d'une entreprise dans le périmètre de consolidation, entre le coût d'acquisition de ses titres et l'évaluation totale des actifs et des passifs identifiés à la date d'acquisition.

Les actifs et passifs identifiables sont ceux qui apparaissent après que les retraitements nécessaires aient été effectués conformément aux règles d'évaluation utilisées pour l'ensemble consolidé.

Lorsque la prise de participation s'est opérée par voie d'achats successifs de titres, l'entreprise n'entre dans le périmètre de consolidation que lors de la prise de contrôle effectif ; les actifs et passifs sont identifiés et évalués à la date de prise de contrôle.

L'écart d'acquisition constaté à l'occasion de la prise de participation, est affecté aux postes du bilan consolidé :

- La part positive non affectée est inscrite au compte « écart d'acquisition » à l'actif du bilan et amortie, prorata temporis, linéairement sur une durée en rapport avec la nature de l'écart constaté.
- La partie négative est inscrite au compte « écart négatif » au passif du bilan et rapportée de façon linéaire au résultat sur une durée en rapport avec la nature de l'écart constaté.

#### **4.4. Date de clôture**

La date de clôture de la société consolidante et de l'ensemble des entités membres du groupe est fixée de manière homogène au 31 décembre de chaque année.

Une situation comptable semestrielle a été réalisée par la société consolidante et l'ensemble des entités membres du groupe au 30 juin 2005.

#### **4.5. Durée de l'exercice**

La situation comptable semestrielle couvre une période de 6 mois pour l'ensemble des sociétés entrant dans le périmètre de consolidation. Les comptes annuels présentés couvrent une période uniforme de 12 mois.

## **5. PRINCIPES COMPTABLES ET METHODES D'EVALUATION**

### **5.1. Écarts d'acquisition**

Les écarts d'acquisition font l'objet d'une évaluation lors de leur inscription à l'actif en fonction d'une analyse des flux de trésorerie prévisionnels actualisés des activités correspondant à ces actifs. Les flux de trésorerie résultent d'une estimation de la direction, sur la base des tendances observées par le passé et des projections qui peuvent être raisonnablement faites sur le futur, compte tenu du caractère incertain par nature de toute prévision.

Lors de chaque arrêté, les données ayant présidé à cette évaluation sont mises à jour et la valeur réévaluée est comparée au montant de l'actif. En cas de baisse durable de valeur, une provision pour dépréciation est constatée.

### **5.2. Immobilisations incorporelles et corporelles**

La valeur brute des immobilisations incorporelles et corporelles correspond à la valeur d'entrée dans le patrimoine, compte tenu des frais accessoires nécessaires à leur mise en état d'utilisation.

Les amortissements sont calculés sur la durée normale de vie des biens en mode linéaire ou dégressif par application de taux homogènes :

<b>Nature</b>	<b>Durée</b>
Immobilisations incorporelles	1 à 5 ans
Matériel – Outil	4 à 10 ans
Aménagements Agencements	5 à 10 ans
Matériel de bureau et informatique	3 à 10 ans
Mobilier de bureau	5 à 10 ans

### **5.3. Immobilisations financières**

Les titres des participations non consolidées figurent au bilan à leur prix de revient. Les titres dont la valeur d'utilité est inférieure au coût d'acquisition font l'objet d'une provision pour dépréciation.

### **5.4. Produits d'exploitation**

Les contrats conclus par les sociétés correspondent soit à des opérations ponctuelles, soit à des contrats récurrents d'une durée plus longue et reconductibles par tacite reconduction.

Dans la plupart des cas, la facturation des contrats s'effectue avec un forfait minimum mensuel complété des réalisations du mois en fonction du temps passé ou des performances réalisées au vu des objectifs contractuels fixés.

Seule cette partie variable fait l'objet d'une appréciation à chaque fin de mois. Les outils techniques utilisés en interne pour la gestion de la production permettent d'identifier immédiatement les réalisations du mois avec une grande précision.

Les prestations terminées et non encore facturées à la date de clôture de l'exercice font l'objet d'une comptabilisation en « facture à établir » et le montant correspondant figure dans le poste client.

La part non acquise des prestations de maintenance sur logiciel est appréhendée en fonction de la période couverte par le contrat et figure dans le poste « produits constatés d'avance ».

### **5.5. Indemnités de départ à la retraite**

Les engagements en matière d'indemnité de départ à la retraite sont conformes aux obligations légales et réglementaires en la matière en France.

La loi n° 2003-775 du 21 août 2003 portant réforme des retraites a modifié le dispositif de départ à la retraite des salariés en France. Par ailleurs la recommandation n° 2003-R.01 du 1er avril 2003 du Conseil National de la Comptabilité a précisé le mode de calcul et de comptabilisation des engagements de retraite.

Conformément à ces dispositions, les engagements sont évalués en utilisant la méthode des unités de crédit projetées.

Selon cette méthode, les droits à prestation sont affectés aux périodes de service en fonction des conditions d'acquisition des droits, en répartissant de manière linéaire la charge générée lorsque le rythme d'acquisition des droits n'est pas uniforme au cours des périodes de service restant à effectuer jusqu'au départ en retraite.

Les montants des paiements futurs tiennent compte des salaires projetés de fin de carrière, du taux de rotation du personnel, de l'espérance de vie et d'hypothèses d'actualisation des versements prévisibles en utilisation un taux financier en rapport avec la durée prévisible de reversement.

Les écarts actuariels constatés à la clôture d'un exercice sont étalés sur la durée de vie active résiduelle moyenne attendue des participants aux régimes, pour la partie excédant de plus de 10 % la plus grande des valeurs suivantes :

- Valeur actualisée de l'obligation à la date de clôture au titre des prestations définies à la date de clôture ;
- Juste valeur des actifs du régime à la date de clôture.

Les modifications des prestations des régimes survenant au cours de la période d'acquisition des droits font l'objet d'un étalement sur la durée de vie active résiduelle moyenne des participants au régime.

Les paramètres de calcul prennent en compte un départ en retraite à 65 ans, un taux d'actualisation de 3,5% au 31 décembre 2004 et un taux de rotation dégressif par tranche d'âge. Le taux d'actualisation n'a pas été modifié au 30 juin 2005.

### **5.6. Crédit-bail et locations financières**

Les contrats de location de longue durée qui s'apparentent à un financement sont traduits dans les comptes consolidés par la comptabilisation d'un actif et d'un passif. Ces montants sont égaux au début du bail :

- soit à la valeur vénale du bien loué après déduction des subventions et des avantages fiscaux,
- soit, si elle est inférieure, à la valeur actualisée des paiements minimaux exigibles en vertu du contrat.

Le calcul de la valeur actualisée des paiements minimaux se fait en utilisant le taux d'intérêt implicite du contrat.

Le montant porté dans les charges de chaque période comptable comprend alors à la fois l'amortissement du bien loué et la charge financière.

### **5.7. Créances et dettes**

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

En particulier, pour l'appréciation de la valeur d'inventaire des postes clients, les soldes dus à la clôture font l'objet d'un examen individuel et les provisions nécessaires sont constatées s'il apparaît un risque de recouvrement.

### **5.8. Titres de placement**

Les titres de placement figurant à l'actif font l'objet d'une comptabilisation à leur valeur historique d'acquisition. A chaque arrêté, la valeur d'inventaire est comparée à la valeur de marché des titres s'il en existe une. Une provision pour dépréciation est constituée en cas de perte de valeur de ces titres.

### **5.9. Affacturage**

Les contrats d'affacturage des créances clients sont enregistrés par la société conformément aux dispositions juridiques de ces contrats. Les créances clients font l'objet d'une cession à la société d'affacturage à leur valeur nominale.

La trésorerie reçue en contrepartie de cette cession est versée sur les comptes bancaires de la société. Les retenues de garanties prévues contractuellement par les organismes d'affacturage figurent parmi les autres créances.

Les conditions générales du contrat d'affacturage prévoient une garantie contre le risque d'insolvabilité des clients de PHONE MARKETING au terme duquel l'organisme d'affacturage est « sans recours contre la société ».

### **5.10. Stocks et travaux en cours**

Les stocks sont évalués suivant les méthodes :

- Prix moyen pondéré pour les matières premières et les marchandises,
- Prix de revient pour les travaux en cours et les produits finis

Les éventuels profits sur stocks provenant de cessions entre société du groupe font l'objet d'un retraitement.

### **5.11. Impôts différés**

La charge d'impôt comprend l'impôt exigible et l'impôt différé de l'exercice des différentes sociétés intégrées.

Un impôt différé est comptabilisé :

- sur les différences temporaires entre le résultat comptable et le résultat fiscal,
- sur les retraitements et éliminations ayant une incidence sur les réserves. Il est calculé selon la méthode du report variable.

Les déficits fiscaux sur les sociétés du groupe ont été activés compte tenu de la forte probabilité de les imputer sur les résultats bénéficiaires futurs.

En France, la contribution temporaire prévue à l'article 235 Ter ZA du Code Général des Impôts a été prise en compte pour le calcul des impositions différées pour l'exercice 2004 au taux de 3 % et pour la situation au 30 Juin 2005 au taux de 1,5%.

Conformément au règlement n° : 99-02 du 29 avril 1999 relatif aux comptes consolidés, les actifs et passifs d'impôts différés sont compensés lorsqu'ils concernent une même entité fiscale. Les passifs d'impôts différés sont présentés dans une subdivision du poste « provision pour risques et charges ».

Les actifs d'impôts différés sont présentés dans un compte de régularisation actif du bilan.

### **5.12. Modalités de calcul du résultat par action**

Le résultat par action est calculé en tenant compte du nombre moyen d'actions en circulation au cours de l'exercice. Pour le calcul du résultat après dilution, les instruments financiers dilutifs sont considérés comme émis au début de l'exercice ou à la date de leur émission. Ils ne sont pris en compte dans le calcul de la dilution que lorsque leur prix d'exercice est inférieur à la moyenne des cours de la période considérée.

## 6. NOTES SUR LE BILAN

### 6.1. Écart d'acquisition

(en milliers d'€uros)	Valeurs brutes en début d'exercice 31/12/2004	Acquisitions/ Cessions	Corrections	Valeurs brutes en fin d'exercice 30/06/2005
Manetoo	148			148
Trade Force	801			801
Plume Direct	1 345			1 345
Broad Interactive	212			212
Strategy Club	428			428
<b>Total</b>	<b>2 934</b>	<b>0</b>		<b>2 934</b>

(en milliers d'€uros)	Début d'exercice 31/12/2004	Dotations/ Reprises	Corrections	Fin d'exercice 30/06/2005
Manetoo	27	4		31
Trade Force	101	20		121
High Touch	169	33		202
Broad Interactive	16	6		22
Strategy Club	26	10		36
<b>Total</b>	<b>339</b>	<b>73</b>		<b>412</b>

Les écarts d'acquisition constatés lors de l'entrée dans le périmètre de consolidation des la filiales font l'objet d'un amortissement sur une durée de 20 ans.

### 6.2. Immobilisations incorporelles

Le poste « logiciels » comprend essentiellement des logiciels acquis pour la gestion administrative et de la production.

#### 6.2.1. Mouvements de l'exercice

(en milliers d'€uros)	Valeurs brutes en début d'exercice 31/12/2004	Variation de périmètre	Acquisitions	Cessions	Valeurs brutes en fin d'exercice 30/06/2005
Concession brevet licence	318		6	49	275
Autres immobilisations incorporelles	21				21
Frais d'introduction en bourse	486	486			0
<b>Total</b>	<b>825</b>	<b>486</b>	<b>6</b>	<b>49</b>	<b>296</b>

#### 6.2.2. Amortissements – mouvements de l'exercice

(en milliers d'€uros)	Début d'exercice 31/12/2004	Variation de périmètre	Dotations	Reprises	Fin d'exercice 30/06/2005
Concession brevet licence	217		18	8	227
Autres immobilisations incorporelles	11		2		13
Frais d'introduction en bourse	486	486			0
<b>Total</b>	<b>714</b>	<b>486</b>	<b>20</b>	<b>8</b>	<b>240</b>

Les cessions constatées sont principalement constituées de mises au rebut.

Les frais d'établissement (constitués des frais d'introduction sur le marché libre d'EURONEXT PARIS) qui figuraient à l'actif au poste « Immobilisations incorporelles » pour un montant brut de 486 K€ et qui étaient totalement amorti au 31 décembre 2004, a été sorti des comptes au 30 juin 2005.

### 6.3. Immobilisations corporelles

#### 6.3.1. Mouvements de l'exercice

(en milliers d'€uros)	Valeurs brutes en début d'exercice 31/12/2004	Variation de périmètre	Acquisitions	Cessions	Valeurs brutes en fin d'exercice 30/06/2005
Matériel et outillage	2		0	0	2
Installations générales	1 235		30		1 265
Matériels de bureau et informatique	4 063		158	81	4 140
<i>Dont crédit bail</i>	3 412		93	81	3 424
Autres immobilisations corporelles	276		1		277
<b>Total</b>	<b>5 576</b>	<b>0</b>	<b>189</b>	<b>81</b>	<b>5 684</b>

Les immobilisations corporelles sont essentiellement constituées des agencements et du matériel des divers centres d'appels et des locaux d'exploitation.

Les sorties sont principalement constituées de mises au rebut.

#### 6.3.2. Amortissements – mouvements de l'exercice

(en milliers d'€uros)	Début d'exercice 31/12/2004	Variation de périmètre	Dotations	Reprises	Fin d'exercice 30/06/2005
Matériel et outillage	2		1		3
Installations générales	684		86		770
Matériels de bureau et informatique	2 662		469	61	3 070
<i>Dont crédit bail</i>	2 082		421	61	2 441
Autres immobilisations corporelles	76		20		96
<b>Total</b>	<b>3 424</b>	<b>0</b>	<b>576</b>	<b>61</b>	<b>3 939</b>

### 6.4. Immobilisations financières

#### 6.4.1. Mouvements de l'exercice

(en milliers d'€uros)	Valeur en début d'exercice 31/12/2004	Variation de périmètre	Augmentations	Diminutions	Valeur brute en fin d'exercice 30/06/2005
//Autres immobilisations financières	266			3	263
Titres de participations non consolidés	7				7
- provisions	(8)				(8)
<b>Total</b>	<b>265</b>	<b>0</b>		<b>3</b>	<b>262</b>

Les autres immobilisations financières sont essentiellement constituées de dépôts et cautionnements versés à titre de dépôt de garantie aux bailleurs des différents sites d'exploitation.

Les titres de participation de la société RESTO MARQUE sont provisionnés à 100 %. Le groupe détient 6,2% du capital de cette société. Les titres sont intégralement provisionnés.

### 6.5. Détails des clients et comptes rattachés

(en milliers d'€uros)	30/06/2005	31/12/2004
Clients	4 245	3 953
Clients douteux	189	197
Clients factures à établir	212	41
Provision	(159)	(168)
<b>Clients et comptes rattachés</b>	<b>4 487</b>	<b>4 023</b>

Les clients sont principalement composés de créances clients grands comptes.

## 6.6. Détail des autres créances

(en milliers d'€uros)	30/06/2005	31/12/2004
<b>Impôts différés</b>	<b>303</b>	<b>286</b>
Etat IS et TVA	1 024	1 036
SOFIREC	1 017	935
Fournisseurs débiteurs	129	41
Divers	22	13
Personnel et organismes sociaux	51	133
GE Factor	14	
FdG HERVET	130	91
Produits à recevoir	25	2
RRR à recevoir		
Provision	(10)	(10)
<b>Autres créances</b>	<b>2 705</b>	<b>2 527</b>

## 6.7. Valeurs mobilières de placement, trésorerie

La gestion de la trésorerie de la société PHONE MARKETING est faite dans une optique de prudence auprès d'organismes de placement collectifs en valeurs mobilières opérant sur le marché monétaire. L'entreprise n'est donc pas exposée aux risques de marché sur le capital placé. Seul le rendement obtenu des excédents de trésorerie placés est exposé au risque de taux.

Dans le cadre d'un moratoire client, PHONE MARKETING SA a reçu en règlement de sa créance des obligations non cotées, qui ont été comptabilisées à leur valeur nominale (11 K€) et entièrement dépréciées, compte tenu de la non-liquidité du marché, de l'absence de valorisation et de l'aléa important sur un remboursement éventuel à l'échéance.

Les liquidités se présentent ainsi :

(en milliers d'€uros)	30/06/2005	Valeur de marché	31/12/2004
OPCVM	823	863	890
Obligations	11	0	11
Actions CISCO	4	1	4
<b>Total VMP</b>	<b>838</b>	<b>864</b>	<b>905</b>
- Provision dépréciation	(14)		(13)
<b>VMP net</b>	<b>824</b>		<b>892</b>
Comptes à vue	2 656	2 656	2 222
<b>Total disponibilité</b>	<b>2 656</b>	<b>2 656</b>	<b>2 222</b>

## 6.8. Comptes de régularisation

### 6.8.1. Détail des charges et produits constatés d'avance

(en milliers d'€uros)	30/06/2005	31/12/2004
<b>Charges constatées d'avance d'exploitation</b>	<b>400</b>	<b>331</b>
<b>Produits constatés d'avance d'exploitation</b>	<b>154</b>	<b>267</b>

### 6.8.2. Détail des charges et produits à recevoir et des charges à payer inclus dans les postes du bilan

(en milliers d'€uros)	30/06/2005	31/12/2004
<b>Produits à recevoir</b>	<b>237</b>	<b>43</b>
Clients - factures à établir	212	41
Autres créances	25	2
<b>Charges à payer</b>	<b>778</b>	<b>458</b>
Fournisseurs factures non parvenues	645	403
Etats charges à payer		19
Autres charges à payer	65	26
Autres dettes	68	10

### 6.9. Échéance des créances et des dettes

(en milliers d'€uros)	30/06/2005	A moins de 1 an	A plus de 1 an et moins de 5 ans	A plus de 5 ans
<b>Créances</b>	<b>7 905</b>	<b>7 645</b>		<b>260</b>
<i>Actifs immobilisés</i>	<b>262</b>	<b>2</b>		<b>260</b>
Autres immobilisations financières	262	2		260
<i>Actifs circulants</i>	<b>7 643</b>	<b>7 643</b>		
Clients et comptes rattachés	4 487	4 487		
Avances et acomptes versés	51	51		
Autres créances	2 705	2 705		
Charges constatées d'avances	400	400		
<b>Dettes</b>	<b>7 596</b>	<b>7 596</b>		
Fournisseurs	1 909	1 909		
Dettes fiscales et sociales	5 079	5 079		
Autres dettes	454	454		
Produit constaté d'avance	154	154		

### 6.10. Capitaux propres

Les mouvements constatés sur les capitaux propres sont les suivants :

(en milliers d'€uros)	Capital	Réserves	Réserves Consolidées	Ecart de conversion	Résultat de l'exercice	TOTAL CAPITAUX PROPRES
<b>Au 1er janvier 2003</b>	<b>553</b>	<b>2 492</b>	<b>1 583</b>	<b>0</b>	<b>885</b>	<b>5 514</b>
Affectation du résultat			885		-885	0
Augmentation de capital (1)	7	284				291
Distribution de dividendes		-133				-133
Résultat de l'exercice					-445	-445
<b>Au 31 décembre 2003</b>	<b>560</b>	<b>2 643</b>	<b>2 468</b>	<b>0</b>	<b>-445</b>	<b>5 227</b>
Affectation du résultat			-445		445	0
Résultat de l'exercice					379	379
<b>Au 31 décembre 2003</b>	<b>560</b>	<b>2 643</b>	<b>2 023</b>	<b>0</b>	<b>379</b>	<b>5 606</b>
Affectation du résultat			379		-379	0
Distribution de dividendes			-90			-90
Résultat de l'exercice					348	348
<b>Au 30 juin 2005</b>	<b>560</b>	<b>2 643</b>	<b>2 312</b>	<b>0</b>	<b>348</b>	<b>5 864</b>

(1) L'augmentation de capital de 291 K€ se décompose de la façon suivante :

- Augmentation de capital de 76 K€ décidé par l'AGM du 30 juin 2003 : émission de 7 793 actions nouvelles d'une valeur nominale de 0,25 € avec une prime d'apport de 9,75 € par action.
- Augmentation de capital de 208 K€ décidé par l'AGM du 30 septembre 2003 : émission de 17 718 actions nouvelles d'une valeur nominale de 0,25 € avec une prime d'apport de 11,75 € par action

#### 6.10.1. Valeurs mobilières composant le capital social

Les valeurs mobilières composant le capital social de la SA PHONE MARKETING se présentent de la façon suivante au 30 juin 2005 :

	Actions ordinaires	Actions de préférence
Nombre de titres au début de l'exercice	2 239 407	Néant
Titres créés au cours de l'exercice		
Titres remboursés au cours de l'exercice		
Titres remembrés au cours de l'exercice		
Nombre de titres en fin d'exercice	2 239 407	
<b>Valeur nominale (en €uros)</b>	<b>0,25</b>	
<b>Montant du capital en €uros</b>	<b>559 851,75</b>	

Il n'existe aucune délégation ou autorisation d'émission en cours de validité.

#### 6.10.1.1. Capital potentiel

##### Options de Souscription d'Actions

	Plan N°1	Plan N°2	Plan N°3	Plan N°4	Total
Nombre de bons	49 250	5 799	6 142	9 273	70 464
Nombre initial de bons accordés	49 250	5 799	6 142	9 273	70 464
Nombre d'actions émises sur exercice des bons	0	0			
Nombre potentiel d'actions encore exerçables	30 500	5 799	6 142	9 273	51 714
Nombre potentiel d'actions pouvant être souscrites par les dirigeants	0				
Prix de souscription d'une action	6,25 €	7,76 €	7,20 €	7,20 €	
Début de la période d'exercice	17 décembre 2006	13 mai 2008	17 février 2009	13 mai 2009	
Fin de la période d'exercice					
Date de l'assemblée	28 novembre 2001	28 novembre 2001	28 novembre 2001	28 novembre 2001	
Date du Conseil d'administration	17 décembre 2001	13 mai 2003	17 février 2004	13 mai 2004	

#### 6.10.1.2. Rachat d'actions – Actions propres

*Autorisation d'attribution d'actions gratuites existantes (Assemblée Générale Mixte du 24 juin 2005)*

L'assemblée générale mixte du 24 juin 2004 a autorisé le Conseil d'administration en application de l'article L. 225-197-1 du Code de commerce et pour une durée de 38 mois à procéder à des attributions gratuites d'actions existantes.

Les bénéficiaires de cette attribution gratuite d'actions seront les membres du personnel salarié, le Président du conseil d'administration, le Directeur Général, les Directeurs Généraux Délégués de la société ou des sociétés liées dans les conditions visées aux articles L. 225-197-1 et L. 225-197-2 du Code de Commerce. Le nombre total des actions de la société attribuées gratuitement ne pourra être supérieur à cinq pour cent [5 %] du capital social.

*Autorisation d'émission Options d'achat d'Actions (Assemblée Générale Mixte du 24 juin 2005)*

L'assemblée générale mixte du 24 juin 2004 a autorisé le Conseil d'administration en application des dispositions de l'article L. 225-179 du Code de Commerce, et pour une durée de 38 mois à consentir des options donnant droit à l'achat d'actions de la société dans la limite d'un montant maximum de cinq pour cent [5 %] du capital social.

Les bénéficiaires de ces options d'achat d'actions seront les membres du personnel salarié de la société ou certains d'entre eux, le Président du conseil d'administration, le Directeur Général, les Directeurs Généraux Délégués de la société ou des sociétés liées dans les conditions prévues aux articles L. 225-179, L. 225-180 et L. 225-185 du Code de Commerce.

Dans le cadre de ces dispositions, la société a racheté dans le cadre d'une transaction avec un actionnaire 6 650 actions pour €. 1 à la date du 15 février 2005.

**6.11. Résultat net par actions**

	30/06/2005	30/06/2004	31/12/2004
Nombre d'action à la fin de l'exercice	2 239 407	2 239 407	2 239 407
Nombre moyen d'action	2 239 407	2 239 407	2 239 407
Nombre d'action après dilution	2 291 121	2 291 121	2 291 121
<b>Avant dilution</b>			
Résultat courant par action	0,31	0,08	0,42
Résultat net par action	0,16	0,06	0,17
<b>Après dilution</b>			
Résultat courant par action	0,30	0,08	0,41
Résultat net par action	0,15	0,06	0,17

**6.12. Détail des provisions pour risques et charges**

(en milliers d'€uros)	A nouveau 31/12/2004	Variation de périmètre	Dotation	Reprise	Solde 30/06/2005
Provision pour risques	207		26	29	204
Litige prud'homme	302		67	100	269
Provision pour charges	0				
Provision retraite	137		16	27	126
Provision Contrôle fiscal	52			52	
Passifs d'impôts différés	0				
<b>Total</b>	<b>698</b>	<b>0</b>	<b>109</b>	<b>208</b>	<b>599</b>

(en milliers d'€uros)	Montants utilisés	Montants non utilisés	Total
Provision pour risques		29	29
Litige prud'homme	27	73	100
Provision retraite		27	27
Provision pour charges			
Passifs d'impôts différés	52		52
<b>Total</b>	<b>79</b>	<b>129</b>	<b>208</b>

**6.12.1. Provision pour indemnités de départ à la retraite**

Hypothèses actuarielles utilisées par le groupe pour le calcul des indemnités de départ à la retraite des salariés :

Age de départ à la retraite	65 ans
Hypothèses d'évolution des salaires	2,5 % pour la catégorie cadre 1,0% pour la catégorie non cadre
Taux d'actualisation financière	3,5 %

Ventilation de la provision pour indemnité de départ à la retraite par composants

En K€	30/06/2005	31/12/2004
Solde à l'ouverture	137	152
Dotation Indemnité de fin de carrière (IFC)	16	35
Reprise dotation IFC	27	50
Reprise mouvement de périmètre		
Gains / pertes sur écarts actuariels		
<b>Total provision au bilan</b>	<b>126</b>	<b>137</b>

### 6.13. Tableau des emprunts et dettes financières

#### 6.13.1. Détail des emprunts

(en milliers d'€uros)	A nouveau 31/12/2004	Variation de périmètre	Nouveaux emprunts	Remboursement	Solde 30/06/2005
Emprunts	1 065		5	248	822
Retraitement du crédit bail	1 108		93	359	842
Découverts bancaires	0		4		4
<b>Total</b>	<b>2 173</b>	<b>0</b>	<b>102</b>	<b>607</b>	<b>1 668</b>

Les emprunts ont été souscrits dans le cadre des programmes d'investissement de la société, essentiellement pour financer des investissements d'exploitation liés à des nouveaux contrats clients. Le montant au 30 juin 2005 des dettes sur emprunts faisant l'objet de garanties est 709 K€. L'endettement du groupe est souscrit uniquement en €uros.

#### 6.13.2. Ventilation de la dette par échéance

(en milliers d'€uros)	30/06/2005	A moins d'un an	A plus d'un an et à moins de 5 ans	A plus de 5 ans
Emprunts	822	400	422	
Retraitement du crédit bail	842	442	400	
Découverts bancaires	4	4		
<b>Total</b>	<b>1 668</b>	<b>846</b>	<b>822</b>	<b>0</b>

### 6.14. Détail des comptes fournisseurs et rattachés

(en milliers d'€uros)	30/06/2005	31/12/2004
Fournisseurs	1 264	1 214
Factures non parvenues	645	403
<b>Dettes fournisseurs</b>	<b>1 909</b>	<b>1 617</b>

### 6.15. Détail des dettes fiscales et sociales

(en milliers d'€uros)	30/06/2005	31/12/2004
TVA + IS	2 388	2 074
Etat charges à payer	27	19
Organismes sociaux	1 182	1 811
Personnel	1 393	570
Autres charges à payer	65	26
Dividendes à payer	89	
<b>Dettes fiscales et sociales</b>	<b>5 079</b>	<b>4 500</b>

### 6.16. Détail du poste autres dettes

(en milliers d'€uros)	30/06/2005	31/12/2004
Clients créditeurs	275	220
Dettes sur immobilisations	8	13
Autres dettes	11	48
RRR et avoirs à accorder	68	10
Ecart de conversion passif	92	0
<b>Autres dettes</b>	<b>454</b>	<b>291</b>

## 7. NOTES SUR LE COMPTE DE RESULTAT

### 7.1. Ventilation du chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires se décompose de la façon suivante :

(en milliers d'€uros)	30/06/2005	30/06/2004	31/12/2004
France	14 582	10 816	22 511
Etranger	42	218	987
<b>Total</b>	<b>14 624</b>	<b>11 034</b>	<b>23 498</b>

(en milliers d'€uros)	30/06/2005	30/06/2004	31/12/2004
Activité Centre d'appels	11 699	8 676	19 213
Activité Marketing services	2 925	2 358	4 285
<b>Total</b>	<b>14 624</b>	<b>11 034</b>	<b>23 498</b>

### 7.2. Principaux postes des autres charges externes

(en milliers d'€uros)	30/06/2005	30/06/2004	31/12/2004 pro forma	31/12/2004
Loyers et charges	672	617	1 111	1 111
Achats d'étude	1 120	629	633	728
Sous-traitance	278	73	728	216
Maintenance et entretien	244	225	315	315
Intérim				250
Honoraires	297	263	562	562
Publicité	41	31	185	185
Télécommunication	619	528	1 153	1 153
Affranchissement	194	270	383	383
Autres	542	593	1 293	1 293
<b>Total</b>	<b>4 007</b>	<b>3 229</b>	<b>6 393</b>	<b>6 196</b>

Le détail des charges externes a été modifié par rapport aux comptes au 31 décembre 2004. Le poste « Achats d'études » regroupe tous les comptes « 604... » du groupe et le poste sous-traitance regroupe tous les comptes « 611... ». Les charges d'intérim ont été reclassées en charge de personnel (cf. note 1.6.2).

### 7.3. Principaux postes du résultat financier

(en milliers d'€uros)	30/06/2005	30/06/2004	31/12/2004
<b>Produits financiers</b>	<b>11</b>	<b>3</b>	<b>24</b>
<b>Charges financières</b>	<b>118</b>	<b>129</b>	<b>273</b>
Intérêts des emprunts et des découverts	25	41	57
Intérêts sur affacturage	63	58	123
Retraitement du Crédit Bail	28	30	69
Autres	2		24
<b>Résultat financier</b>	<b>(107)</b>	<b>(126)</b>	<b>(249)</b>

#### 7.4. Principaux postes du résultat exceptionnel

(en milliers d'€uros)	30/06/2005	30/06/2004	31/12/2004
<b>Produits exceptionnels</b>	<b>164</b>	<b>432</b>	<b>684</b>
Produits cessions d'immobilisations		15	27
Autres produits exceptionnels	2	241	368
Reprise de provision	152	82	177
Profit sur exercices antérieurs	8	94	112
<b>Charges exceptionnelles</b>	<b>181</b>	<b>287</b>	<b>797</b>
Litiges sociaux	27	83	207
Contrôle fiscal	52		52
Autres charges exceptionnelles	15	122	156
Cessions d'immobilisations	20	9	41
Dotation provision	67	73	341
<b>Résultat exceptionnel</b>	<b>(17)</b>	<b>145</b>	<b>(113)</b>

#### 7.5. Ventilation de la charge de l'impôt entre impôt courant et impôt différé

Les impôts différés se décomposent de la façon suivante :

En K€	Impôts différés	Impact Variation de taux	Total
<b>30 Juin 2005</b>			
<b>ACTIF</b>	<b>356</b>	<b>(5)</b>	<b>351</b>
ORGANIC. participation. ...	42	(1)	41
PV latente OPCVM	14		14
ARD et déficit reportable	180	(2)	178
Provision retraite	43	(1)	42
Provisions non déductibles	43		43
Annulation transfert immobilisations	34	(1)	33
<b>PASSIF</b>	<b>50</b>	<b>(1)</b>	<b>49</b>
Retraitement du crédit bail	50	(1)	49
<b>Solde net actif</b>	<b>306</b>	<b>(4)</b>	<b>302</b>
<b>Solde net passif</b>			

Au 31 décembre 2004, le taux de l'impôt s'élevait à 34,33 %. Au 30 juin 2005, il est de 33,83 %. L'impact de ce changement de taux a été comptabilisé dans le compte de résultat.

Les déficits fiscaux sur les sociétés de groupe ont fait l'objet d'une analyse selon la situation de chaque société, et été activés chaque fois que probabilité de les imputer sur les résultats bénéficiaires futurs était forte en regard notamment du caractère exceptionnel de ce déficit.

L'importance du déficit reportable de la société BROAD INTERACTIVE a conduit à une activation partielle du déficit. Le montant non activé à ce jour est de 185 K€.

Les opérations de fusion en cours qui devraient être réalisées sur le second semestre de l'exercice, modifient l'analyse de la situation fiscale du groupe. Sous réserve de l'obtention de l'agrément prévu pour le transfert des déficits des filiales absorbées à la société PHONE MARKETING, il est vraisemblable que l'analyse de la nouvelle situation fiscale conduira à une activation complémentaire des déficits reportables au cours du second semestre de l'exercice.

## 7.6. Rapprochement entre charge d'impôt théorique et charge d'impôt totale comptabilisée

(en milliers d'€uros)	30/06/2005	30/06/2004	31/12/2004
Impôt exigible	273	220	324
Impôt différé	(15)	(97)	(20)
<b>Charge d'impôt consolidée</b>	<b>258</b>	<b>123</b>	<b>304</b>
Résultat avant impôt	678	184	589
Impôt théorique	229	63	202
Différences permanentes	29	60	102
<b>Charges nettes d'impôts</b>	<b>258</b>	<b>123</b>	<b>304</b>

Le taux d'impôt théorique utilisé pour le rapprochement est de 33,83 %.

## 8. AUTRES INFORMATIONS

### 8.1. Rémunération des organes de direction

Le montant des rémunérations allouées au 30 juin 2005 aux membres des organes de direction des sociétés consolidées à raison de leurs fonctions au s'élève à 319 832 €uros (pour 6 mois). Ce montant s'élevait à 405 828 €uros au 31 décembre 2004 (pour 12 mois).

### 8.2. Garanties et sûretés réelles

Le tableau relatif aux engagements hors bilan donnés dans le cadre de l'activité courante est le suivant :

En milliers d'€uros	30/06/2005	31/12/2004
<b>Créances factorisées</b>	<b>3 253</b>	<b>3 282</b>
<b>Sûretés réelles</b>	<b>1 187</b>	<b>1 187</b>
- Nantissement du Fonds de Commerce	823	823
- Nantissement de Titres	232	232
- Nantissement de SICAV	132	132
<b>Avals, cautions et garanties données</b>	<b>77</b>	<b>77</b>
<b>Autres engagement donnés</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

#### 8.2.1. Créances factorisées

Les créances factorisées sont représentatives des créances cédées à la société d'affacturage et dont le règlement n'est pas intervenu à la date de clôture.

#### 8.2.2. Nantissement sur fonds de commerce

Postes du bilan nantis	Valeur d'Origine	Date de départ du nantissement	Date d'échéance du nantissement	Montant nanti	Dettes restant au bilan
Emprunt CEPME	76	20/04/2000	20/04/2004	88	0
Emprunt HERVET	76	04/05/2000	04/04/2004	84	0
Emprunt HERVET	115	10/06/2002	01/06/2005	127	0
Emprunt CEPME	265	09/09/2002	31/10/2005	305	44
Emprunt HERVET	200	19/07/2004	19/07/2007	220	139
<b>TOTAL</b>				<b>823</b>	<b>183</b>

La société PHONE MARKETING SA a contracté :

- Le 20 avril 2000, un emprunt auprès du CREDIT D'EQUIPEMENT DES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES (C.E.P.M.E.) d'un montant de 500.000 francs (76 K€), sur une durée de 4 ans, aux fins du financement de l'apport en compte courant de la société PHONE MARKETING à la société PHONE MARKETING RHONE ALPES, pour lequel le fonds de commerce de la société PHONE MARKETING a été affecté à titre de nantissement, en 1er rang en concurrence avec la BANQUE HERVET à hauteur de 88 K€.

- Le 4 mai 2000, un emprunt auprès de la BANQUE HERVET d'un montant de 500.000 Francs (76 K€) sur une durée de 4 ans aux fins du financement de l'apport en comptes courants de la société PHONE MARKETING à la société PHONE MARKETING RHONE ALPES, pour lequel le fonds de commerce de la société PHONE MARKETING a été affecté à titre de nantissement en 1er rang à hauteur de 84 K€.
- Le 18 juin 2002, un emprunt auprès de la BANQUE HERVET d'un montant de 115 K€ sur une durée de 3 ans pour le financement des agencements des locaux d'exploitation de la société PHONE MARKETING SA. En garantie de cet emprunt, le fonds de commerce de la société PHONE MARKETING a été nanti à hauteur de 127 K€. Au 30 juin 2004, ces trois emprunts étaient intégralement remboursés, la radiation des inscriptions correspondante est en cours.
- Le 9 septembre 2002, un emprunt auprès du CREDIT D'EQUIPEMENT DES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES (C.E.P.M.E.) d'un montant de 265 K€, sur une durée de 3 ans, pour le financement de travaux d'aménagement dans les locaux sis 113, Rue Victor Hugo – 92300 LEVALLOIS PERRET. En garantie de cet emprunt, le fonds de commerce de la société PHONE MARKETING a été nanti à hauteur de 305 K€.
- Le 19 juillet 2004, un emprunt auprès de la BANQUE HERVET consenti à la société PHONE MARKETING d'un montant de 200 K€, sur une durée de 3 ans, pour le financement des investissements d'exploitation a fait l'objet de garanties réelles sur le fonds de commerce à hauteur de 220 K€.

### 8.2.3. Nantissement d'actifs monétaires

#### - Nantissement de titres

Postes du Bilan Nantis	Valeur d'origine	Titres nantis	Date de départ du nantissement	Date d'échéance du nantissement	Nombre de titres nantis	% capital nanti	Montant du capital nanti	Dette restant au Bilan
Emprunt SG	170	Titres TRADE FORCE	26/06/2002	26/06/2007	250	7%	3	75
Emprunt SG	73	Titres TRADE FORCE	27/06/2002	27/04/2007	250	7%	3	36
Emprunt SG	274	Titres HIGH TOUCH	26/06/2002	26/06/2007	500	50%	80	120
Emprunt SG	118	Titres HIGH TOUCH	26/06/2002	26/06/2007	500	50%	80	58
Emprunt SG	290	Titres STRATEGY CLUB	28/08/2003	28/08/2008	666	100%	67	197
<b>TOTAL</b>							<b>233</b>	<b>486</b>

En garantie de l'emprunt SOCIÉTÉ GÉNÉRALE de 170 K€ souscrit le 26 juin 2002, il a été nanti 250 parts de la société TRADE FORCE.

En garantie de l'emprunt SOCIÉTÉ GÉNÉRALE de 274 K€ souscrit le 26 juin 2002, il a été nanti 500 actions de valeur nominale de 160 € de la société HIGH TOUCH (anciennement PLUME DIRECT).

En garantie de l'emprunt Société Générale de 73 K€ souscrit le 26 juin 2002, il a été nanti 250 parts de la société TRADE FORCE.

En garantie de l'emprunt Société Générale de 118 K€ souscrit le 26 juin 2002, il a été nanti 500 actions de valeur nominale de 160 € de la société HIGH TOUCH (anciennement PLUME DIRECT).

En garantie de l'emprunt Société Générale de 290 K€ souscrit le 28 août 2003, il a été nanti 100% des actions de la société STRATEGY CLUB détenues par PHONE MARKETING.

#### - Nantissement de SICAV

Le 26 mars 1997, la société contracté une convention d'ouverture de crédit pour un montant de 76 K€. En garantie de cette convention, la société PHONE MARKETING a affecté en nantissement au profit de la SOCIÉTÉ GÉNÉRALE 38 SICAV TRÉSORERIE PREMIÈRE et 4 SICAV SOGÉVALOR.

En milliers d'€uros	30/06/2005
- 38 Trésorerie Première	128
- 4 SOGÉVALOR	4
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>

#### 8.2.4. Cautions

La société PHONE MARKETING SA s'est constituée caution solidaire en faveur de la BANQUE HERVET, pour sa filiale PHONE MARKETING MÉDITERRANÉE SARL, qui a bénéficié d'un prêt de 40 K€ destiné au financement de divers travaux.

La société PHONE MARKETING SA s'est constituée caution pour sa filiale HIGH TOUCH dans le cadre d'une location de matériel représentant un engagement de 37 K€.

#### 8.3. Informations sur les SCI patrimoniales

La SCI BORELY est propriétaire des locaux de l'agence de PHONE MARKETING MEDITERRANEE. Cette SCI est détenue à 100 % par le dirigeant de PHONE MARKETING. Conformément aux dispositions du bail, le loyer annuel s'élève à 22 K€.

La SCI NEVI est propriétaire des locaux à usage de bureau utilisés par la société High Touch. Conformément aux dispositions du bail, le loyer annuel s'élève à 83 K€.

#### 8.4. Exposition aux risques de change, de taux et de marché

Le groupe opérant exclusivement dans la zone « Euro » n'est pas exposé au risque de change. L'exposition au risque de taux est limitée à la gestion de la trésorerie et à l'endettement à long terme affecté au financement des actifs d'exploitation.

Le groupe n'utilise pas de produits dérivés dans la gestion de sa trésorerie.

#### 8.5. Effectifs

	30 juin 2005
<b>C.D.I</b>	
Cadres	72
Employés	202
<b>C.D.D.</b>	
Téléopérateurs	200
<b>TOTAL</b>	<b>474</b>

L'effectif moyen correspond à l'effectif moyen en équivalent temps plein.

#### 8.6. Droit Individuel à la formation

Les branches professionnelles dont dépendent les sociétés du groupe PHONE MARKETING, n'ayant pas conclu d'accord sur le DROIT INDIVIDUEL À FORMATION [DIF], les salariés n'en bénéficient qu'à compter de mai 2005 pour tous ceux qui avaient un an d'ancienneté en mai 2004, pour les salariés en contrat en durée indéterminée et 4 mois d'ancienneté pour ceux en contrat en durée déterminée.

Aucun accord particulier n'a été conclu au niveau de l'entreprise. A fin juin 2005, aucune demande de DIF n'a été exprimée.

241 salariés en CDI et 180 salariés en CDD remplissent les conditions au 30 juin 2005 et pourront faire valoir leur DIF à partir de mai 2005. A fin juin 2005, aucune demande de DIF n'a été exprimée. Les DROITS INDIVIDUELS À FORMATION acquis par les salariés au 30 Juin 2005 s'élèvent à 7 988,98 heures.

## 20.2. Vérification des informations annuelles historiques

### 20.2.1. Rapports des commissaires aux comptes relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2002

#### ✓ **Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés**

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale, nous avons procédé au contrôle des comptes consolidés de la société PHONE MARKETING, relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2002, présentés pages 4 à 32 du présent rapport.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le Conseil d'Administration. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes 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, établis conformément aux règles et principes comptables applicables en France, sont réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les entreprises comprises dans la consolidation.

Sans remettre en cause l'opinion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur les changements apportés aux méthodes comptables et à la présentation comptable, concernant l'adoption par la société des dispositions du nouveau règlement sur les passifs résultant de l'avis n°00-01 du 20 avril 2000 du CNC intégré au Plan Comptable Général par décision du Comité de la Réglementation Comptable n°2000-06 du 7 décembre 2000 et la présentation des créances factorisées, changements exposés à la note II.2 de l'annexe.

Par ailleurs, nous avons également procédé conformément aux normes professionnelles applicables en France à la vérification des informations relatives au groupe données dans le rapport de gestion. Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Fait à Paris, le 10 juin 2003.  
Les commissaires aux comptes

Elisabeth MERCIER DE LACOMBE

Yann MARCHAND

*Commissaire aux Comptes*  
MEMBRE DE LA COMPAGNIE REGIONALE DE PARIS  
PARIS

*Commissaire aux Comptes*  
MEMBRE DE LA COMPAGNIE REGIONALE DE

✓ **Rapport spécial des commissaires aux comptes**

En notre qualité de commissaires aux comptes de votre société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions réglementées. En application de l'article L. 225-40 du Code de Commerce, nous avons été avisé des conventions qui ont fait l'objet de l'autorisation préalable de votre Conseil d'Administration.

Il ne nous appartient pas de rechercher l'existence d'autres conventions mais de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de celles dont nous avons été avisés, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé. Il vous appartient, selon les termes de l'article 92 du décret du 23 mars en 1967, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en oeuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

Votre Conseil d'Administration a autorisé la convention suivante au cours de l'exercice :

- Convention de groupe régissant l'ensemble des relations intersociétés

Au titre de cette convention, les opérations suivantes ont été réalisées :

➤ **Avec la société anonyme HIGH TOUCH**

Personnes concernées :            Monsieur Marc GLADYSZ  
   Madame Nathalie HENRIOT  
   Monsieur Jacques WILLEMS

1. Avec effet au 15 janvier 2002, votre société a conclu un contrat de location avec la société HIGH TOUCH d'une durée d'un an renouvelable par tacite reconduction à chaque date anniversaire; pour une redevance mensuelle de 1 834,42 € HT, soit pour la période du 15 janvier 2002 au 31 décembre 2002, un produit global de 21 095,83 € HT. Cette redevance comprend la participation à une quote-part de loyers et charges, locations et frais annexes.

2. Avec effet au 1er janvier 2002, votre société refacture à la société HIGH TOUCH une participation trimestrielle au budget communication de 10 654,92 € HT soit un produit annuel de 42 619,58 € HT.

3. Votre société a facturé à la société HIGH TOUCH des prestations sur des opérations de marketing du 1er janvier 2002 au 31 décembre 2002 pour un total de 6 543,80 € HT.

4. La société HIGH TOUCH a facturé à votre société des prestations sur des opérations de marketing pour l'exercice 2002, pour un total de 56 027,00 € HT.

➤ **Avec la société anonyme TRADE FORCE**

Personnes concernées :            Monsieur Marc GLADYSZ  
   Monsieur Jacques WILLEMS  
   Madame Nathalie HENRIOT

1. La société TRADE FORCE a facturé à votre société les prestations de service et les travaux de sous-traitance. Les prestations facturées au cours de l'exercice se sont élevées à 9 402 € HT.

2. Avec effet au 1er janvier 2002, votre société refacture à la société TRADE FORCE une participation trimestrielle au budget communication de 9 132,25 € HT soit un produit annuel de 36 529 € HT.

3. Votre société refacture à la société TRADE FORCE les loyers relatifs aux locaux d'exploitation occupés par la société TRADE FORCE. Le montant annuel facturé au 31 décembre 2002 s'élève à 22 013,40 € HT.

➤ **Avec la société à responsabilité limitée PHONE MARKETING MÉDITERRANÉE**

Personne concernée :            Monsieur Marc GLADYSZ

1. La société PHONE MARKETING MÉDITERRANÉE a facturé à votre société les prestations de service et les travaux de sous-traitance qu'elle lui a fournis. Les prestations facturées au cours de l'exercice se sont élevées à 487 999 € HT.

2. Cette même société a reversé à votre société à titre de remboursement de frais sur opérations de marketing une somme de 33 546 € HT.

3. Votre société a facturé des intérêts sur les avances de trésorerie consenties à la société PHONE MARKETING MÉDITERRANÉE. Le montant annuel des intérêts facturés au 31 décembre 2002 s'est élevé à 6 470,36 euros.

➤ **Avec la société à responsabilité limitée PHONE MARKETING RHÔNE ALPES**

Personne concernée : Monsieur Marc GLADYSZ

1. La société PHONE MARKETING RHÔNE ALPES a facturé à votre société les prestations de service et les travaux de sous-traitance. Les prestations facturées au cours de l'exercice se sont élevées à 350 853 euros HT.

2. Cette même société a reversé à votre société à titre de remboursement de frais sur opérations de marketing une somme de 30 927 euros HT.

3. Votre société a facturé des intérêts sur les avances de trésorerie consenties à la société PHONE MARKETING RHÔNE ALPES. Le montant annuel des intérêts facturés au 31 décembre 2002 s'est élevé à 1 492,45 euros.

➤ **Avec la société anonyme MANETOO**

Personnes concernées : Monsieur Marc GLADYSZ  
Madame Emilie LEVY

1. Votre société a facturé des intérêts sur les avances de trésorerie consenties à la société MANETOO. Le montant annuel des intérêts facturés au 31 décembre 2002 s'est élevé à 1 294,29 euros.

Par ailleurs, en application du décret du 23 mars 1967, nous avons été informés que l'exécution de la convention suivante, approuvée au cours d'exercices antérieurs, s'est poursuivie au cours du dernier exercice :

➤ **Avec la société civile immobilière BURO BORELY :**

Personne concernée : Monsieur Marc GLADYSZ

1. La société BURO BORELY a facturé à votre société la location des locaux sis 40, rue de Hambourg, 13008 Marseille pour un montant, inchangé par rapport à l'exercice précédent de 9 147 euros HT.

Fait à Paris, le 10 juin 2003.  
Les commissaires aux comptes

Elisabeth MERCIER DE LACOMBE

Yann MARCHAND

*Commissaire aux Comptes*  
MEMBRE DE LA COMPAGNIE RÉGIONALE DE PARIS  
PARIS

*Commissaire aux Comptes*  
MEMBRE DE LA COMPAGNIE RÉGIONALE DE  
PARIS

## 20.2.2. Rapports des commissaires aux comptes relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2003

### ✓ **Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés**

En exécution de la mission qui nous a été confiée par vos Assemblées Générales, nous avons procédé au contrôle des comptes consolidés de la société PHONE MARKETING, relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2003, présentés pages 4 à 36 du présent rapport.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le Conseil d'Administration. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

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

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes 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, établis conformément aux règles et principes comptables applicables en France, sont réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les entreprises comprises dans la consolidation.

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

En application des dispositions de l'article L. 225-235, premier alinéa, du Code de commerce relatif à la justification de nos appréciations, introduite par la loi de sécurité financière du 1<sup>er</sup> août 2003 et applicable pour la première fois à cet exercice, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

##### **Changements de règles et méthodes comptables**

- La note II-2 de l'annexe expose les règles et méthodes comptables relatives à l'évaluation des écarts d'acquisition. Cette note indique que l'évaluation de ces écarts, lors de l'inventaire, à la valeur d'usage, repose sur une analyse des flux de trésorerie prévisionnels actualisés des activités des sociétés acquises. Nous avons procédé à l'appréciation des approches retenues par la société sur la base des éléments disponibles à ce jour. Nous avons procédé à l'appréciation du caractère raisonnable de ces estimations.
- La note II-2 de l'annexe expose les règles et méthodes comptables relatives à l'évaluation des indemnités de départ à la retraite. Cette note indique que les indemnités de départ à la retraite sont déterminées en fonction, des salaires projetés de fin de carrière, du taux de rotation du personnel, de l'espérance de vie ; et d'hypothèses d'actualisation des versements prévisibles. Nos travaux ont consisté à apprécier les données et les hypothèses sur lesquelles se fondent ces estimations et leur traduction chiffrée.

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 sans réserve, exprimée dans la première partie de ce rapport.

#### **III. Vérifications et informations spécifiques**

Par ailleurs, nous avons également procédé conformément aux normes professionnelles applicables en France à la vérification des informations relatives au groupe données dans le rapport de gestion.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Fait à Paris, le 11 juin 2004.  
Les commissaires aux comptes,

FIDORG WINDSOR,  
Eric BATTEUR  
*Commissaire aux Comptes*  
MEMBRE DE LA COMPAGNIE REGIONALE DE CAEN

Yann MARCHAND  
*Commissaire aux Comptes*  
MEMBRE DE LA COMPAGNIE REGIONALE DE PARIS

✓ **Rapport spécial des commissaires aux comptes**

Mesdames, Messieurs les actionnaires,

En notre qualité de commissaires aux comptes de votre société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions réglementées.

En application de l'article L. 225-40 du Code de Commerce, nous avons été avisé des conventions qui ont fait l'objet de l'autorisation préalable de votre Conseil d'Administration.

Il ne nous appartient pas de rechercher l'existence d'autres conventions mais de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de celles dont nous avons été avisés, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé.

Il vous appartient, selon les termes de l'article 92 du décret du 23 mars en 1967, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation. Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en oeuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

**I. EXTENSION DE LA CONVENTION DE GROUPE AUX SOCIÉTÉS BROAD INTERACTIVE SA, STRATEGY CLUB SAS ET THE MARKETING GROUP SAS.**

L'autorisation d'adhésion des nouvelles sociétés à la convention de groupe régissant l'ensemble des relations entre les différentes sociétés du groupe conclue en date du 19 juillet 2002 a été constatée, préalablement à son exécution, par le conseil d'administration du 8 décembre 2003.

Administrateurs communs	Sociétés	Objet	Charges	Produits
Marc GLADYSZ Emilie LEVY Jacques WILLEMS	BROAD INTERACTIVE	Opérations Marketing		6 047
Marc GLADYSZ Emilie LEVY Jacques WILLEMS	BROAD INTERACTIVE	Intérêts sur avances de trésorerie		3 939
Marc GLADYSZ	THE MARKETING GROUP	Opérations Marketing	18 622	

**II. CONTRAT D'ANIMATION DE COURS.**

Cette convention a été autorisée préalablement par le conseil d'administration du 13 mai 2003.

Personnes concernées : Monsieur Marc GLADYSZ

En vue de favoriser la liquidation des transactions et la régularité des cotations des titres Monsieur Marc GLADYSZ a souscrit auprès de la société KBC SECURITIES FRANCE un contrat de liquidité. Au titre de cette convention, il a été refacturé à votre société un montant de 2 500 € par trimestre, soit 7 500 € HT sur l'exercice 2003.

Par ailleurs, en application du décret du 23 mars 1967, nous avons été informés que l'exécution des conventions suivantes, approuvées au cours d'exercices antérieurs, s'est poursuivie au cours du dernier exercice :

**I. CONVENTION DE SOUS-LOCATION AVEC LA SOCIÉTÉ CIVILE IMMOBILIÈRE BURO BORELY :**

Personne concernée : Monsieur Marc GLADYSZ

La société BURO BORELY a facturé à votre société la location des locaux sis 40, rue de Hambourg, 13008 MARSEILLE pour un montant de 9 600 € HT.

## II. CONVENTION DE GROUPE RÉGISSANT L'ENSEMBLE DES RELATIONS ENTRE PHONE MARKETING SA, PHONE MARKETING RHÔNE-ALPES SARL, PHONE MARKETING MÉDITERRANÉE SARL, MANETOO SAS, HIGH TOUCH SA ET TRADE FORCE SA.

Cette convention a été autorisée par le conseil d'administration du 19 juillet 2002. Au titre de cette convention, les opérations suivantes ont été réalisées :

Personnes concernées	Sociétés	Objet	Charges	Produits
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS	HIGH TOUCH	Location		22 013
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS	HIGH TOUCH	Participation au budget communication		127 859
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS	HIGH TOUCH	Relation presse		12 000
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS	HIGH TOUCH	Opérations Marketing		33 907
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS	HIGH TOUCH	Opérations Marketing	2 725	
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS	HIGH TOUCH	Maintenance site Web	15 925	
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS	TRADE FORCE	Opérations Marketing		60 560
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS	TRADE FORCE	Participation au budget communication		109 587
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS	TRADE FORCE	Relation presse		12 000
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS	TRADE FORCE	Location		22 013
Marc GLADYSZ	PHONE MARKETING MÉDITERRANÉE	Opérations Marketing	567 025	
Marc GLADYSZ	PHONE MARKETING MÉDITERRANÉE	Remboursement de frais		52 893
Marc GLADYSZ	PHONE MARKETING MÉDITERRANÉE	Intérêts sur avances de trésorerie		6 416
Marc GLADYSZ	PHONE MARKETING MÉDITERRANÉE	Opérations Marketing	464 540	
Marc GLADYSZ	PHONE MARKETING MÉDITERRANÉE	Remboursement de frais		127 253
Marc GLADYSZ	PHONE MARKETING MÉDITERRANÉE	Intérêts sur avances de trésorerie		1 796

Marc GLADYSZ Emilie LEVY Jacques WILLEMS	MANETOO	Opérations Marketing	63 603
Marc GLADYSZ Emilie LEVY Jacques WILLEMS	MANETOO	Intérêts sur avances de trésorerie	1 231

Nous vous donnons ci-dessous une liste synthétique des personnes concernées par les conventions réglementées ainsi que de leurs mandats :

- Marc GLADYSZ : Président Directeur Général de la Société PHONE MARKETING, de la Société BROADINTERACTIVE, et de la Société MANETOO, Administrateur de la Société HIGH TOUCH et de la Société TRADE FORCE, gérant de la Société PHONE MARKETING MÉDITERRANÉE, gérant de la Société PHONE MARKETING RHÔNE ALPES, Président de la Société THE MARKETING GROUP, gérant de la SCI BURO BORELY.
- Emilie LEVY : Administrateur de la Société PHONE MARKETING, de la Société BROADINTERACTIVE, et de la Société MANETOO.
- Jacques WILLEMS: Administrateur de la Société PHONE MARKETING, Administrateur de la Société BROADINTERACTIVE, Président-Directeur Général de la Société TRADE FORCE, Administrateur de la Société MANETOO et de la Société HIGH TOUCH.
- Nathalie HENRIOT: Administrateur de la Société PHONE MARKETING, Président – Directeur Général de la Société HIGH TOUCH, Administrateur de la Société TRADE FORCE.

Fait à Paris, le 11 juin 2004.  
Les commissaires aux comptes,

FIDORG WINDSOR,

Yann MARCHAND

Eric BATTEUR  
*Commissaire aux Comptes*  
MEMBRE DE LA COMPAGNIE REGIONALE DE CAEN

*Commissaire aux Comptes*  
MEMBRE DE LA COMPAGNIE REGIONALE DE PARIS

### *20.2.3. Rapports des commissaires aux comptes relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2004*

#### **✓ Rapport des commissaires aux comptes sur les comptes consolidés**

En exécution de la mission qui nous a été confiée par vos Assemblées Générales, nous avons procédé au contrôle des comptes consolidés de la société PHONE MARKETING, relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2004, présentés pages 4 à 32 du présent rapport.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le Conseil d'Administration. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

## **1. Opinion sur les comptes consolidés**

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes 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, établis conformément aux règles et principes comptables applicables en France, sont réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les entreprises comprises dans la consolidation.

## 2. Justification des appréciations

En application des dispositions de l'article L. 225-235, 1<sup>er</sup> alinéa, du Code de commerce relatif à la justification de nos appréciations, introduite par la loi de sécurité financière du 1<sup>er</sup> août 2003, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

- *La note 5.1 de l'annexe expose les règles et méthodes comptables relatives à l'évaluation des écarts d'acquisition. Cette note indique que l'évaluation de ces écarts, lors de l'inventaire, à la valeur d'usage, repose sur une analyse des flux de trésorerie prévisionnels actualisés des activités des sociétés acquises. Dans le cadre de notre appréciation des règles et principes comptables suivis et des estimations retenues par votre société, nous nous sommes assurés du caractère raisonnable des hypothèses retenues pour les données prévisionnelles et de l'évaluation des écarts d'acquisition qui en résulte.*
- *La note 5.5 de l'annexe expose les règles et méthodes comptables relatives à l'évaluation des indemnités de départ à la retraite. Cette note indique que les indemnités de départ à la retraite sont déterminées en fonction, des salaires projetés de fin de carrière, du taux de rotation du personnel, de l'espérance de vie ; et d'hypothèses d'actualisation des versements prévisibles. Nos travaux ont consisté à apprécier les données et les hypothèses sur lesquelles se fondent ces estimations et leur traduction chiffrée.*

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

## 3 .Vérification spécifique

Par ailleurs, nous avons également procédé conformément aux normes professionnelles applicables en France à la vérification des informations relatives au groupe données dans le rapport de gestion.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Fait à Paris et Caen, le 7 juin 2005.  
Les commissaires aux comptes,

Pour la SAS GROUPE FIDORG,

Yann MARCHAND

Eric BATTEUR  
*Commissaire aux Comptes*  
MEMBRE DE LA COMPAGNIE REGIONALE DE CAEN

*Commissaire aux Comptes*  
MEMBRE DE LA COMPAGNIE REGIONALE DE PARIS

✓ **Rapport spécial des commissaires aux comptes**

Mesdames, Messieurs les actionnaires,

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.

Il nous appartient, sur la base des informations qui nous ont été données, de vous communiquer les caractéristiques et les modalités essentielles de ces conventions, ainsi que les circonstances en raison desquelles la procédure d'autorisation n'a pas été suivie, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé. Il vous appartient, selon les termes de l'article 92 du décret du 23 mars 1967, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en oeuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

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

En application du décret du 23 mars 1967, nous avons été informés que l'exécution des conventions suivantes, approuvées au cours d'exercices antérieurs, s'est poursuivie au cours du dernier exercice :

**1. CONVENTION DE GROUPE RÉGISSANT L'ENSEMBLE DES RELATIONS ENTRE BROAD INTERACTIVE SA, PHONE MARKETING SA, PHONE MARKETING RHÔNE-ALPES SARL, PHONE MARKETING MÉDITERRANÉE SARL, MANETOO SAS, HIGH TOUCH SA, STRATEGY CLUB SAS, TRADE FORCE SA, THE MARKETING GROUP SAS.**

La convention entre PHONE MARKETING SA, PHONE MARKETING RHÔNE-ALPES SARL, PHONE MARKETING MÉDITERRANÉE SARL, MANETOO SAS, HIGH TOUCH SA ET TRADE FORCE SA a été autorisée par le conseil d'administration du 19 juillet 2002.

L'autorisation d'adhésion des sociétés BROAD INTERACTIVE SA, STRATEGY CLUB SAS et THE MARKETING GROUP SAS à la convention de groupe régissant l'ensemble des relations entre les différentes sociétés du groupe conclue en date du 19 juillet 2002 a été constatée, préalablement à son exécution, par le conseil d'administration du 8 décembre 2003.

Au titre de cette convention, les opérations suivantes ont été réalisées :

Personnes concernées	Sociétés	Objet	Charges	Produits
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS	HIGH TOUCH	Location		9 978
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS	HIGH TOUCH	Participation au budget communication		127 859
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS	HIGH TOUCH	Opérations Marketing		18 932
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS	HIGH TOUCH	Opérations Marketing	8 911	
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS	HIGH TOUCH	Frais de rénovation hall	3 678	
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS	HIGH TOUCH	Maintenance site Web	4 160	

Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS	HIGH TOUCH	Prestations de Direction générale et de Direction Financière		51 452
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS	TRADE FORCE	Location		25 826
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS	TRADE FORCE	Participation au budget communication		109 587
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS	TRADE FORCE	Opérations Marketing	15 476	
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS	TRADE FORCE	Refacturation de frais		4 029
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS	TRADE FORCE	Prestations de Direction générale et de Direction Financière		23 560
Marc GLADYSZ	PHONE MARKETING MÉDITERRANÉE	Prestation Administrative	20 580	
<b>Personnes concernées</b>	<b>Sociétés</b>	<b>Objet</b>	<b>Charges</b>	<b>Produits</b>
Marc GLADYSZ	PHONE MARKETING MÉDITERRANÉE	Prestations de Direction générale et de Direction Financière		164 157
Marc GLADYSZ	PHONE MARKETING MÉDITERRANÉE	Location de matériel		190 851
Marc GLADYSZ	PHONE MARKETING MÉDITERRANÉE	Opérations Marketing		2 620
Marc GLADYSZ	PHONE MARKETING MÉDITERRANÉE	Intérêts sur avances de trésorerie		4 659
Marc GLADYSZ	PHONE MARKETING RHONE ALPES	Prestation Administrative	93 666	
Marc GLADYSZ	PHONE MARKETING RHONE ALPES	Prestations de Direction générale et de Direction Financière		274 104
Marc GLADYSZ	PHONE MARKETING RHONE ALPES	Location de matériel		3 670
Marc GLADYSZ	PHONE MARKETING RHONE ALPES	Opérations Marketing	6 648	
Marc GLADYSZ	PHONE MARKETING RHONE ALPES	Opérations Marketing		613 222
Marc GLADYSZ	PHONE MARKETING RHONE ALPES	Intérêts sur avances de trésorerie		474
Marc GLADYSZ Emilie LEVY Jacques WILLEMS	MANETOO	Opérations Marketing		65 472
Marc GLADYSZ Emilie LEVY Jacques WILLEMS	MANETOO	Intérêts sur avances de trésorerie		99
Marc GLADYSZ Emilie LEVY Jacques WILLEMS	MANETOO	Prestations de Direction générale et de Direction Financière		10 166
Jacques WILLEMS Marc GLADYSZ	STRATEGY CLUB	Intérêts sur avances de trésorerie		670
Jacques WILLEMS Marc GLADYSZ	STRATEGY CLUB	Opérations Marketing	13 281	

Jacques WILLEMS Marc GLADYSZ	STRATEGY CLUB	Refacturation de frais		291
Jacques WILLEMS Marc GLADYSZ	STRATEGY CLUB	Prestations de Direction générale et de Direction Financière		12 919
Marc GLADYSZ Emilie LEVY Jacques WILLEMS	BROADINTERACTIVE	Intérêts sur avances de trésorerie		10 192
Marc GLADYSZ Emilie LEVY Jacques WILLEMS	BROADINTERACTIVE	Prestations de Direction générale et de Direction Financière		25 155
Marc GLADYSZ Emilie LEVY Jacques WILLEMS	BROADINTERACTIVE	Refacturation de frais		1 240
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS Emilie LEVY	THE MARKETING GROUP	Opérations Marketing	4 191	
<b>Personnes concernées</b>	<b>Sociétés</b>	<b>Objet</b>	<b>Charges</b>	<b>Produits</b>
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS Emilie LEVY	THE MARKETING GROUP	Opérations Marketing		170 620
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS Emilie LEVY	THE MARKETING GROUP	Intérêts sur avances de trésorerie		1 392
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS Emilie LEVY	THE MARKETING GROUP	Prestations de Direction générale et de Direction Financière		21 898
Marc GLADYSZ Nathalie HENRIOT Jacques WILLEMS Emilie LEVY	THE MARKETING GROUP	Prestation d'assistance commerciale		50 312

## 2. CONTRAT D'ANIMATION DE COURS

Personnes concernées : Monsieur Marc GLADYSZ

En vue de favoriser la liquidité des transactions et de la régularité des cotations des titres, Monsieur Marc GLADYSZ a souscrit auprès de la société KBC SECURITIES FRANCE, un contrat de liquidité.

Cette convention a été autorisée préalablement par le Conseil d'administration du 13 mai 2003.

Au titre de cette convention, il a été refacturé à votre société un montant de 2 500 € par trimestre, soit 10 000 € H.T. sur l'exercice 2004.

Par ailleurs, en notre qualité de commissaire aux comptes de votre société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions visées à l'article L. 225-42 du code de commerce.

En application de l'article L. 225-240 du Code de commerce, nous vous informons que ces conventions n'ont pas fait l'objet d'une autorisation préalable de votre Conseil d'administration.

Il nous appartient, sur la base des informations qui nous ont été données, de vous communiquer les caractéristiques et les modalités essentielles de ces conventions, ainsi que les circonstances en raison desquelles la procédure d'autorisation n'a pas été suivie, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur

bien-fondé. Il vous appartient, selon les termes de l'article 92 du décret du 23 mars 1967, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en oeuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

### 3. CONVENTION D'INTÉGRATION FISCALE

Personnes concernées :  
PHONE MARKETING SA  
PHONE MARKETING RHÔNE-ALPES SARL  
PHONE MARKETING MÉDITERRANÉE SARL  
BROAD INTERACTIVE SA  
MANETOO SA  
HIGH TOUCH SA  
TRADE FORCE SA  
STRATEGY CLUB SAS  
THE MARKETING GROUP SAS  
Monsieur Marc GLADYSZ  
Madame Emilie LEVY  
Monsieur Jacques WILLEMS  
Madame Nathalie HENRIOT

Cette convention place pour une durée de 5 exercices à compter du 1er janvier 2005 sous le régime fiscal de l'intégration en optant pour le régime de groupe les sociétés suivantes dont elle détient, conformément aux dispositions de l'article 223 A du Code Général des Impôts, 95 % au moins du capital social :

Cette convention a été examinée préalablement à sa conclusion par le Conseil d'administration de PHONE MARKETING SA du 2 décembre 2004.

Tous les administrateurs composant le conseil étant intéressés par la conclusion et la signature de cette convention, elle n'a pu être autorisée préalablement par le Conseil d'administration.

### 4. ABANDON DE CRÉANCE AU PROFIT DE LA SOCIÉTÉ BROAD INTERACTIVE

Personnes concernées :  
PHONE MARKETING SA  
BROAD INTERACTIVE SA  
Monsieur Marc GLADYSZ  
Madame Emilie LEVY  
Monsieur Jacques WILLEMS

Le conseil d'administration du 2 décembre 2004 a autorisé l'abandon de créance au profit de la société BROAD INTERACTIVE à hauteur de € 220 000.

Tous les administrateurs composant le Conseil étant intéressés par la conclusion et la signature de cette convention, cette convention n'a pu être autorisée préalablement par le Conseil d'administration.

Fait à Paris et à Caen, le 7 juin 2005  
Les commissaires aux comptes,

Pour la SAS GROUPE FIDORG,

Yann MARCHAND

Eric BATTEUR  
*Commissaire aux Comptes*  
MEMBRE DE LA COMPAGNIE REGIONALE DE CAEN  
PARIS

*Commissaire aux Comptes*  
MEMBRE DE LA COMPAGNIE REGIONALE DE

#### 20.2.4. Examen limité des commissaires aux comptes relatifs à l'exercice clos le 30 juin 2005

Mesdames, Messieurs les actionnaires,

A la suite de la demande qui nous a été faite, et en notre qualité de Commissaires aux Comptes de la société PHONE MARKETING SA, nous avons effectué un examen limité des comptes semestriels consolidés, relatifs à la période du 1er janvier au 30 juin 2005, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

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

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

Sur la base de notre examen limité, nous n'avons pas relevé d'anomalies significatives de nature à remettre en cause, au regard des règles et principes comptables français, la régularité et la sincérité des comptes semestriels consolidés et l'image fidèle qu'ils donnent du patrimoine, de la situation financière ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les entreprises comprises dans la consolidation.

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur les changements de méthode et de présentation comptable exposés dans la note 1.5. de l'annexe et concernant pour l'un l'application des règlements CRC n° : 2002-10 et 2004-06 sur les actifs, et pour l'autre les modifications effectuées à la présentation du compte de résultat.

Fait à Paris le 17 novembre 2005.  
Les commissaires aux comptes,

Pour la SAS GROUPE FIDORG,

Yann MARCHAND

Eric BATTEUR  
Commissaire aux Comptes  
MEMBRE DE LA COMPAGNIE REGIONALE DE CAEN

Commissaire aux Comptes  
MEMBRE DE LA COMPAGNIE REGIONALE DE PARIS

### 20.3. Politique de distribution des dividendes

Il est rappelé qu'au cours des exercices précédents, il est intervenu les distributions de dividendes suivantes :

	Au 31/12/2001	Au 31/12/2002	Au 31/12/2003	Au 31/12/2004
<b>Distribution de dividendes</b>				
Montant global	0,00 €	132 833,76 €	0,00 €	89 576,28 €
Dividende net / action	0,00 € / action	0,06 € / action	0,00 € / action	0,04 € / action

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

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

La Société est, ou est susceptible d'être, impliquée dans un certain nombre de procédures juridictionnelles à caractère social dans le cours normal de ses activités (cf paragraphe 4.1). Des dommages et intérêts sont, ou peuvent être, demandés dans le cadre de certaines de ces procédures. La Société estime que la nature ou les montants sur lesquels portent les litiges ou situations contentieuses connus ou en cours à ce jour ne devraient pas affecter sa situation financière consolidée de façon significative en cas d'issue défavorable.

Il n'existe pas d'autre procédure gouvernementale, judiciaire ou d'arbitrage, y compris toute procédure dont la société a connaissance, qui est en suspens ou dont elle est menacée, susceptible d'avoir ou ayant eu au cours des 12 derniers mois des effets significatifs sur la situation financière ou la rentabilité de la société et/ou du groupe.

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

La Société n'a pas eu de changement significatif de sa situation financière ou commerciale depuis le semestre clos le 30 juin 2005.

Il est cependant à noter que l'entreprise a procédé à une fusion de ses diverses entités juridiques, comme indiqué au paragraphe 7.1 de la Partie I.

## 21. INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES

*Il est prévu que l'Assemblée Générale mixte des actionnaires devant se réunir le 15 novembre 2005 décide, sous la condition suspensive de l'admission des actions de la Société à la négociation sur le marché Alternext d'Euronext Paris, et conséquemment à l'opération de fusion réalisée, l'adoption des modifications à apporter aux statuts suite à la fusion.*

### 21.1. Capital Social

#### *21.1.1. Conditions auxquelles les statuts soumettent les modifications du capital et des droits attachés aux actions (article 8 des statuts)*

#### **Article 8. Modification du capital**

##### **8.1. Augmentation du capital**

###### *8.1.1. Modalités :*

Le capital social peut être augmenté, soit par émission d'actions ordinaires ou de préférence, soit par majoration du montant nominal des titres de capital existants.

Il peut être augmenté par l'exercice de droits attachés à des valeurs mobilières donnant accès au capital dans les conditions prévues par les articles L.225-149 et L.225-177 du Code de Commerce.

Les titres de capital nouveaux sont émis soit à leur montant nominal, soit à ce montant majoré d'une prime d'émission. Ils sont libérés soit par apport en numéraire y compris par compensation avec des créances liquides et exigibles sur la société, soit par apport en nature, soit par incorporation de réserves, bénéfiques ou prime d'émission, soit en conséquence d'une fusion ou d'une scission.

Ils peuvent être libérés consécutivement à l'exercice d'un droit attaché à des valeurs mobilières donnant accès au capital comprenant, le cas échéant, le versement des sommes correspondantes.

L'augmentation du capital par majoration du montant nominal des titres de capital ne peut être décidée qu'avec le consentement unanime des actionnaires, à moins qu'elle ne soit réalisée par incorporation de réserves, bénéfiques ou primes d'émission.

Les titres de capital nouveaux sont émis, soit à leur montant nominal, soit à ce montant majoré d'une prime d'émission.

###### *8.1.2. Organes de décision :*

L'assemblée générale extraordinaire est seule compétente pour décider une augmentation de capital immédiate ou à terme, sur le rapport du conseil d'administration.

Si l'augmentation du capital est réalisée par incorporation de réserves, bénéfiques ou primes d'émission, l'assemblée générale extraordinaire statue aux conditions de quorum et de majorité prévues pour les assemblées générales ordinaires.

Dans ce cas l'assemblée générale peut, dans les mêmes conditions de quorum et de majorité, décider que les droits formant rompus ne sont ni négociables, ni cessibles et que les titres de capital correspondants sont vendus ; les sommes provenant de la vente sont allouées aux titulaires des droits dans les conditions fixées par décret.

L'assemblée générale extraordinaire qui décide l'augmentation de capital, peut déléguer au conseil d'administration le pouvoir de fixer les modalités de l'émission des titres.

L'augmentation de capital doit être réalisée dans le délai de cinq ans à dater de l'assemblée générale qui l'a décidée ou de la délégation consentie.

Ce délai ne s'applique pas aux augmentations de capital à réaliser à la suite de l'exercice d'un droit attaché à une valeur mobilière donnant accès au capital ou à la suite des levés d'options au profit des membres du personnel salarié de la société en application des modalités légales et réglementaires.

L'assemblée générale extraordinaire peut déléguer au conseil d'administration sa compétence pour décider de l'augmentation de capital, elle fixe la durée, qui ne peut excéder vingt-six mois, durant laquelle cette délégation peut être utilisée et le plafond global de cette augmentation. Cette délégation prive d'effet toute délégation antérieure ayant le même objet.

Dans la limite de la délégation donnée par l'assemblée générale, le conseil d'administration dispose des pouvoirs nécessaires pour fixer les conditions d'émission, constater la réalisation des augmentations de capital qui en résultent et procéder à la modification corrélative des statuts.

###### *8.1.3. Augmentation de capital en numéraire :*

Le capital social doit être intégralement libéré avant toute émission d'actions nouvelles à libérer en numéraire.

#### 8.1.4. *Droit préférentiel de souscription :*

Les actionnaires et les titulaires de certains titres prévus par la loi ont, proportionnellement au montant de leurs actions, un droit de préférence à la souscription des actions du numéraire émises.

Ce droit est exercé dans les conditions prévues par la réglementation en vigueur, qui détermine également les conditions dans lesquelles il peut être supprimé ou limité.

La décision relative à la conversion des actions de préférence emporte renonciation des actionnaires au droit préférentiel de souscription aux actions issues de la conversion.

La décision d'émission de valeurs mobilières donnant accès au capital emporte également renonciation des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux titres de capital auxquels les valeurs mobilières émises donnent droit.

Les actionnaires peuvent renoncer à titre individuel à leur droit préférentiel en avertissant la société par lettre recommandée.

La renonciation collective au droit préférentiel de souscription à titre irréductible résulte d'une décision de l'assemblée générale extraordinaire rendue sur rapports du conseil d'administration et du commissaire aux comptes contenant les indications prévues par la réglementation. Si la suppression a lieu au profit de personnes non dénommées le prix d'émission ne pourra être inférieur aux limites légales.

L'assemblée qui décide ou autorise une augmentation de capital peut supprimer le droit préférentiel de souscription pour la totalité de l'augmentation de capital ou pour une ou plusieurs tranches de cette augmentation. Elle statue sur le rapport du conseil d'administration et sur celui des commissaires aux comptes.

#### 8.1.5. *Modalités de réalisation de l'augmentation de capitale en numéraire :*

Le contrat de souscription à des titres de capital ou des valeurs mobilières donnant accès au capital est constaté par un bulletin de souscription établi conformément à la réglementation en vigueur, daté et signé par le souscripteur ou son mandataire et dont une copie lui est remise.

Les fonds provenant des souscriptions en numéraire et la liste des souscripteurs avec l'indication des sommes versées par chacun d'eux, sont déposés dans les conditions prescrites par la réglementation en vigueur. Au moment du dépôt des fonds, le dépositaire établit un certificat sur présentation des bulletins de souscription.

Si les actions nouvelles sont libérées par compensation avec des créances liquides et exigibles sur la société, celles-ci sont constatées par un certificat du commissaire aux comptes ou d'un notaire. Ce certificat tient lieu de certificat du dépositaire.

L'augmentation de capital par émission d'actions à souscrire en numéraire est réalisée à compter de l'établissement du certificat par le dépositaire ou à compter du contrat de garantie conclu dans les conditions prévues à l'article L.225-145 du Code de Commerce pour la société qui fait appel public à l'épargne pour le placement de ses actions.

#### 8.1.6. *Limitation de l'augmentation de capital en numéraire :*

L'augmentation de capital peut être limitée, par décision du conseil d'administration.

Si les souscriptions à titre irréductible et, le cas échéant, à titre réductible n'ont pas absorbé la totalité de l'augmentation de capital :

(i) le montant de l'augmentation peut être limité au montant des souscriptions sauf décision contraire de l'assemblée générale. En aucun cas, le montant de l'augmentation de capital ne peut être inférieur aux trois quarts de l'augmentation décidée.

(ii) les actions non souscrites peuvent être librement réparties totalement ou partiellement, à moins que l'assemblée en ait décidé autrement,

(iii) les actions non souscrites peuvent être offertes au public totalement ou partiellement, lorsque l'assemblée a expressément admis cette possibilité,

Le conseil d'administration peut utiliser dans l'ordre qu'il détermine les facultés prévues ci-dessus ou certaines d'entre elles seulement. L'augmentation de capital n'est pas réalisée lorsque après l'exercice de ces facultés le montant des souscriptions n'atteint pas la totalité de l'augmentation de capital ou les trois quarts de cette augmentation dans le premier cas prévu ci-dessus.

Toutefois le conseil d'administration peut, d'office et dans tous les cas, limiter l'augmentation de capital au montant atteint lorsque les actions non souscrites représentent moins de 3 % de l'augmentation de capital. Toute délibération contraire est réputée non écrite.

#### 8.1.7. *Valeurs mobilières donnant accès au capital :*

L'émission des valeurs mobilières donnant accès au capital sera réalisée en application de la réglementation spécifique à ce genre de titres.

#### **8.1.8. Apports en nature et avantages particuliers :**

En cas d'apports en nature ou de stipulation d'avantages particuliers, un ou plusieurs commissaires aux apports sont désignés, par simple ordonnance du président du Tribunal de Commerce sur requête du président du conseil d'administration.

Ces commissaires apprécient, sous leur responsabilité, la valeur des apports en nature et les avantages particuliers. Leur rapport est tenu au siège social à la disposition des actionnaires huit jours francs au moins avant la date de l'assemblée générale extraordinaire.

Si l'assemblée approuve l'évaluation des apports, ainsi que l'octroi d'avantages particuliers, elle constate la réalisation de l'augmentation de capital. Si l'assemblée réduit l'évaluation des apports, ainsi que la rémunération d'avantages particuliers, l'approbation expresse des modifications par les apporteurs, les bénéficiaires ou leurs mandataires dûment autorisés à cet effet, est requise. A défaut, l'augmentation de capital n'est pas réalisée.

Les titres de capital émis en rémunération d'un apport en nature sont intégralement libérées dès leur émission.

#### **8.1.9. Droit de souscription**

Le droit de souscription à titre irréductible ou à titre réductible s'exerce dans les conditions et selon les limites fixées par la loi.

Le droit de souscription à titre réductible ne peut être exercé qu'à la condition d'une décision expresse de l'assemblée ou du conseil d'administration sur délégation de l'assemblée générale

En cas d'attribution de titres de capital nouveaux aux actionnaires, à la suite de l'incorporation au capital de réserves, bénéfices ou primes d'émission, le droit ainsi conféré est négociable ou cessible. Il appartient au nu-propriétaire, sous réserve des droits de l'usufruitier.

En cas de démembrement de la propriété des titres de capital, usufruitiers et nu-propriétaires exercent dans les conditions prévues par la réglementation en vigueur les droits qui leur sont reconnus par la loi.

#### **8.1.10. Valeurs mobilières donnant accès au capital :**

Si la Société a émis des valeurs mobilières donnant accès au capital, les droits des titulaires de ces titres devront être réservés conformément aux dispositions de la loi. Cette obligation est supprimée quand la Société consent des options de souscription d'actions.

Il en sera de même plus généralement toutes les fois où la Société aura émis des titres bénéficiant de droits particuliers.

## **8.2. Amortissement du capital**

### **8.2.1. Amortissement du capital :**

Les bénéfices et réserves autres que la réserve légale peuvent être affectés à l'amortissement du capital social par décision de l'assemblée générale extraordinaire des actionnaires.

Cet amortissement ne peut être réalisé que par voie de remboursement égal sur chaque action d'une même catégorie et n'entraîne pas de réduction de capital.

Les actions intégralement amorties sont dites actions de jouissance.

Les actions intégralement ou partiellement amorties perdent, à due concurrence, le droit au premier dividende si celui-ci a été prévu et, en cas de liquidation, au remboursement de la valeur nominale amortie. Pour le surplus, elles conservent tous leurs droits.

Cet amortissement est interdit dans les cas prévus par la loi et notamment dans le cas d'émission d'obligations avec bons de souscription lorsqu'il existe des bons de souscription en cours de validité.

### **8.2.2. Conversion des actions de jouissance en actions de capital :**

Lorsque le capital est divisé, soit en actions de capital et en actions totalement ou partiellement amorties, soit en actions inégalement amorties, l'assemblée générale extraordinaire des actionnaires peut décider la conversion des actions totalement ou partiellement amorties en actions de capital dans les conditions prévues par la réglementation en vigueur.

## **8.3. Réduction du capital**

#### **8.3.1. Modalités :**

L'assemblée générale extraordinaire des actionnaires peut aussi autoriser ou décider la réduction du capital social pour telle cause et de telle manière que ce soit, notamment pour cause de pertes ou par voie de remboursement ou de rachat partiels des actions, et ceci, par le moyen de réduction du nombre ou de la valeur nominale de celles-ci sans toutefois que cette valeur soit ramenée à une somme inférieure au minimum légal.

En aucun cas, la réduction de capital ne peut porter atteinte à l'égalité des actionnaires.

L'assemblée délègue, le cas échéant, au conseil d'administration tous pouvoirs pour la réaliser.

Le projet de réduction du capital est communiqué aux commissaires aux comptes quarante-cinq jours au moins avant la réunion de l'assemblée appelée à statuer.

L'assemblée statue sur le rapport des commissaires qui font connaître leur appréciation sur les causes et conditions de la réduction.

Lorsque le conseil d'administration réalise l'opération sur délégation de l'assemblée générale, il en dresse procès-verbal soumis à publicité et procède à la modification corrélative des statuts.

Lorsque l'assemblée approuve un projet de réduction du capital, non motivée par des pertes, les créanciers dont la créance est antérieure à la date de dépôt au greffe du procès-verbal de la délibération, y compris le représentant de la masse des obligataires s'il en existe, peuvent former opposition dans le délai de trente jours francs à compter de la date de ce dépôt.

Une décision de justice rejette l'opposition ou ordonne, soit le remboursement des créances, soit la constitution de garanties si la société en offre et si elles sont jugées suffisantes.

Les opérations de réduction, dans ce cas, ne peuvent commencer pendant le délai d'opposition ni, le cas échéant, avant qu'il ait été statué en première instance sur cette opposition.

Si la société a émis des titres bénéficiant d'une protection particulière en cas de réduction de capital, elle ne pourra procéder à une opération de ce type que sous réserve de respecter cette réglementation.

#### **8.3.2. Achat par la société de ses propres actions :**

L'achat par la société de ses propres actions est autorisé dans les conditions prévues par la réglementation en vigueur. La souscription et la prise en gage, par la société de ses propres actions, directement ou par personne interposée, sont interdits.

#### **8.3.3. Interdictions et limitations des opérations de réduction :**

Les opérations de réduction, notamment lorsqu'elles ne sont pas motivées par des pertes, ne pourront avoir lieu en cas d'interdiction ou de limitation légale, sauf à respecter les conditions de cette limitation.

#### **8.3.4. Réduction du capital à un montant inférieur au minimum légal :**

La réduction du capital à un montant inférieur au minimum légal ne peut être décidée que sous la condition suspensive d'une augmentation de capital destinée à l'amener à un montant au moins égal à ce chiffre, sauf pour la société à se transformer en société d'une autre forme n'exigeant pas un capital supérieur au capital social après sa réduction. A défaut, tout intéressé peut demander en justice la dissolution de la société ; celle-ci ne peut être prononcée si au jour où le Tribunal statue la régularisation est intervenue.

### **21.1.2. Capital social (article 7 des statuts)**

A la date d'enregistrement du présent prospectus, le capital social est de 559.851,75 €.

Il est divisé en 2.239.407 actions d'une seule catégorie de 0,25 € chacune, entièrement libérées et réparties entre les actionnaires en proportion de leurs droits.

### **21.1.3. Acquisition par la société de ses propres actions**

Se reporter au paragraphe 21.1.1, article 8.3.2.

#### 21.1.4. Capital autorisé non émis

Le tableau ci-dessous synthétise l'ensemble des résolutions d'émission prises par l'Assemblée Générale Mixte des actionnaires le 15 novembre 2005 et dont bénéficie la Société à la date d'enregistrement du présent prospectus.

N° de la délégation	Délégations données au Conseil d'Administration par l'Assemblée Générale Mixte	Montant nominal maximum autorisé	Durée de la délégation *
15	Emission d'actions ou de toutes autres valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société, avec maintien du droit préférentiel de souscription des actionnaires	Augmentation de capital social Valeurs mobilières représentatives de créances donnant accès au capital	1 000 000 € 25 000 000 € 26 mois
16	Emission d'actions ou de toutes autres valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société, avec suppression du droit préférentiel de souscription des actionnaires	Augmentation de capital social Valeurs mobilières représentatives de créances donnant accès au capital	1 000 000 € 25 000 000 € 26 mois
19	Augmentation de capital réservée aux salariés	5% de l'augmentation de capital décidée par le Conseil d'Administration en vertu des délégations 15 et 16	26 mois

\* A compter de la date de la tenue de l'Assemblée Générale Mixte

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

Faisant usage des autorisations que lui ont accordée l'Assemblée Générale des actionnaires du 28 novembre 2001, les Conseils d'Administrations du 17 décembre 2001, du 13 mai 2003, du 17 février 2004 et du 13 mai 2004 ont attribué à différents cadres et salariés de la Société THE MARKETINGGROUP des options donnant droit à l'achat d'actions existantes ou à la souscription d'actions nouvelles de la société de la manière suivante :

	Plan 1	Plan 2	Plan 3	Plan 4
Date de l'Assemblée Générale	28 novembre 2001	28 novembre 2001	28 novembre 2001	28 novembre 2001
Date du Conseil d'Administration	17 décembre 2001	13 mai 2003	17 février 2004	13 mai 2004
<b>Options de Souscription d'actions attribués par le Conseil d'Administration</b>				
Nombre total d'options de souscription	49 250	5 799	6 142	9 273
Equivalent en nombre d'actions	49 250	5 799	6 142	9 273
Point de départ d'exercice des d'options de souscription	17 décembre 2006	13 mai 2008	17 février 2009	13 mai 2009
Prix des d'options de souscription	6,25 €	7,76 €	7,20 €	7,20 €
<b>Nombre d'options de souscription d'actions annulées</b>				
Nombre d'options de souscription annulées	18 750	0	0	0
Equivalent en nombre d'actions	18 750	0	0	0
<b>Nombre d'options de souscription d'actions pouvant être exercés</b>				
Nombre d'options de souscription pouvant être exercés	30 500	5 799	6 142	9 273
Equivalent en nombre d'actions	30 500	5 799	6 142	9 273

La dilution potentielle issue de l'exercice des options de souscription est de 2,3 %.

#### 21.1.6. Evolution du capital social au cours des trois dernières années

Voir paragraphe 18.1 de la Partie 1.

## 21.2. Acte constitutif et statuts

### 21.2.1. *Objet social (article 2 des statuts) et code APE*

La société a pour objet, directement ou indirectement, tant en France qu'à l'étranger :

- (i) le concours, l'aide, le conseil, l'assistance et la prestation de services dans les domaines du marketing, de la communication et de l'information ;
  - (ii) l'étude, l'élaboration et la réalisation de stratégies marketing et de programmes relationnels, la réalisation et la mise en œuvre de supports et d'outils de communication et de promotion commerciales,
  - (iii) la mise en place et la gestion de centres de contacts interactifs multimédias permettant de traiter toutes les prestations de télémarketing et de téléservices ;
  - (iv) l'étude, la conception, l'adaptation et la gestion de systèmes d'information, de bases de données et de technologies dédiées au marketing relationnel et opérationnel ;
  - (v) l'étude, la réalisation, la promotion, la commercialisation et l'exploitation de tous services et produits dans les domaines du marketing, de la communication et de l'information ;
  - (vi) la conception, la gestion, l'organisation, l'animation et la commercialisation d'évènements artistiques et culturels, de spectacles, colloques et séminaires et de manière plus générale toutes manifestations commerciales, artistiques, culturelles ou éducatives ;
  - (vii) l'édition et la diffusion par tout procédé et sur tout support de programmes ainsi que la conception, la réalisation et le développement de sites web et de banques de données dans les domaines du marketing et de la communication ;
  - (viii) l'étude, la recherche, le dépôt, la cession et l'exploitation sous toutes ses formes de tous brevets, logiciels, modèles, dessins et marques relatifs à l'activité de l'entreprise ;
- et plus généralement, toutes opérations dans les affaires de même nature, notamment par voie d'apports, de création de sociétés nouvelles, de souscription ou d'achat de titres ou de droits sociaux, de fusion, d'alliance ou d'association ainsi que toutes autres opérations industrielles, commerciales ou financières, mobilières et immobilières pouvant se rattacher à l'objet social et susceptibles d'en faciliter le développement et l'extension.

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

Voir paragraphe 14. de la Partie 1.

### 21.2.3. *Droits, privilèges et restrictions attachés à chaque catégorie d'actions existante (article 12 et 14 des statuts)*

#### **Article 14. Droits et obligations attachés aux actions**

14.1. Chaque action donne droit à une part proportionnelle à la quotité de capital qu'elle représente, dans les bénéfices ou dans l'actif social lors de leur distribution ou répartition, en cours de société comme en cas de liquidation.

Le cas échéant, sauf interdiction légale, il sera fait masse entre toutes les actions indistinctement, de toutes exonérations fiscales comme de toutes taxations susceptibles d'être prises en charge par la société auxquelles ces distributions et répartitions pourraient donner lieu, de telle sorte que, compte tenu de la quotité de capital qu'elles représentent, et, éventuellement, des droits des actions de catégories différentes, toutes les actions de même valeur nominale et de même catégorie aient les mêmes droits et perçoivent les mêmes sommes nettes.

14.2. Les actionnaires ne sont responsables des dettes sociales que jusqu'à concurrence du montant nominal des actions qu'ils possèdent ; au-delà, tout appel de fond est interdit.

14.3. Les droits et obligations attachés à l'action suivent le titre dans quelque main qu'il passe. La propriété d'une action emporte de plein droit adhésion aux statuts de la Société et aux décisions de l'assemblée générale.

Les héritiers, créanciers, ayants droit ou autres représentants d'un actionnaire ne peuvent, sous quelque prétexte que ce soit, requérir l'apposition des scellés sur les biens et valeurs de la Société, ni en demander le partage ou la licitation, ni s'immiscer en aucune manière dans les actes de son administration ; ils doivent, pour l'exercice de leurs droits, s'en rapporter aux inventaires sociaux et aux décisions de l'assemblée générale.

14.4. Chaque fois qu'il sera nécessaire de posséder plusieurs actions pour exercer un droit quelconque, en cas d'échange, de regroupement ou d'attribution de titres, ou en conséquence d'augmentation ou de réduction de capital, de fusion ou autre opération sociale, les propriétaires de titres isolés, ou en nombre inférieur à celui requis, ne peuvent exercer ces droits qu'à condition de faire leur affaire personnelle du regroupement et, éventuellement, de l'achat ou de la vente du nombre de titres nécessaires.

**Article 12. Cession et transmission des actions**

Les actions sont librement cessibles et négociables sauf dispositions législatives ou réglementaires contraires.

La cession des actions s'opère par virement de compte à compte dans les conditions prévues par la loi et les règlements.

*21.2.4. Assemblées Générales (articles 36 à 42 des statuts)*

**Article 36. Autorité et qualification des assemblées d'actionnaires**

Les décisions collectives des actionnaires sont prises en assemblées, lesquelles sont qualifiées de : générales ordinaires, générales extraordinaires ou spéciales, selon la nature des décisions qu'elles sont appelées à prendre. Elles peuvent également, dans les conditions et limites fixées par la loi, faire l'objet d'un vote par correspondance. Les délibérations des assemblées générales obligent tous les actionnaires même absents, dissidents ou incapables.

**Article 37. Convocation – Lieu de réunion**

Les Assemblées Générales sont convoquées soit par le Conseil d'administration ou, à défaut, par le ou les Commissaires aux comptes, soit par un mandataire désigné par le Président du Tribunal de commerce statuant en référé à la demande soit d'un ou plusieurs actionnaires réunissant le [cinquième (5ème)] au moins du capital, soit du Comité d'entreprise en cas d'urgence.

Pendant la période de liquidation, les Assemblées sont convoquées par le ou les liquidateurs.

Les Assemblées Générales sont réunies au siège social ou en tout autre lieu indiqué dans l'avis de convocation.

La convocation est faite [quinze (15)] jours avant la date de l'Assemblée soit par lettre simple ou recommandée adressée à chaque actionnaire, soit par un avis inséré dans un Journal d'annonces légales du département du siège social.

En cas de convocation par insertion, chaque actionnaire doit également être convoqué par lettre simple ou, sur sa demande et à ses frais, par lettre recommandée.

Lorsqu'une Assemblée n'a pu régulièrement délibérer, faute de réunir le quorum requis, la deuxième Assemblée et, le cas échéant, la deuxième Assemblée prorogée, sont convoquées dans les mêmes formes que la première et l'avis de convocation rappelle la date de la première et reproduit son ordre du jour.

**Article 38. Ordre du jour**

L'ordre du jour des Assemblées est arrêté par l'auteur de la convocation.

Un ou plusieurs actionnaires, représentant au moins la quotité du capital social requise et agissant dans les conditions et délais fixés par la loi, ont la faculté de requérir, par lettre recommandée avec demande d'avis de réception, l'inscription à l'ordre du jour de l'Assemblée de projets de résolutions.

Le Comité d'entreprise peut également requérir l'inscription de projets de résolutions à l'ordre du jour de l'Assemblée.

L'Assemblée ne peut délibérer sur une question qui n'est pas inscrite à l'ordre du jour, lequel ne peut être modifié sur deuxième convocation.

Elle peut toutefois, en toutes circonstances, révoquer un ou plusieurs administrateurs et procéder à leur remplacement.

**Article 39. Accès aux assemblées - Pouvoirs**

39.1. Tout actionnaire a le droit d'assister aux assemblées générales et de participer aux délibérations, personnellement ou par mandataire, quel que soit le nombre d'actions qu'il possède, sur simple justification de son identité, et de la propriété de ses titres.

39.2. Un actionnaire peut se faire représenter par un autre actionnaire non privé du droit de vote ou par son conjoint ; à cet effet, le mandataire doit justifier de son mandat. Pour toute procuration d'un actionnaire sans indication de mandataire, le Président de l'assemblée générale émet un vote favorable à l'adoption des

projets de résolutions présentées ou agréés par le Conseil d'administration et un vote défavorable à l'adoption de tous les autres projets de résolution.

Pour émettre tout autre vote, l'actionnaire doit faire choix d'un mandataire qui accepte de voter dans le sens indiqué par le mandant. .

Les représentants légaux (actionnaires juridiquement incapables et les personnes physiques représentant des personnes morales actionnaires) prennent part aux assemblées, qu'ils soient ou non personnellement actionnaires.

Quant aux copropriétaires indivis, usufruitiers et nus-proprétaires d'actions, Ils participent aux assemblées dans les conditions prévues ci-dessus sous l'article 13.

#### **Article 40. Feuille de présence**

A chaque assemblée est tenue une feuille de présence contenant :

(i) le nom, prénom usuel et domicile de chaque mandataire et le nombre d'actions de ses mandants, ainsi que le nombre de voix attaché à ces actions ;

(ii) les nom, prénom usuel et domicile de chaque actionnaire présent et le nombre d'actions dont il est titulaire, ainsi que le nombre de voix attaché à ces actions ;

(iii) les nom, prénom usuel et domicile de chaque actionnaire représenté et le nombre d'actions dont il est titulaire, ainsi que le nombre de voix attaché à ces actions ou, à défaut de ces mentions, le nombre de pouvoirs donnés à chaque mandataire lesquels pouvoirs dûment régularisés sont alors annexés à la feuille de présence.

Cette feuille de présence, dûment émargée par les actionnaires présents et les mandataires est certifiée exacte par le bureau de l'assemblée.

#### **Article 41. Bureau de l'Assemblée**

41.1. L'assemblée générale est présidée par le président du conseil d'administration et, en son absence, par le vice-président le plus âgé présent à la séance.

Si l'assemblée est convoquée par les commissaires aux comptes, l'assemblée est présidée par le plus âgé d'entre eux présent à la séance.

En cas de liquidation, l'assemblée est présidée par le liquidateur ou le plus âgé des liquidateurs présents à la séance.

Dans tous les cas et à défaut par la personne habilitée ou désignée de présider l'assemblée, celle-ci élit son président.

41.2. Les fonctions de scrutateurs sont remplies par les deux actionnaires, présents et acceptants, représentant, tant par eux-mêmes que comme mandataires, le plus grand nombre d'actions.

Le bureau ainsi composé désigne un secrétaire qui peut ne pas être actionnaire.

41.3. Les membres du bureau ont pour mission de vérifier, certifier et signer la feuille de présence, de veiller à la bonne tenue des débats, de régler les incidents de séance, de contrôler les votes émis et d'en assurer la régularité et, enfin, de veiller à l'établissement du procès-verbal.

#### **Article 42. Quorum – Vote – Nombre de voix**

42.1. Le quorum est calculé sur l'ensemble des actions composant le capital social, sauf dans les assemblées spéciales où il est calculé sur l'ensemble des actions de la catégorie intéressée, le tout déduction faite des actions privées du droit de vote en vertu des dispositions de la loi.

En cas de vote par correspondance, il ne sera tenu compte, pour le calcul du quorum, que des formulaires dûment complétés et reçus par la Société trois (3) jours au moins avant la date de l'Assemblée.

42.2. Sous réserve du droit de vote double ci-après prévu, le droit de vote attaché aux actions de capital ou de jouissance est proportionnel à la quotité du capital qu'elles représentent. Chaque action donne droit à une voix.

42.3. Un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité de capital social qu'elles représentent, est attribué à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative depuis deux (2) ans au moins au nom du même actionnaire, soit de nationalité française, soit ressortissant d'un Etat membre de l' Union Européenne à compter de la présente assemblée. La conversion au porteur d'une action, le transfert de sa propriété, la perte par son propriétaire de la qualité de ressortissant d'un Etat membre de l'Union Européenne, fait perdre à l'action le droit de vote double susvisé.

Néanmoins, le transfert par suite de succession, de liquidation de communauté de biens entre époux ou de donation entre vifs au profit d'un conjoint ou d'un parent au degré successible ne fait pas perdre le droit acquis et n'interrompt pas les délais prévus ci-dessus.

En outre, en cas d'augmentation de capital par incorporation de réserves, bénéfiques ou primes d'émission, le droit de vote double pourra être conféré, dès leur émission, aux actions nominatives attribuées gratuitement à un actionnaire à raison d'actions anciennes pour lesquelles il bénéficie de ce droit.

42.4. Si les actions sont soumises à usufruit ou appartiennent indivisément à plusieurs personnes, le droit de vote est exercé conformément aux stipulations de l'article 12 ci-dessus.

Au cas où des actions seraient remises en gage, le droit de vote est exercé par le propriétaire des titres. A cet effet, le créancier gagiste dépose, à la demande de son débiteur, les actions qu'il détient en gage au lieu, sous la forme et dans le délai indiqués dans l'avis de convocation.

42.5. Le vote a lieu, et les suffrages sont exprimés, à main levée, ou par assis et levés, ou par appel nominal, selon ce qu'en décide le bureau de l'assemblée.

42.6. Nonobstant ce qui précède, sont réputés présents pour le calcul du quorum et de la majorité aux assemblées, les actionnaires qui participent aux dites assemblées par visioconférence ou par des moyens de télécommunication permettant leur identification et dont la nature et les conditions d'application sont déterminées par la réglementation.

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

Néant

#### *21.2.6. Franchissements de seuils (article 15 des statuts)*

Toute personne agissant seule ou de concert, qui vient à détenir une fraction égale ou supérieure à 5 % du capital social ou des droits de vote ou à tout multiple de 5 % du capital social ou des droits de vote et ce, jusqu'à 50 % du capital social ou des droits de vote inclus, ou une fraction correspondant aux seuils prévus par la loi à l'article L 233-7 du code de commerce, ainsi qu'au seuil de 95 % du capital social ou des droits de vote prévu par les règles du marché Alternext, est tenue, dans les cinq jours de bourse de l'inscription en compte des titres qui lui permettent d'atteindre ou de franchir ces seuils, de déclarer à la société, par lettre recommandée avec accusé de réception, le nombre total des actions et le nombre des droits de vote qu'elle possède. Cette déclaration sera effectuée dans les conditions ci-dessus chaque fois que les seuils susvisés seront franchis en hausse ou en baisse.

A défaut d'avoir été déclarées dans les conditions ci-dessus, les actions excédant la fraction qui aurait dû être déclarée sont privées de droit de vote dans les conditions prévues par la loi, dans la mesure où un ou plusieurs actionnaires détenant une fraction égale à 5 % au moins du capital ou des droits de vote égale en font la demande lors de l'assemblée générale.

#### *21.2.7. Garantie de cours (article 16 des statuts)*

Sauf si la loi ou toute autre disposition applicable en dispose autrement, les cessions de blocs de titres conduisant à la détention de la majorité des droits de vote ou du capital par une personne, agissant seule ou de concert, donnent lieu à la mise en œuvre d'une garantie de cours, au sens de la réglementation boursière, pendant au moins dix jours de bourse.

Cette garantie de cours consiste dans l'obligation pour le ou les cessionnaire(s) du ou des bloc(s) visé(s) ci-dessus de se porter acquéreur, au cours auquel la cession du bloc a été ou doit être réalisée, et seulement à ce cours, de tous les titres présentés à la vente sur le marché sur lequel la société est cotée.

L'offre d'acquisition au titre de la garantie de cours sera ferme et irrévocable et ne pourra être conditionnée à la présentation d'un nombre minimal de titres ou à une quelconque autre condition suspensive.

L'offre d'acquisition desdits titres devra faire l'objet d'un avis publié dans un journal d'annonces légales et dans un quotidien économique et financier de diffusion nationale, en comprenant les principales caractéristiques, conformément aux usages boursiers.

Tous les détenteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital qui souhaitent bénéficier de l'offre devront, si les termes et conditions des valeurs mobilières qu'ils détiennent le permettent, et à compter du jour de publication de l'avis susmentionné dans un journal d'annonces légales et jusqu'au cinquième jour de bourse précédant la fin de l'offre susmentionnée, exercer, souscrire ou convertir l'intégralité des valeurs

mobilières donnant accès au capital de la société qu'ils détiennent alors de manière à devenir titulaires d'actions et être en mesure de participer à l'offre. Dans le cas où ces valeurs mobilières ne seraient pas exerçables, ou convertibles pendant la période d'offre, le ou les cessionnaire(s) du ou des bloc(s) visé(s) ci-dessus devra étendre son offre de telle sorte que ces personnes puissent lui apporter leurs actions, aux mêmes conditions que l'offre initiale, le jour où elles pourront exercer ou convertir les valeurs mobilières qu'elles détiennent.

Celui-ci devra également déférer sans délai à toute demande d'information qui lui serait demandée par la société, en rapport avec les stipulations du présent article.

### 21.2.8. Nantissements, garantie et sûreté des actifs

#### 21.2.8.1. Nantissements sur fonds de commerce

Postes du bilan nantis	Valeur d'Origine	Date de départ du nantissement	Date d'échéance du nantissement	Montant nanti	Dettes restant au bilan
Emprunt CEPME	76	20/04/2000	20/04/2004	88	0
Emprunt HERVET	76	04/05/2000	04/04/2004	84	0
Emprunt HERVET	115	10/06/2002	01/06/2005	127	0
Emprunt CEPME	265	09/09/2002	31/10/2005	305	44
Emprunt HERVET	200	19/07/2004	19/07/2007	220	139
<b>TOTAL</b>				<b>823</b>	<b>183</b>

La société PHONE MARKETING SA a contracté :

- Le 20 avril 2000, un emprunt auprès du CREDIT D'EQUIPEMENT DES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES (C.E.P.M.E.) d'un montant de 500.000 francs (76 K€), sur une durée de 4 ans, aux fins du financement de l'apport en compte courant de la société PHONE MARKETING à la société PHONE MARKETING RHONE ALPES, pour lequel le fonds de commerce de la société PHONE MARKETING a été affecté à titre de nantissement, en 1er rang en concurrence avec la BANQUE HERVET à hauteur de 88 K€.
- Le 4 mai 2000, un emprunt auprès de la BANQUE HERVET d'un montant de 500.000 Francs (76 K€) sur une durée de 4 ans aux fins du financement de l'apport en comptes courants de la société PHONE MARKETING à la société PHONE MARKETING RHONE ALPES, pour lequel le fonds de commerce de la société PHONE MARKETING a été affecté à titre de nantissement en 1er rang à hauteur de 84 K€.
- Le 18 juin 2002, un emprunt auprès de la BANQUE HERVET d'un montant de 115 K€ sur une durée de 3 ans pour le financement des agencements des locaux d'exploitation de la société PHONE MARKETING SA. En garantie de cet emprunt, le fonds de commerce de la société PHONE MARKETING a été nanti à hauteur de 127 K€..
- > **Au 30 juin 2004, ces trois emprunts étaient intégralement remboursés, la radiation des inscriptions correspondante est en cours.**
- Le 9 septembre 2002, un emprunt auprès du CREDIT D'EQUIPEMENT DES PETITES ET MOYENNES ENTREPRISES (C.E.P.M.E.) d'un montant de 265 K€, sur une durée de 3 ans, pour le financement de travaux d'aménagement dans les locaux sis 113, Rue Victor Hugo – 92300 LEVALLOIS PERRET. En garantie de cet emprunt, le fonds de commerce de la société PHONE MARKETING a été nanti à hauteur de 305 K€.
- Le 19 juillet 2004, un emprunt auprès de la BANQUE HERVET consenti à la société PHONE MARKETING d'un montant de 200 K€, sur une durée de 3 ans, pour le financement des investissements d'exploitation a fait l'objet de garanties réelles sur le fonds de commerce à hauteur de 220 K€.

### 21.2.8.2. Nantissement d'actifs monétaires

#### Nantissement de titres

Postes du Bilan Nantis	Valeur d'origine	Titres nantis	Date de départ du nantissement	Date d'échéance du nantissement	Nombre de titres nantis	% capital nanti	Montant du capital nanti	Dettes restant au Bilan
Emprunt SG	170	Titres TRADE FORCE	26/06/2002	26/06/2007	250	7%	3	75
Emprunt SG	73	Titres TRADE FORCE	27/06/2002	27/04/2007	250	7%	3	36
Emprunt SG	274	Titres HIGH TOUCH	26/06/2002	26/06/2007	500	50%	80	120
Emprunt SG	118	Titres HIGH TOUCH	26/06/2002	26/06/2007	500	50%	80	58
Emprunt SG	290	Titres STRATEGY CLUB	28/08/2003	28/08/2008	666	100%	67	197
<b>TOTAL</b>							<b>233</b>	<b>486</b>

En garantie de l'emprunt SOCIÉTÉ GÉNÉRALE de 170 K€ souscrit le 26 juin 2002, il a été nanti 250 parts de la société TRADE FORCE.

En garantie de l'emprunt SOCIÉTÉ GÉNÉRALE de 274 K€ souscrit le 26 juin 2002, il a été nanti 500 actions de valeur nominale de 160 € de la société HIGH TOUCH (anciennement PLUME DIRECT).

En garantie de l'emprunt Société Générale de 73 K€ souscrit le 26 juin 2002, il a été nanti 250 parts de la société TRADE FORCE.

En garantie de l'emprunt Société Générale de 118 K€ souscrit le 26 juin 2002, il a été nanti 500 actions de valeur nominale de 160 € de la société HIGH TOUCH (anciennement PLUME DIRECT).

En garantie de l'emprunt Société Générale de 290 K€ souscrit le 28 août 2003, il a été nanti 100% des actions de la société STRATEGY CLUB détenues par PHONE MARKETING.

#### Nantissement de SICAV

Le 26 mars 1997, la société contracté une convention d'ouverture de crédit pour un montant de 76 K€. En garantie de cette convention, la société PHONE MARKETING a affecté en nantissement au profit de la SOCIÉTÉ GÉNÉRALE 38 SICAV TRÉSORERIE PREMIÈRE et 4 SICAV SOGÉVALOR.

En milliers d'€uros	30/06/2005
- 38 Trésorerie Première	128
- 4 SOGEVALOR	4
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>

### 21.2.8.3. Cautions

La société PHONE MARKETING SA s'est constituée caution solidaire en faveur de la BANQUE HERVET, pour sa filiale PHONE MARKETING MÉDITERRANÉE SARL, qui a bénéficié d'un prêt de 40 K€ destiné au financement de divers travaux.

La société PHONE MARKETING SA s'est constituée caution pour sa filiale HIGH TOUCH dans le cadre d'une location de matériel représentant un engagement de 37 K€.

## 22. CONTRATS IMPORTANTS

Etat Néant

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

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

Etat Néant

## 24. DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC

THE MARKETINGGROUP atteste que, pendant la durée de validité du présent document, les copies des documents suivants peuvent être consultées et/ou demandées au siège de la Société et :

- les statuts de la Société ;
- tous rapports, courriers et autres documents, informations financières historiques, évaluations et déclarations établis par un expert à la demande de THE MARKETINGGROUP, dont une partie est incluse ou visée dans le présent document ;
- les informations financières historiques de THE MARKETINGGROUP et ses filiales pour chacun des deux exercices précédant la publication du présent document.

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

## 25. INFORMATIONS SUR LES PARTICIPATIONS

Etat Néant

## DEUXIEME PARTIE

## 1. PERSONNES RESPONSABLES

### 1.1. Dénomination des personnes responsables

Se reporter au paragraphe 1.1. de la Partie 1.

### 1.2. Attestation des personnes responsables

Se reporter au paragraphe 1.2. de la Partie 1.

#### *1.2.1. Engagements de la Société*

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

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

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

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

THE MARKETINGROUP s'engage à respecter ses obligations conformément au Règlement Général de l'Autorité des Marchés Financiers et notamment :

- L'information permanente (articles 221-1 à 222-11 du Règlement Général)
- La diffusion du rapport sur le contrôle interne (articles 221-6 à 221-8 du Règlement Général)
- La diffusion du rapport sur les honoraires des Commissaires aux comptes (article 221-1-2 du Règlement Général)
- Les déclarations des dirigeants ainsi que des personnes qui leur sont étroitement liées concernant leurs opérations sur les titres de la Société (article 222-14 et 222-15)

#### *1.2.2. Attestation du Listing Sponsor et de la Banque Introdutrice*

Se reporter au paragraphe 1.2.2. de la Partie 1.

### *1.2.3. Calendrier indicatif de communication financière*

<i>Mi avril 2006</i>	Résultats annuels au 31 décembre 2005
<i>Mi octobre 2006</i>	Résultats semestriels au 30 juin 2006

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

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

*Toutefois, d'autres risques et incertitudes non connus de la Société à ce jour ou qu'elle juge aujourd'hui négligeables pourraient également perturber son activité. Si l'un de ces risques ou l'un des risques décrits au paragraphe 4 "Facteurs de Risques" de la première partie du présent prospectus, venait à se concrétiser, les activités, la situation financière, les résultats ou les perspectives du Groupe pourraient en souffrir.*

*Dans une telle éventualité, le cours des actions de la Société pourrait baisser, et l'investisseur pourrait perdre la totalité ou une partie des sommes qu'il aurait investies dans les actions de la Société.*

### 3. INFORMATIONS DE BASE

#### 3.1. Déclaration sur le fonds de roulement net

THE MARKETINGGROUP atteste que, de son point de vue, le fonds de roulement net du Groupe est suffisant (c'est-à-dire que le Groupe a des ressources de trésorerie et de liquidité suffisantes) au regard de ses obligations actuelles au cours des douze prochains mois à compter de la date d'établissement du présent prospectus. Cette affirmation repose sur la situation actuelle de THE MARKETINGGROUP, sans tenir compte de la levée de fonds prévue dans le cadre de l'admission des actions aux négociations sur le marché Alternext d'Euronext Paris.

#### 3.2. Capitaux propres et endettement

Conformément aux recommandations du CESR (CESR 127), la situation de l'endettement et des capitaux propres consolidés a été établie sur la base d'une situation de moins de 90 jours par rapport à la date du visa sur le présent document.

<i>En milliers d'euros</i>	<b>31 Août 2005</b>
<b>Capitaux Propres</b> , dont :	<b>5 625</b>
Capital Social	560
Réserves	4 956
Résultat de l'exercice (8 mois)	109
<b>Endettement financier</b> , dont :	<b>1 591</b>
Total des dettes à court terme	841
- <i>Garanties</i>	67
- <i>Privilégiées</i>	0
- <i>Non garanties / Non privilégiées</i>	774
Total des dettes à moyen et long terme (hors partie à moins d'un an des dettes à moyen et long terme)	750
- <i>Garanties</i>	61
- <i>Privilégiées</i>	0
- <i>Non garanties / Non privilégiées</i>	689
<b>Disponibilités et valeurs mobilières de placement</b>	<b>2 697</b>

Informations complémentaires sur l'endettement net à court terme, à moyen terme et à long terme :

En milliers d'euros	31 Août 2005
A. Trésorerie	1 849
B. Instruments équivalents	0
C. Titres de placement	849
<b>D. Liquidités (A+B+C)</b>	<b>2 697</b>
E. Créances financières à court terme	0
F. Dettes bancaires à court terme	13
G. Parts à moins d'un an des dettes à moyen et long terme	386
H. Autres dettes financières à court terme	442
<b>I. Dettes financières à court terme (F+G+H)</b>	<b>841</b>
J. Endettement financier net à court terme (I-E-D)	-1 857
K. Emprunts bancaires à plus d'un an	410
L. Obligations émises	0
M. Autres emprunts à plus d'un an	340
<b>N. Endettement financier net à moyen et long terme (K+L+M)</b>	<b>750</b>
<b>O. Endettement financier net (J+N)</b>	<b>-1 106</b>

### 3.3. Intérêt des personnes physiques et morales participant à l'offre

A la connaissance de la Société, le Listing Sponsor/Prestataire de services d'investissement et la Banque Introdutrice n'ont pas d'intérêts autres que ceux au titre desquels ils fournissent leurs services professionnels dans le cadre de l'admission des actions de la Société aux négociations sur le marché Alternext d'Euronext Paris, pouvant influencer sensiblement sur l'offre d'actions de la Société.

### 3.4. Raisons de l'offre et utilisation du produit

Cette opération de transfert sur le marché Alternext d'Euronext Paris par appel public à l'épargne va permettre à THE MARKETINGGROUP de :

- renforcer sa notoriété et sa crédibilité vis-à-vis de ses clients, de ses fournisseurs et de ses partenaires, en France comme à l'étranger,
- améliorer la liquidité du titre,
- faire bénéficier ses actionnaires actuels et futurs des protections et garanties offertes par le marché Alternext,

Il s'agit également pour la Société de se laisser l'opportunité de profiter d'éventuelles opérations de croissance externe pouvant s'offrir à elle.

Pour les actionnaires cédants, l'opération de cession d'une partie des titres THE MARKETINGGROUP détenus correspond à un souci de liquidité pour cet investissement.

## 4. INFORMATIONS SUR LES VALEURS MOBILIERES OFFERTES/ADMISES A LA NEGOCIATION

### 4.1. Nature des actions offertes et code ISIN

Actions ordinaires de même catégorie.  
Code ISIN : FR0000044679

### 4.2. Droit applicable et tribunaux compétents

Les actions sont régies par le droit français.  
Les tribunaux compétents en cas de litige sont ceux du siège social lorsque la société est défenderesse et sont désignés en fonction de la nature des litiges, sauf disposition contraire du Nouveau Code de Procédure Civile.

### 4.3. Forme des actions (article 11 des statuts)

Les actions sont, au choix de l'actionnaire, nominatives ou au porteur.

Jusqu'à leur entière libération, les actions sont obligatoirement nominatives et sont inscrites au nom de leur titulaire à un compte tenu par la société.

Conformément aux dispositions des articles L 228-1 du Code de Commerce et L 211-4 du Code monétaire et financier relatifs au régime des valeurs mobilières, les droits des titulaires seront représentés par une inscription en compte à leur nom :

- (i) chez l'intermédiaire de leur choix pour les titres au porteur, et
- (ii) chez la société et s'ils le souhaitent, chez l'intermédiaire financier habilité de leur choix pour les titres nominatifs.

La Société est en droit de demander, à tout moment, conformément aux articles L.228-2 et L 228-3 du Code de Commerce, contre rémunération à sa charge, à l'organisme chargé de la compensation des titres, le nom, ou s'il s'agit d'une personne morale, la dénomination, la nationalité et l'adresse des détenteurs de titres conférant immédiatement ou à terme le droit de vote dans ses propres assemblées d'actionnaires ainsi que la quantité de titres détenue par chacun d'eux et, le cas échéant, les restrictions dans les titres peuvent être frappées. Ces renseignements doivent lui être communiqués dans les délais fixés par décret. Elle peut, par ailleurs, demander aux personnes inscrites sur la liste fournie par l'organisme, les informations concernant les propriétaires des titres, et ce, conformément aux articles L228-2 et suivants du Code de Commerce.

Les titres sont librement négociables sous réserve des dispositions législatives et réglementaires. Elles se transmettent par virement de compte à compte.

Les actions sont admises aux opérations de EUROCLEAR.

### 4.4. Monnaie de l'émission

L'émission des actions sera réalisée en euros.

### 4.5. Droits attachés aux valeurs mobilières

Selon l'article 14 des statuts :

14.1. Chaque action donne droit à une part proportionnelle à la quotité de capital qu'elle représente, dans les bénéfices ou dans l'actif social lors de leur distribution ou répartition, en cours de société comme en cas de liquidation.

Le cas échéant, sauf interdiction légale, il sera fait masse entre toutes les actions indistinctement, de toutes exonérations fiscales comme de toutes taxations susceptibles d'être prises en charge par la société auxquelles ces distributions et répartitions pourraient donner lieu, de telle sorte que, compte tenu de la quotité de capital qu'elles représentent, et, éventuellement, des droits des actions de catégories différentes, toutes les actions de même valeur nominale et de même catégorie aient les mêmes droits et perçoivent les mêmes sommes nettes.

14.2. Les actionnaires ne sont responsables des dettes sociales que jusqu'à concurrence du montant nominal des actions qu'ils possèdent ; au-delà, tout appel de fond est interdit.

14.3. Les droits et obligations attachés à l'action suivent le titre dans quelque main qu'il passe. La propriété d'une action emporte de plein droit adhésion aux statuts de la Société et aux décisions de l'assemblée générale.

Les héritiers, créanciers, ayants droit ou autres représentants d'un actionnaire ne peuvent, sous quelque prétexte que ce soit, requérir l'apposition des scellés sur les biens et valeurs de la Société, ni en demander le partage ou la licitation, ni s'immiscer en aucune manière dans les actes de son administration ; ils doivent, pour l'exercice de leurs droits, s'en rapporter aux inventaires sociaux et aux décisions de l'assemblée générale.

14.4. Chaque fois qu'il sera nécessaire de posséder plusieurs actions pour exercer un droit quelconque, en cas d'échange, de regroupement ou d'attribution de titres, ou en conséquence d'augmentation ou de réduction de capital, de fusion ou autre opération sociale, les propriétaires de titres isolés, ou en nombre inférieur à celui requis, ne peuvent exercer ces droits qu'à condition de faire leur affaire personnelle du regroupement et, éventuellement, de l'achat ou de la vente du nombre de titres nécessaires.

## 4.6. Cadre juridique de l'émission

### 4.6.1. Assemblée Générale ayant autorisé l'émission

L'assemblée générale extraordinaire des actionnaires de la Société qui s'est réunie le 15 novembre 2005 a notamment, dans sa 16ème résolution :

- délégué au conseil d'administration, en application des dispositions des articles L. 225-129, L. 225-129-2, L. 225-135 et L. 228-92 du Code de commerce, sa compétence à l'effet de décider, par voie d'appel public à l'épargne, en une ou plusieurs fois, dans les proportions et aux époques qu'il appréciera, tant en France qu'à l'étranger, soit en euros, soit en monnaie étrangère ou en toute autre unité monétaire établie par référence à plusieurs monnaies, l'émission d'actions de la société ainsi que de toutes autres valeurs mobilières donnant accès immédiatement ou à terme, à tout moment ou à date fixe, au capital de la société, les actions auxquelles ces valeurs mobilières donnent accès conférant les mêmes droits que les actions anciennes sous réserve de leur date de jouissance ; il est précisé qu'est exclue toute émission d'actions de préférence ;
- décidé que le montant nominal maximal des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées immédiatement et/ou à terme en vertu de la délégation susvisée, ne pourra excéder un montant de un million [1 000 000] d'euros, montant auquel s'ajoutera, le cas échéant, le montant nominal des actions supplémentaires à émettre pour préserver les droits des porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital conformément aux dispositions légales et réglementaires ainsi qu'aux stipulations contractuelles applicables le cas échéant. Le montant nominal maximal des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées en vertu de la présente délégation s'imputera sur le plafond global d'augmentation de capital de un million [1 000 000] d'euros fixé par la douzième résolution de la présente assemblée générale extraordinaire ;
- décidé en outre que le montant nominal des valeurs mobilières représentatives de créances donnant accès au capital susceptibles d'être émises en vertu de la délégation susvisée ne pourra excéder un montant de vingt cinq millions [25 000 000] d'euros ou à la contre-valeur de ce montant en cas d'émission en monnaie étrangère ou en unité de compte fixée par référence à plusieurs monnaies, étant précisé que ce montant s'imputera sur le montant nominal des valeurs mobilières représentatives de créances pouvant être émises en vertu de la douzième résolution de la présente assemblée générale extraordinaire ;
- décidé de supprimer le droit préférentiel de souscription des actionnaires aux valeurs mobilières à émettre, étant entendu que le conseil d'administration pourra conférer aux actionnaires une faculté de souscription par priorité sur tout ou partie de l'émission, pendant le délai et selon les conditions qu'il fixera conformément aux dispositions de l'article L. 225-135 du Code de commerce ;
- décidé que la souscription des actions ou valeurs mobilières donnant accès au capital pourra être opérée soit en espèces, soit par compensation de créances ;
- constaté, le cas échéant, que la présente délégation emporte de plein droit, au profit des porteurs de valeurs mobilières donnant accès au capital de la société, renonciation des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux actions auxquelles ces valeurs mobilières donnent droit ;

- décidé que la somme revenant, ou devant revenir, à la société pour chacune des actions émises ou à émettre dans le cadre de la délégation susvisée, après prise en compte, en cas d'émission de bons autonomes de souscription ou d'attribution d'actions, du prix d'émission desdits bons, sera au moins égale
  - (a) à la moyenne pondérée des cours des trois dernières séances de bourse précédant sa fixation éventuellement diminuée d'une décote maximale de 5 % ou
  - (b) à la valeur minimale fixée par les dispositions légales et réglementaires applicables au moment où il sera fait usage de la présente délégation, si elle est différente ;
- décidé que le conseil d'administration pourra procéder, le cas échéant, à toute imputation sur la ou les primes d'émission et notamment celle des frais entraînés par la réalisation des émissions et prendre généralement toutes les dispositions utiles et conclure tous accords pour parvenir à la bonne fin des émissions envisagées, faire procéder à toutes formalités requises pour l'admission aux négociations des actions ou valeurs mobilières émises, et constater la ou les augmentations de capital résultant de toute émission réalisée par l'usage de la présente délégation et modifier corrélativement les statuts.

L'assemblée générale décide que la présente délégation est valable pour une durée de vingt six [26] mois à compter de la présente assemblée et prive d'effet toute délégation antérieure ayant le même objet.

L'assemblée générale extraordinaire des actionnaires de la Société qui s'est réunie le 15 novembre 2005 a notamment, dans sa 16<sup>ème</sup> résolution :

- décidé en application de l'article 225-135-1 du Code de commerce et des articles 155-4 et 155-5 nouveaux du décret du 23 mars 1967 institués par le décret du 10 février 2005, et dans la limite du plafond global prévu par les quinzième [15<sup>è</sup>] et seizième [16<sup>è</sup>] résolutions que pour chacune des émissions décidées en application des quinzième [15<sup>è</sup>] et seizième [16<sup>è</sup>], le nombre de titres à émettre pourra être augmenté, dans les trente [30] jours de la clôture de la souscription, dans la limite de quinze pour cent [15 %] de l'émission initiale et au même prix que celui retenu pour l'émission initiale, lorsque le conseil d'administration constate une demande excédentaire.

La délégation ainsi conférée au conseil d'administration est valable pour une durée de vingt-six [26] mois à compter de la présente assemblée générale.

#### ***4.6.2. Conseil d'Administration ayant décidé l'émission***

En vertu de la délégation de compétence qui lui a été conférée par l'assemblée générale extraordinaire visée ci-dessus, le Conseil d'Administration de la Société, dans sa séance du 15 novembre 2005, a décidé :

- le principe d'une augmentation du capital social avec suppression du droit préférentiel de souscription par voie d'appel public à l'épargne, par l'émission d'un maximum de 644 000 actions d'une valeur nominale de 0,25 € chacune, à libérer intégralement lors de la souscription par versement en numéraire, dont le prix de souscription sera égal au prix du Placement Global.

Un nouveau Conseil d'Administration se tiendra le 9 décembre afin de fixer les modalités définitives de l'offre.

#### **4.7. Date prévue de l'offre**

Il est prévu que les actions nouvelles soient émises le 9 décembre 2005.

#### **4.8. Restrictions à la libre négociation des valeurs mobilières**

Il n'existe aucune restriction à la libre négociabilité des actions THE MARKETINGGROUP.

Les statuts de la Société ne prévoient pas de restriction à la libre négociation des actions. Les actions seront librement cessibles et négociables.

#### **4.9. Règles de retrait ou de rachat obligatoire applicables aux valeurs mobilières**

La société n'envisage ni retrait ni rachat obligatoire de ses actions.

#### 4.10. Opérations publiques d'achat récentes

Aucune opération publique d'achat lancée par des tiers sur le capital de THE MARKETINGGROUP n'a eu lieu en 2004 et 2005.

#### 4.11. Régime fiscal des valeurs mobilières

En l'état actuel de la législation, le régime fiscal applicable est le suivant.

L'attention des investisseurs est également appelée sur le fait que la Loi de Finances pour 2004 (n° 2003-1311 du 30 décembre 2003) a réformé le régime fiscal des distributions de dividendes, et qu'en particulier, elle a définitivement supprimé, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2005, l'avoir fiscal attaché aux dividendes ainsi que le précompte.

Les investisseurs sont donc invités à se rapprocher de leur conseiller fiscal afin d'étudier avec lui les conséquences de leur investissement au regard de leur situation particulière.

##### 1) Résidents fiscaux français

###### **a. Personnes physiques détenant leur titre dans le cadre de leur patrimoine privé et n'effectuant pas d'opérations de bourse à titre habituel**

###### *(i) Dividendes*

Aux termes de la loi de finances pour 2004, les dividendes distribués, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2005, à un actionnaire personne physique bénéficieront d'un abattement égal à 50 % du montant des dividendes perçus.

Le montant ainsi déterminé, diminué d'un abattement global et annuel de 2 440 euros pour les contribuables mariés soumis à une imposition commune, ainsi que pour les partenaires faisant l'objet d'une imposition commune à compter de l'imposition de revenus de l'année du troisième anniversaire de l'enregistrement d'un pacte civil de solidarité défini à l'article 515-1 du Code civil, et de 1 220 euros pour les personnes célibataires, veuves, divorcées ou mariées soumises à une imposition séparée, sera soumis au barème progressif de l'impôt sur le revenu.

Les actionnaires personnes physiques résidant en France bénéficieront en outre d'un crédit d'impôt égal à 50 % du dividende effectivement perçu. Ce crédit d'impôt, retenu dans les limites globales et annuelles de 230 euros pour les contribuables mariés soumis à une imposition commune, ainsi que pour les partenaires faisant l'objet d'une imposition commune à compter de l'imposition de revenus de l'année du troisième anniversaire de l'enregistrement d'un pacte civil de solidarité défini à l'article 515-1 du Code civil, et de 115 euros pour les personnes célibataires, veuves, divorcées ou mariées soumises à une imposition séparée, sera imputable sur l'impôt sur le revenu dû au titre de l'année au cours de laquelle les dividendes seront perçus. L'excédent de crédit d'impôt non imputé sur l'impôt sur le revenu sera restitué.

En outre, les dividendes, avant tout abattement, sont soumis :

- à la contribution sociale généralisée au taux de 8,2 % dont 5,1 % sont déductibles de la base de l'impôt sur le revenu de l'année suivante ;
- au prélèvement social de 2 % ;
- à la contribution pour le remboursement de la dette sociale de 0,5 % ;
- à une contribution additionnelle au prélèvement social, de 0,3 %.

###### *(ii) Plus-values*

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

- 16 % au titre de l'impôt sur le revenu ;
- 8,2 % au titre de la contribution sociale généralisée ;
- 0,5 % au titre de la contribution pour le remboursement de la dette sociale ;
- 2 % au titre du prélèvement social ;
- à une contribution additionnelle au prélèvement social, de 0,3 %.

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

*(iii) Impôt de solidarité sur la fortune*

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

*(iv) Droits de succession et de donation*

Les actions acquises par voie de succession ou de donation seront soumises aux droits de succession ou de donation en France.

**b. Personnes morales soumises à l'impôt sur les sociétés (régime de droit commun)**

*(i) Dividendes*

Les dividendes perçus seront compris dans le résultat imposable à l'impôt sur les sociétés dans les conditions de droit commun, soit actuellement au taux de 33,1/3 %, augmenté d'une contribution additionnelle égale à 1,5 % à compter du 1er janvier 2005 de l'impôt sur les sociétés et le cas échéant d'une contribution sociale égale à 3,3 % du montant de l'impôt sur les sociétés excédant 763 000 euros par période de douze mois.

Cependant, pour les entreprises dont le chiffre d'affaires hors taxes est inférieur à 7 630 000 euros et dont le capital social, entièrement libéré, est détenu de manière continue pendant la durée de l'exercice considéré, pour au moins 75 %, par des personnes physiques ou par des sociétés satisfaisant elles-mêmes à l'ensemble de ces conditions, le taux de l'impôt sur les sociétés est fixé à 15 %, dans la limite de 38 120 euros du bénéfice imposable par période de douze mois. Ces entreprises sont, en outre, exonérées de la contribution sociale de 3,3 % mentionnée ci-dessus.

Sous certaines conditions, les dividendes encaissés par les personnes morales détenant au moins 5 % du capital de la société distributrice sont susceptibles, sur option, d'être exonérés (sous réserve de la prise en compte dans le résultat de la société bénéficiaire d'une quote-part de frais et charges égale à 5 % du montant des dividendes, majorés des crédits d'impôt y attachés, limitée au montant total des frais et charges de toute nature exposés par la société au cours de la période d'imposition) en application des dispositions du régime des sociétés mères et filiales prévu aux articles 145 et 216 du CGI.

*(ii) Plus-values*

Les plus-values de cession de titres en portefeuille sont soumises à l'impôt sur les sociétés au taux normal de 33,1/3 % (ou, le cas échéant, au taux de 15 % dans la limite de 38 120 euros par période de douze mois pour les entreprises qui remplissent les conditions décrites ci-dessus), augmenté de la contribution additionnelle de 3 % et, le cas échéant, de la contribution sociale de 3,3 % mentionnée ci-dessus.

Toutefois, les plus-values issues de la cession de titres de participation détenus depuis plus de deux ans au moment de la cession sont imposables à l'impôt sur les sociétés au taux réduit de 15%, majoré de la contribution additionnelle au taux de 1,5% à compter du 1er janvier 2005 et, le cas échéant, de la contribution sociale sur les bénéfices de 3,3% précitées.

Sont notamment présumés constituer des titres de participation, les parts ou actions de sociétés revêtant ce caractère sur le plan comptable, et sous certaines conditions, les actions acquises en exécution d'une offre publique d'achat ou d'échange, les titres ouvrant droit au régime fiscal des sociétés mères et filiales, ainsi que les titres dont le prix de revient est au moins égal à 22 800 000 euros qui remplissent les conditions pour bénéficier du régime fiscal des sociétés mères et filiales (à l'exception du seuil de 5 %).

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

**2) Non-résidents**

*(i) Dividendes*

Les dividendes distribués par des sociétés dont le siège social est situé en France font en principe l'objet d'une retenue à la source de 25 % lorsque le domicile fiscal ou le siège du bénéficiaire effectif est situé hors de France.

Sous certaines conditions, cette retenue à la source peut être réduite, voire supprimée, en application des dispositions des conventions fiscales internationales qui le prévoient ou de l'article 119-ter du Code général des impôts.

Par exception, les dividendes de source française versés à des personnes qui n'ont pas leur domicile fiscal ou leur siège en France et ouvrant droit au transfert de l'avoir fiscal en vertu d'une convention en vue d'éviter les doubles impositions, ne supportent, lors de leur mise en paiement, que la retenue à la source au taux réduit prévu par la convention, à condition, notamment, que les personnes concernées justifient, avant la date de mise en paiement des dividendes, qu'elles ne sont pas résidentes en France au sens de cette convention (Bulletin Officiel des Impôts 4-J-1-94 instruction du 13 mai 1994). L'avoir fiscal est, le cas échéant, remboursé sous déduction de la retenue à la source applicable au taux prévu par la convention.

*(ii) Plus-values*

Sous réserve des dispositions plus favorables des conventions fiscales applicables, les plus-values réalisées à l'occasion de la cession de leurs actions par les personnes qui ne sont pas fiscalement domiciliées en France au sens de l'article 4-B du Code général des impôts ou dont le siège social est situé hors de France et, dont la propriété des actions n'est pas rattachée à un établissement stable ou une base fixe en France, ne sont pas imposables en France dans la mesure où le cédant, directement ou indirectement, seul ou avec des membres de sa famille, n'a pas détenu plus de 25 % des droits dans les bénéfices sociaux de la société à un moment quelconque au cours des cinq années qui précèdent la cession.

*(iii) Impôt de solidarité sur la fortune*

En principe, l'impôt de solidarité sur la fortune ne s'applique pas, à raison de la participation qu'elles détiennent dans la Société, aux personnes physiques domiciliées hors de France, au sens de l'article 4-B du Code général des impôts, qui possèdent, directement ou indirectement, moins de 10 % du capital de la Société, pour autant toutefois que leur participation ne leur permette pas d'exercer une influence sur la société.

*(iv) Droits de succession et de donation*

La France soumet aux droits de succession ou de donation les titres des sociétés françaises acquis par voie de succession ou de donation par un non-résident de France. La France a conclu avec un certain nombre de pays des conventions destinées à éviter les doubles impositions en matière de succession et de donation, aux termes desquelles les résidents des pays ayant conclu de telles conventions peuvent, sous réserve de remplir certaines conditions, être exonérés de droits de succession et de donation en France ou obtenir un crédit d'impôt dans leur pays de résidence.

Il est recommandé aux investisseurs intéressés de consulter dès à présent leurs conseils en ce qui concerne leur assujettissement aux droits de succession et de donation à raison de leur participation dans la Société, et les conditions dans lesquelles ils pourraient obtenir une exonération des droits de succession ou de donation en France en vertu d'une des conventions fiscales ainsi conclues avec la France.

## 5. CONDITIONS DE L'OFFRE

### 5.1. Conditions générales de souscription

#### 5.1.1. Conditions auxquelles l'offre est soumise

Il est prévu que la diffusion des actions existantes dans le public (le « Placement ») se réalise dans le cadre :

- d'une offre au public en France réalisée sous la forme d'une « offre à prix ouvert », principalement destinée aux personnes physiques (l'« Offre Publique »),
- d'un placement global principalement destiné aux investisseurs institutionnels (le « Placement Global »).

Si la demande exprimée dans le cadre de l'Offre Publique le permet, le nombre définitif d'actions allouées en réponse aux ordres émis dans le cadre de l'Offre Publique sera au moins égal à 10 % du nombre total d'actions offertes dans le cadre du Placement. Ainsi, le nombre minimum d'actions offertes dans le cadre de l'Offre Publique est de 100 624, le nombre maximum d'actions théoriquement allouées au Placement Global est de 905 616, avant éventuel exercice de la Clause d'Extension. En cas d'exercice de la Clause d'Extension, le nombre minimum d'actions offertes dans le cadre de l'Offre Publique est de 109 024, le nombre maximum d'actions théoriquement allouées au Placement Global est de 981 216. Les nombres définitifs d'actions affectées à l'Offre Publique d'une part et au Placement Global d'autre part seront arrêtés dans le respect des principes édictés à l'article 7 de la décision n°2000-01 du Conseil des Marchés Financiers.

Il est précisé que la diffusion des actions dans le public en France aura lieu conformément aux dispositions des articles P 1.2.1. et suivants du Livre II (« Règles de marché de la Bourse de Paris ») des règles de marché d'Euronext.

Le nombre définitif d'actions offertes diffusées dans le cadre de l'Offre Publique d'une part, et du Placement Global d'autre part, arrêté dans le respect de l'article 321-115 du règlement général de l'Autorité des Marchés Financiers, est susceptible d'ajustement en fonction de la demande.

En particulier :

- le nombre définitif d'actions offertes diffusées dans le cadre de l'Offre Publique pourra être augmenté par prélèvement sur le Placement Global sans toutefois que le nombre d'actions diffusées dans le cadre de l'Offre Publique ne puisse excéder 25 % du nombre total d'actions offertes diffusées.
- le nombre définitif d'actions offertes diffusées dans le cadre du Placement Global pourra être augmenté par prélèvement sur l'Offre Publique, dans le cas où cette dernière ne serait pas entièrement couverte.

Ces ajustements doivent permettre de garantir une allocation minimale au public et éviter un déséquilibre manifeste entre les différentes catégories d'investisseurs.

Le nombre définitif d'actions offertes respectivement dans le cadre de l'Offre Publique et du Placement Global fera l'objet d'un avis d'Euronext Paris.

L'augmentation de capital ne fera pas l'objet d'une garantie de bonne fin au sens de l'article L.225-145 du Code de Commerce. En conséquence, les négociations sur les actions nouvelles interviendront postérieurement à l'émission du certificat du dépositaire des fonds, c'est à dire après la date de règlement – livraison.

Il est par ailleurs rappelé que si les souscriptions à titre irréductible et, le cas échéant, à titre réductible, n'ont pas absorbé la totalité de l'émission, le Conseil d'Administration pourra, conformément à la loi, limiter, l'émission au montant des souscriptions reçues sous la condition que celui-ci atteigne les trois-quarts au moins de l'augmentation décidée et/ou répartir librement totalement ou partiellement les actions non souscrites entre les personnes de son choix.

Les montants souscrits donneront lieu uniquement à un versement en numéraire.

### *5.1.2. Montant de l'offre*

#### **Nombre d'actions admises sur le marché Alternext d'Euronext Paris**

La totalité des actions composant le capital de THE MARKETINGGROUP à la date du présent prospectus, soit 2 239 407 actions intégralement souscrites, entièrement libérées et toutes de même catégorie, ainsi qu'un nombre de 560 000 actions nouvelles à provenir d'une augmentation de capital, sous réserve de l'exercice éventuel de la Clause d'Extension (cf paragraphe 5.2.5 de la deuxième partie du présent prospectus).

En fonction de l'importance de la demande, le nombre initial d'actions offertes dans le cadre de l'augmentation de capital, soit 560 000 actions, est susceptible d'être augmenté d'un maximum de 15 % pour être porté à un nombre maximum de 644 000 actions nouvelles (Clause d'Extension) (cf. paragraphe 5.2.5 de la deuxième partie du présent prospectus).

Le produit brut de l'émission des actions nouvelles est estimé à environ 3 024 000 euros en considérant que le nombre d'actions émises est de 560 000 et que l'émission est réalisée à un prix égal au point médian de la fourchette indicative de prix (soit 5,40 euros par action). En cas d'exercice de la Clause d'Extension, Le produit brut de l'émission des actions nouvelles est estimé à environ 3 477 600 euros

Le produit brut de la cession des actions existantes est estimé à environ 2 409 696 euros en considérant que le nombre d'actions cédées est de 446 240 et que la cession est réalisée à un prix égal au point médian de la fourchette indicative de prix (soit 5,40 euros par action).

### *5.1.3. Durée de l'offre*

Le début du Placement Global est fixé au 28 novembre 2005.

L'Offre Publique durera jusqu'au 8 décembre 2005.

Le Placement Global durera jusqu'au 9 décembre 2005.

### *5.1.4. Révocabilité de l'offre*

L'offre est irrévocable.

### *5.1.5. Réduction de l'offre*

L'augmentation de capital pourra être réduite si elle n'est pas totalement couverte par les souscriptions sans que cette réduction puisse représenter plus de 25 % de l'offre initiale, soit 420 000 titres.

### *5.1.6. Montant minimum de souscription*

La souscription minimum est de 1 (une) action : le montant minimum de souscription s'élève ainsi à 5,40 € (si l'on considère le point médian de la fourchette indicative de prix).

### *5.1.7. Délai de rétractation*

Les ordres de souscription sont irrévocables.

### *5.1.8. Calendrier de l'offre*

15 novembre 2005	Tenue de l'Assemblée Générale
22 novembre 2005	Obtention du visa AMF
24 novembre 2005	Publication par Euronext Paris de l'avis d'ouverture de l'opération
28 novembre 2005	Début du Placement Global et de l'Offre Publique
8 décembre 2005	Clôture de l'Offre Publique
9 décembre 2005	Clôture du Placement Global Fixation du prix des actions Publication par Euronext Paris de l'avis de résultat de l'Offre Publique Première cotation des actions de la Société

	Communiqué de presse confirmant le dimensionnement final de l'Offre Publique et du Placement Global ainsi que le prix définitif des actions
12 décembre 2005	Avis financier publié dans la Tribune indiquant le dimensionnement final de l'Offre Publique et du Placement Global ainsi que le prix définitif des actions
14 décembre 2005	Règlement-Livraison des actions
15 décembre 2005	Début des négociations des actions de la Société sur le marché Alternext d'Euronext Paris

#### *5.1.9. Dates et modalités de publication des résultats de l'opération*

Les résultats de l'opération feront l'objet d'un communiqué d'Euronext Paris, et d'un communiqué de presse dans un quotidien financier de diffusion nationale, au plus tard en date du 9 décembre 2005.

#### *5.1.10. Procédure d'exercice du droit préférentiel de souscription*

Non applicable

## 5.2. Plan de distribution et allocation des valeurs mobilières

### *5.2.1. Catégories d'investisseurs et restrictions de vente*

Le Conseil d'Administration aura la faculté de répartir les actions faisant l'objet de la présente émission auprès de tous investisseurs.

La totalité de l'émission est réalisée sur le marché français. Il n'y a pas de tranche spécifique destinée à être placée sur le marché international ou un marché étranger.

### *5.2.2. Engagements de souscription*

Néant

### *5.2.3. Information de pré allocation*

Cette opération ne comprend pas de tranches de pré allocation.

### *5.2.4. Procédure de notification aux souscripteurs*

Les souscripteurs seront informés par leur intermédiaire de leur souscription effective.

### *5.2.5. Dispositif de sur allocation et de rallonge*

En fonction de l'importance de la demande, le nombre initial d'actions offertes dans le cadre de l'Offre, soit 560 000 actions nouvelles, pourra, en accord avec la Société et Banque d'Orsay en sa qualité d'Introduit, être augmenté de 15% maximum, soit 84 000 actions nouvelles qui seront offertes au Prix de l'Offre pour porter le nombre total d'actions nouvelles à émettre à un maximum de 644 000 actions nouvelles.

Cette décision sera prise au plus tard le 9 décembre 2005.

## 5.3. Fixation du prix d'émission des valeurs mobilières

### 5.3.1. Prix d'émission

Le prix d'acquisition des actions résultera de la confrontation du nombre de titres offerts et des demandes émanant des investisseurs, selon la technique dite de « construction du livre d'ordres » telle que développée par les usages professionnels, et sera fixé par le Président du Conseil d'Administration, conformément à la délégation qui lui a été conférée.

Le prix d'acquisition des actions dans l'Offre à Prix Ouvert et le Placement Garanti sera identique. La date de fixation indicative du prix d'acquisition des actions devrait être le 9 décembre 2005.

A titre indicatif, il est possible de préciser que le prix par action devrait être compris entre 5,00 euros et 5,80 euros. Cette indication ne préjuge pas du prix définitif qui pourra se situer en dehors de cette fourchette et sera fixé à l'issue de la période de construction du livre d'ordres, soit le 9 décembre.

### 5.3.2. Procédure de publication du prix

Le prix de l'offre fera l'objet d'un communiqué le 9 décembre 2005 en fin d'après midi et devrait être publié dans la presse le 12 décembre 2005.

En cas de modification de la fourchette de prix susvisée, la nouvelle fourchette de prix sera portée à la connaissance du public au moyen d'un communiqué de presse publié dans au moins deux journaux financiers de diffusion nationale et d'un avis publié par Euronext Paris.

En cas de fixation du Prix du Placement Global et du Prix de l'Offre Publique en dehors de la fourchette indicative de prix initiale ou, le cas échéant, modifiée, ces prix seront portés à la connaissance du public au moyen d'un communiqué de presse publié dans au moins deux journaux financiers de diffusion nationale et d'un avis publié par Euronext Paris.

Enfin, en cas de modification de la date de clôture de l'Offre Publique et du Placement Global, ces nouveaux éléments seront portés à la connaissance du public au moyen d'un communiqué de presse publié dans au moins deux journaux financiers de diffusion nationale et d'un avis publié par Euronext Paris.

En cas de modification de la fourchette de prix comme en cas de fixation du Prix du Placement Global et du Prix de l'Offre Publique en dehors de la fourchette indicative de prix, la clôture de l'Offre Publique sera, le cas échéant, reportée de telle sorte que les donneurs d'ordres dans le cadre de cette offre disposent en tout état de cause d'au moins deux jours de bourse complets à compter de la publication d'un communiqué indiquant cette situation pour, s'ils le souhaitent, révoquer avant la clôture de l'Offre Publique les ordres émis avant cette publication auprès des établissements qui auront reçu ces ordres. De nouveaux ordres irrévocables pourront être émis jusqu'à la nouvelle date de clôture de l'Offre Publique. Celle-ci sera mentionnée dans le communiqué de presse visé ci-dessus.

### 5.3.3. Eléments d'appréciation du prix

Il est à noter que toutes les données comptables et financières ci-après sont issues des estimations réalisées par EuroLand Finance, THE MARKETINGGROUP n'ayant pas remis de business plan.

Pour aboutir à la fourchette indicative de prix proposée, les critères suivants ont été retenus.

### Capitaux propres et résultat net

En supposant la réalisation de l'augmentation de capital dans le cadre de l'Offre (y compris exercice de la totalité de la clause d'extension) à un prix égal au point médian de la fourchette indicative de prix, soit 5,40 €, les capitaux propres, le résultat net et la capacité d'autofinancement par action s'établirait comme suit :

au 30 juin 2005	Avant émission	Après offre et avant exercice de la clause d'extension	Après offre et après exercice de la clause d'extension
Capitaux Propres (en milliers €) <sup>(1)</sup>	5 864	8 733	9 167
Résultat net (en milliers €) <sup>(2)</sup>	348	377	381
Capacité d'autofinancement (en milliers d'euros) <sup>(3)</sup>	610	639	643
Nombres d'actions	2 239 407	2 799 407	2 883 407
Capitaux propres par action (en euros)	2,62	3,12	3,18
Résultat net par action (en euros)	0,16	0,13	0,13
Capacité d'autofinancement par action (en euros)	0,27	0,23	0,22

<sup>(1)</sup> Capitaux propres au 30 juin 2005 diminués des frais juridiques, comptables et administratifs et de la rémunération des intermédiaires financiers.

<sup>(2)</sup> Résultat net estimé au 30 juin 2005 intégrant sur 6 mois un résultat financier complémentaire lié au placement du produit net lié à l'augmentation de capital sur la base d'une rémunération annuelle de 2 %.

<sup>(3)</sup> Capacité d'autofinancement au 30 juin 2005 intégrant le nouveau résultat net pertinent

Deux approches de valorisation ont été retenues par EuroLand Finance. Ces deux méthodes d'évaluation sont les seules méthodes utilisées par EuroLand Finance dans le cadre de son évaluation de la Société, les autres méthodes n'étant pas été jugées aussi pertinentes que celles présentées ci-dessous.

#### Valorisation pré-money par la méthode de l'actualisation des flux

Le coût moyen pondéré du capital ressort à 10,7 %. Il est fondé sur un beta endetté de 1,1 qui prend en compte le nombre d'années d'existence de la Société (23 ans), sa taille, ainsi que son appartenance au secteur du Marketing Services.

Le scénario retenu par EuroLand Finance s'appuie sur des hypothèses prudentes de croissance et de marges inférieures à celles que le groupe a connu entre 1999 et 2002. Pour 2005 et 2006 nous retenons une croissance de CA de 14,9 % et 14,0 % compte tenu de la reprise de la croissance et la signature récente de contrats pluriannuels et entre 8,0 % à 6,0 % à long terme. La marge d'exploitation est comprise entre 5,5 % et 6,6 % pour les exercices 2005-2006.

Le flux normé qui sert de base au calcul de la valeur terminale repose sur une hypothèse de marge d'exploitation à long terme entre 7,3 % et 7,5 % et un BFR de 1,1 % du CA. La dette financière est celle au 31 décembre 2004 incluant le montant du factor.

La valeur « pré-money » de THE MARKETINGGROUP selon la méthode de l'actualisation des flux s'établit à 22,3 Millions d'euros, soit 8,0 euros par action.

#### Valorisation pré-money par la méthode des comparables

Pour valoriser THE MARKETINGGROUP, nous avons retenu trois sociétés positionnées dans des domaines d'activités proches du groupe.

– **SR Téléperformance** : Leader sur le marché des centres d'appels externalisés. SR Téléperformance intervient essentiellement sur l'activité centres d'appels, son activité marketing communication étant négligeable (5 % du CA). Malgré la différence de taille, la comparaison nous paraît pertinente compte tenu de la similitude des métiers et les deux groupes sont des concurrents directs sur le marché français.

– **Le Public Système** : Le Public Système est une agence de communication spécialisée dans le marketing de communauté. Les activités de la société incluent les relations de presse, les événements médiatiques ou promotionnels ainsi que les ventes promotionnelles. Ses clients sont aussi bien des PME que des grands

groupes comme le Crédit Agricole, Nestlé, Coca-Cola, TF1, Renault ou Microsoft. Le Public Système est un concurrent de THE MARKETINGGROUP sur l'activité marketing services qui devrait à termes représenter près de 50 % des ventes.

– **High Co** : Le groupe propose un service de construction d'une relation entre une entreprise et sa clientèle. High Co se propose d'identifier et de développer les liens marque/client, ainsi que d'harmoniser la communication d'une entreprise et enfin de concevoir des solutions alliant le CRM (couponing et contact center), le marketing service/communication et les technologies (e-novations). Les deux groupes sont concurrents dans le domaine du marketing service/communication.

Les données estimées des sociétés comparables ont issues des estimations réalisées par EuroLand Finance, dans le cadre de ses études, sur la base de projections rendues publiques par les sociétés concernées et sur la base de données telles que JCF Group.

La méthode des comparables fait ressortir une valorisation moyenne de THE MARKETINGGROUP de 14,6 M€ soit 5,23 € par action auquel EuroLand Finance a appliqué une décote de 10 % compte tenu de la différence de la capitalisation de THE MARKETINGGROUP avec la capitalisation moyenne des comparables.

#### *Conclusion : valorisation post-money*

Sur la base d'une augmentation de capital de 3,0 millions d'euros, la valorisation post-money de THE MARKETINGGROUP ressort à 18,5 millions d'euros, soit 6,6 euros par action. Par rapport au prix de milieu de fourchette la décote ressort à 22,2 %.

#### *5.3.4. Disparité entre prix d'offre et titres pouvant être souscrits par des membres des organes d'administration et de direction dans le cadre de plans de stock options, BSPCE, BSA*

Néant

## 5.4. Placement et garantie

### *5.4.1. Etablissements en charge du placement*

Euroland Finance  
62, rue de la Boétie  
75008 Paris

Banque d'Orsay  
33 avenue de Wagram  
75017 Paris

### *5.4.2. Etablissement désigné pour recevoir les souscriptions dans le cadre du Placement Global et services Titres*

Les souscriptions et versements des actionnaires dans le cadre du Placement Global seront reçus sans frais auprès de :

Banque d'Orsay  
33 avenue de Wagram  
75017 Paris

Chaque souscription devra être accompagnée du versement du prix de souscription. Les fonds versés en libération des actions seront centralisés par Banque d'Orsay.

Le services titres récurrent est assuré par Natexis Banques Populaires

### 5.4.3. Garantie

L'émission des actions nouvelles ne fait pas l'objet d'une garantie de bonne fin telle que décrite dans l'article L 225-145 du Code de Commerce. En conséquence, les négociations sur les actions nouvelles interviendront postérieurement à l'émission du certificat du dépositaire, soit dès que celui-ci dispose effectivement des fonds (c'est-à-dire à la date de règlement / livraison). Si les trois-quarts (75 %) de l'augmentation de capital d'un montant de 3 024 000 euros n'étaient pas réalisés, l'opération serait annulée et les ordres seraient caducs.

## 6. ADMISSION A LA NEGOCIATION ET MODALITES DE NEGOCIATION

### 6.1. Conditions générales d'admission

Les modalités définitives de l'Offre feront l'objet d'un communiqué de presse et d'un avis diffusé par Euronext Paris.

En cas de modification des modalités initialement arrêtées pour le Placement non prévue par le présent prospectus, un complément au prospectus sera soumis au visa de l'Autorité des Marchés Financiers. Il est précisé que les ordres émis dans le cadre de l'Offre Publique et du Placement Global seraient nuls si l'Autorité des Marchés Financiers n'apposait pas son visa sur ce complément.

#### **Caractéristiques communes à l'Offre Publique et au Placement Global :**

Le prix des actions acquises dans le cadre du Placement devra être versé comptant par les donneurs d'ordre à la date prévue pour la publication par Euronext Paris de l'avis de résultat du Placement, soit le 9 décembre 2005. Ce même jour, un communiqué indiquera le dimensionnement final de l'Offre Publique et du Placement Global ainsi que le prix définitif des actions.

La date prévue pour le règlement aux Actionnaires Cédants du produit de la cession des actions cédées dans le cadre du Placement est le 14 décembre 2005.

L'Offre Publique est principalement destinée aux personnes physiques en France.

Il est précisé qu'aucune démarche n'a été entreprise par la Société en vue de permettre l'offre au public des actions offertes dans le cadre du Placement dans une juridiction étrangère. En particulier, les actions n'ont pas été enregistrées aux Etats-Unis d'Amérique en vertu du Securities Act de 1933. En conséquence, le prospectus ne pourra être utilisé à l'appui d'une quelconque offre ou cession d'actions aux Etats-Unis d'Amérique.

Le Placement Global comportera un placement public en France et un placement privé international en dehors de France.

Aucune distinction entre les demandes d'acquisition d'actions ne sera faite en fonction de l'établissement financier via lequel ces demandes auront été faites.

#### **Caractéristiques principales de l'Offre Publique :**

L'Offre Publique débutera le 28 novembre 2005 et prendra fin le 8 décembre 2005 à 17 heures.

Si la demande exprimée dans le cadre de l'Offre Publique le permet, le nombre définitif d'actions allouées en réponse aux ordres émis dans le cadre de l'Offre Publique sera au moins égal à 10 % du nombre total d'actions offertes dans le cadre du Placement, après éventuel exercice de la Clause d'Extension. Ainsi, le nombre minimum d'actions offertes dans le cadre de l'Offre Publique est de 100 624, avant éventuel exercice de la Clause d'Extension.

La date de clôture de l'Offre Publique pourra être avancée ou prorogée sous réserve de la publication d'un avis par Euronext Paris et de la publication par la Société d'un communiqué de presse annonçant cette modification, au plus tard la veille de la nouvelle date de clôture ou de la date de clôture initialement prévue, selon le cas. En cas de prorogation de la date de clôture, ce nouvel élément sera porté à la connaissance du public dans au moins deux journaux financiers de diffusion nationale et repris dans un avis publié par Euronext Paris. Dans ce cas, les donneurs d'ordres dans le cadre de l'Offre Publique pourront, s'ils le souhaitent, révoquer avant la nouvelle date de clôture de l'Offre Publique les ordres émis avant la publication de ce communiqué auprès des établissements qui auront reçu ces ordres. De nouveaux ordres irrévocables pourront être émis jusqu'à la nouvelle date de clôture de l'Offre Publique.

Les personnes physiques sont habilitées à émettre des ordres en réponse à l'Offre Publique. Les ordres seront exprimés en nombre d'actions demandées. Ils devront être exprimés sans limitation de prix et seront réputés stipulés au Prix de l'Offre Publique.

Il est précisé qu'un ordre ne peut être dissocié entre plusieurs intermédiaires financiers et devra donc être confié à un seul intermédiaire ; s'agissant d'un compte comportant plusieurs titulaires, il ne peut être émis au maximum que le nombre d'ordres égal au nombre de titulaires de ce compte.

Les ordres émis dans le cadre de l'Offre Publique pourront être servis avec réduction, suivant les modalités indiquées ci-après.

Les ordres émis dans le cadre de l'Offre Publique devront être passés par écrit auprès de tous établissements de crédit ou entreprises d'investissement habilités à la réception et à la transmission d'ordres pour le compte d'investisseurs. Les personnes ne disposant pas en France d'un compte permettant l'acquisition d'actions de la Société dans le cadre de l'Offre Publique devront à cette fin ouvrir un tel compte chez un prestataire de services d'investissement habilité lors de l'émission de leurs ordres.

Les ordres reçus pendant la période d'ouverture de l'Offre Publique seront irrévocables même en cas de réduction, sous réserve des dispositions applicables en cas de fixation d'une nouvelle fourchette indicative de prix ou en cas de fixation du Prix du Placement Global en dehors de la fourchette indicative de prix.

Pour être pris en compte, les ordres émis dans le cadre de l'Offre Publique devront être reçus par des prestataires de services d'investissement habilités pendant la période d'ouverture de l'Offre Publique, soit au plus tard le 8 décembre 2005 à 17 heures.

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

Le résultat de l'Offre Publique fera l'objet d'un avis publié par Euronext Paris et d'un communiqué de presse en date du 9 décembre 2005 qui préciseront les réductions éventuellement appliquées aux ordres émis, information permettant aux souscripteurs de la partie Offre Publique de connaître le montant correspondant aux titres qui leur ont été alloués. La fraction des ordres inférieure ou égale à 1 000 actions et la fraction des ordres supérieure à 1 000 actions pourront chacune faire l'objet d'une réduction proportionnelle, étant précisé que la fraction inférieure des ordres bénéficiera d'un taux de service préférentiel par rapport à la fraction supérieure.

Au cas où l'application des taux de réduction éventuels n'aboutirait pas à l'attribution d'un nombre entier d'actions, ce nombre serait arrondi au nombre entier inférieur.

#### **Caractéristiques principales du Placement Global :**

Le Placement Global débutera le 28 novembre 2005 et prendra fin le 9 décembre 2005 à 12 heures.

Si la demande exprimée dans le cadre de l'Offre Publique le permet, le nombre définitif d'actions allouées en réponse aux ordres émis dans le cadre de l'Offre Publique sera au moins égal à 10 % du nombre total d'actions offertes dans le cadre du Placement, avant éventuel exercice de la Clause d'Extension. Ainsi, le nombre maximum d'actions théoriquement allouées au Placement Global est de 905 616, avant éventuel exercice de la Clause d'Extension.

Le Placement Global pourra être clos par anticipation sans préavis.

En cas de prorogation de la date de clôture du Placement Global, ce nouvel élément sera porté à la connaissance du public dans au moins deux journaux financiers de diffusion nationale et repris dans un avis publié par Euronext Paris

Les entités autres que les personnes physiques sont habilitées à émettre des ordres dans le cadre du Placement Global.

Les ordres seront exprimés en nombre d'actions ou en montant demandés. Ils pourront comprendre des conditions relatives au prix. Ils pourront faire l'objet d'une réduction totale ou partielle.

Pour être pris en compte, les ordres émis dans le cadre du Placement Global devront être reçus par Banque d'Orsay au plus tard le 9 décembre 2005 à 12 heures.

Le résultat du Placement Global fera l'objet d'un avis publié par Euronext Paris et d'un communiqué de presse en date du 9 décembre 2005. Banque d'Orsay indiquera aux souscripteurs de la partie Placement Global le montant correspondant aux titres qui leur ont été alloués.

## **6.2. Marché réglementé de négociation de titres**

A la date du présent prospectus, les actions THE MARKETINGROUP sont admises aux négociations sur le Marché Libre. Une demande d'admission aux négociations sur le marché Alternext d'Euronext Paris a été formulée par la Société.

### **6.3. Autres placements de valeurs mobilières concomitants**

Néant

### **6.4. Contrat de liquidité**

Marc GLADYSZ, en tant qu'actionnaire de référence de la Société a également conclu un contrat de liquidité avec EuroLand Finance en vue de favoriser la liquidité des transactions et la régularité des cotations de ses titres. Ce contrat est conforme à la charte AFEI, et prévoit l'ouverture d'un compte de liquidité sur lequel seront comptabilisées toutes les opérations réalisées par EuroLand Finance pour le compte de Marc GLADYSZ.

Ce contrat a été formé pour une durée de deux ans.

Ce contrat de liquidité est soumis à l'autorisation de l'Autorité des Marchés Financiers et sa mise en œuvre n'interviendra qu'après publication d'un communiqué par la Société.

### **6.5. Stabilisation post-opération**

Non applicable

## 7. DETENTEURS DE VALEURS MOBILIERES SOUHAITANT LES VENDRE

Les 1 006 240 actions mises à la disposition du public, avant éventuel exercice de la Clause d'Extension, proviennent d'une augmentation de capital et d'une cession par les Actionnaires Cédants de la société THE MARKETINGROUP.

Le nombre total maximum et la provenance des actions offertes dans le cadre du placement au public sont les suivantes :

- 446 240 actions existantes de la Société, toutes de même catégorie, que Monsieur GLADYSZ, Madame HENRIOT, Madame LEVY, Monsieur WILLEMS, Monsieur THIEBAUD et Monsieur SAUSSINAN, actionnaires de la société, ont décidé de céder,
- 560 000 actions nouvelles de la Société, toutes de même catégorie, nombre susceptible d'être augmenté d'un maximum de 84 000 actions en cas d'exercice intégral de la Clause d'Extension, portant dans ce cas, le nombre d'actions existantes à 644 000, actions à provenir d'une augmentation de capital.

### *Répartition des cédants en nombre de titres*

<b>Actionnaires cédants</b>	<b>Nombre d'actions cédées</b>	<b>% du capital avant opération</b>
Marc GLADYSZ	400 000	17,9%
Nathalie HENRIOT	7 500	0,3%
Jacques WILLEMS	10 000	0,4%
Emilie LEVY	5 000	0,2%
Bruno THIEBAUD	19 845	0,9%
Bernard SAUSSINAN	3 895	0,2%

Les actions offertes dans le cadre de la partie cession de l'opération représenteront 15,5 % du capital et 9,6 % des droits de vote de la Société, après opération d'augmentation du capital, dans l'hypothèse de l'exercice de l'intégralité de la Clause d'Extension.

## 8. DEPENSES LIEES A L'EMISSION

Le produit brut de la cession des actions existantes et de l'augmentation de capital est estimé à environ 5 433 696 euros en considérant que le nombre d'actions offertes est de 1 006 240 et que l'offre est réalisée à un prix égal au point médian de la fourchette indicative de prix (soit 5,40 euros par action).

Sur les mêmes bases, la rémunération globale des intermédiaires financiers est estimée à 230 000 euros et le montant des frais juridiques et administratifs est estimé à 35 000 euros. Les frais juridiques et administratifs seront pris en charge par la Société. La rémunération globale des intermédiaires financiers sera répartie entre les Actionnaires Cédants et la Société.

## 9. DILUTION RESULTANT DE L'EMISSION

### 9.1. Pourcentage de dilution résultant de l'offre

En cas d'émission réalisée à 100%, soit 560 000 actions nouvelles, et en considérant que l'émission est réalisée à un prix égal au point médian de la fourchette indicative de prix (soit 5,40 € par action), le produit brut de l'émission s'élèverait à 3 024 000 €, soit une augmentation de capital de 140 000,00 € et une prime d'émission de 2 884 000,00 €.

En cas d'exercice en totalité de la Clause d'extension, et sur la base du même prix d'émission, le produit brut de l'émission de 644 000 actions nouvelles à émettre dans le cadre de l'Offre s'élèverait 3 477 600 € soit une augmentation de capital de 161 000 € et une prime d'émission de 3 316 600 €.

Sur la base du prix de souscription de 5,40 € par action (point médian de la fourchette indicative de prix), les capitaux propres consolidés au 30 juin 2005 de la Société s'établiraient comme suit :

	Avant émission	Après offre et avant exercice de la clause d'extension	Après offre et après exercice de la clause d'extension
Capitaux Propres (en milliers €) <sup>(1)</sup>	5 864	8 733	9 167
Nombre d'actions composant le capital	2 239 407	2 799 407	2 883 407
Capitaux propres par action (en euros)	2,62	3,12	3,18

<sup>(1)</sup> Capitaux propres au 30 juin 2005 diminués des frais juridiques, comptables et administratifs et de la rémunération des intermédiaires financiers.

Avant exercice de la clause d'extension, ces frais sont estimés à 155 K€ et après clause d'extension, ces frais sont estimés à 175 K€.

### 9.2. Incidence sur la situation de l'actionnaire ne participant pas à l'offre

- En supposant que le nombre d'actions nouvelles émises soit de 560 000 actions, l'incidence de l'émission sur la situation de l'actionnaire serait la suivante :

#### **Incidence sur la participation dans le capital d'un actionnaire**

Un actionnaire qui détiendrait 1% du capital de la Société préalablement à l'émission et qui déciderait de ne pas souscrire à l'émission des actions nouvelles verrait sa participation dans le capital de la Société évoluer de la manière suivante :

Opérations sur capital	Nombre d'actions	%age après dilution	Capitaux propres par action
<b>Avant Opération</b>	<b>2 239 407</b>	<b>1,00%</b>	<b>2,62 €</b>
<i>Si prise en compte des options de souscription *</i>	<i>2 291 121</i>	<i>0,98%</i>	<i>2,71 €</i>
<i>Actions issues de l'augmentation de capital</i>	<i>560 000</i>		
<b>Après Augmentation de capital</b>	<b>2 799 407</b>	<b>0,80%</b>	<b>3,12 €</b>
<i>Si prise en compte des options de souscription *</i>	<i>2 851 121</i>	<i>0,79%</i>	<i>3,18 €</i>

\* A la date d'émission de la présente note, il existe 51 714 options de souscription susceptibles d'être exercées.

### **Incidence sur la composition du capital social et du nombre de droits de vote correspondant**

La répartition des actions composant le capital social de la Société, sur la base du nombre d'actions existantes et de leur répartition à la date de la présente note d'opération, et en supposant que le nombre d'actions nouvelles émises est de 560 000 et que le nombre d'actions cédées est de 446 240, serait modifiée comme suit :

<b>Actionnaires</b>	<b>Nombre de titres</b>	<b>% de détention</b>	<b>Nombre de droits de vote</b>	<b>% de droits de vote</b>
MR GLADYSZ MARC	1 195 138	42,69%	2 390 276	52,44%
MR LOPIN DOMINIQUE	7 320	0,26%	14 640	0,32%
MME LEVY EMILIE	57 330	2,05%	114 660	2,52%
MME MEURGUES VALERIE	7 320	0,26%	14 640	0,32%
MME LEVY CHICHEPORTICHE MURIEL	7 320	0,26%	14 640	0,32%
MME LEVY EMILIE	222	0,01%	444	0,01%
MME HENRIOT NATHALIE	119 720	4,28%	239 440	5,25%
MR WILLEMS JACQUES	134 486	4,80%	268 972	5,90%
MR BRIET DIDIER	25	0,00%	50	0,00%
MME DARTEVELLE MARTINE	1 982	0,07%	1 982	0,04%
<b>Total Fondateurs et dirigeants</b>	<b>1 530 863</b>	<b>54,69%</b>	<b>3 059 744</b>	<b>67,13%</b>
FCP OPTIGEST DIVERSIFIEE	53 162	1,90%	106 021	2,33%
KBC SECURITIES	8 195	0,29%	12 655	0,28%
FINANCIERE AM	9 086	0,32%	9 086	0,20%
SIS SEGAIINTERSETTLE AG	1 000	0,04%	1 000	0,02%
<b>Total Actionnaires financiers</b>	<b>71 443</b>	<b>2,55%</b>	<b>128 762</b>	<b>2,82%</b>
<b>Public</b>	<b>1 190 451</b>	<b>42,53%</b>	<b>1 362 954</b>	<b>29,90%</b>
<b>Titres en auto-détention</b>	<b>6 650</b>	<b>0,24%</b>	<b>6 650</b>	<b>0,15%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2 799 407</b>	<b>100,00%</b>	<b>4 558 110</b>	<b>100,00%</b>

- En supposant que le nombre d'actions nouvelles émises soit de 644 000 actions, après exercice de la totalité de la Clause d'extension, l'incidence de l'émission sur la situation de l'actionnaire serait la suivante :

### **Incidence sur la participation dans le capital d'un actionnaire**

Un actionnaire qui détiendrait 1% du capital de la Société préalablement à l'émission et qui déciderait de ne pas souscrire à l'émission des actions nouvelles verrait sa participation dans le capital de la Société évoluer de la manière suivante :

<b>Opérations sur capital</b>	<b>Nombre d'actions</b>	<b>%age après dilution</b>	<b>Capitaux propres par action</b>
<b>Avant Opération</b>	<b>2 239 407</b>	<b>1,00%</b>	<b>2,62 €</b>
<i>Si prise en compte des options de souscription *</i>	<i>2 291 121</i>	<i>0,98%</i>	<i>2,71 €</i>
<i>Actions issues de l'augmentation de capital</i>	<i>644 000</i>		
<b>Après Augmentation de capital</b>	<b>2 883 407</b>	<b>0,78%</b>	<b>3,18 €</b>
<i>Si prise en compte des options de souscription *</i>	<i>2 935 121</i>	<i>0,76%</i>	<i>3,24 €</i>

\* A la date d'émission de la présente note, il existe 51 714 options de souscription susceptibles d'être exercées.

### ***Incidence sur la composition du capital social et du nombre de droits de vote correspondant***

La répartition des actions composant le capital social de la Société, sur la base du nombre d'actions existantes et de leur répartition à la date de la présente note d'opération, et en supposant que le nombre d'actions nouvelles émises est de 644 000 après exercice de la Clause d'Extension et que le nombre d'actions cédées est de 446 240, serait modifiée comme suit :

<b>Actionnaires</b>	<b>Nombre de titres</b>	<b>% de détention</b>	<b>Nombre de droits de vote</b>	<b>% de droits de vote</b>
MR GLADYSZ MARC	1 195 138	42,69%	2 390 276	52,44%
MR LOPIN DOMINIQUE	7 320	0,26%	14 640	0,32%
MME LEVY EMILIE	57 330	2,05%	114 660	2,52%
MME MEURGUES VALERIE	7 320	0,26%	14 640	0,32%
MME LEVY CHICHEPORTICHE MURIEL	7 320	0,26%	14 640	0,32%
MME LEVY EMILIE	222	0,01%	444	0,01%
MME HENRIOT NATHALIE	119 720	4,28%	239 440	5,25%
MR WILLEMS JACQUES	134 486	4,80%	268 972	5,90%
MR BRIET DIDIER	25	0,00%	50	0,00%
MME DARTEVELLE MARTINE	1 982	0,07%	1 982	0,04%
<b>Total Fondateurs et dirigeants</b>	<b>1 530 863</b>	<b>54,69%</b>	<b>3 059 744</b>	<b>67,13%</b>
FCP OPTIGEST DIVERSIFIEE	53 162	1,90%	106 021	2,33%
KBC SECURITIES	8 195	0,29%	12 655	0,28%
FINANCIERE AM	9 086	0,32%	9 086	0,20%
SIS SEGAINTERSETTLE AG	1 000	0,04%	1 000	0,02%
<b>Total Actionnaires financiers</b>	<b>71 443</b>	<b>2,55%</b>	<b>128 762</b>	<b>2,82%</b>
<b>Public</b>	<b>1 274 451</b>	<b>45,53%</b>	<b>1 446 954</b>	<b>31,74%</b>
<b>Titres en auto-détention</b>	<b>6 650</b>	<b>0,24%</b>	<b>6 650</b>	<b>0,15%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2 883 407</b>	<b>103,00%</b>	<b>4 642 110</b>	<b>101,84%</b>

## 10. INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES

### 10.1. Conseillers ayant un lien avec l'offre

EuroLand Finance ne détient pour compte propre, directement ou indirectement, aucune action de la Société.

### 10.2. Rapports des contrôleurs légaux des comptes

Voir paragraphe 1.2 de la deuxième partie du présent prospectus.

### 10.3. Rapports d'experts

Néant

### 10.4. Informations provenant de tiers

La Société confirme que les informations visées ci-dessus ont été reproduites fidèlement. Pour autant que la Société le sache et soit en mesure de l'assurer à la lumière des données publiées par ces tierces parties, aucun fait n'a été omis qui rendrait les informations reproduites inexactes ou trompeuses.