



Boulogne-Billancourt, le 22 mars 2011

RESULTATS ANNUELS 2010

Résultat Net : + 23,0% à 24,2 M€

PERSPECTIVES 2011

Accélération de la stratégie d'innovation et de segmentation

Confirmation d'un objectif de marge de ROAA de 20 à 25%

MEETIC (MEET - FR0004063097), leader européen de la rencontre en ligne, annonce aujourd'hui ses résultats consolidés et audités de l'exercice clos au 31 décembre 2010, arrêtés par le Conseil d'administration le 15 mars 2011.

□ Résultats annuels 2010

En millions d'euros (IFRS)	31 décembre 2010 (Consolidé) ¹	31 décembre 2009 (Consolidé) ²	Var. en %
Chiffre d'affaires	186,0	157,9	+17,8%
ROAA* avant coût des actions gratuites	41,2	40,9	+0,6%
<i>% du CA total</i>	<i>22,2%</i>	<i>25,9%</i>	
ROAA*	38,3	37,3	+2,6%
<i>% du CA total</i>	<i>20,6%</i>	<i>23,7%</i>	
Résultat opérationnel	34,2	34,3	-0,3%
<i>% du CA total</i>	<i>18,4%</i>	<i>21,7%</i>	
Quote-part dans le résultat net des entreprises associées	1,0	-	n/a
Résultat net des activités poursuivies	21,9	22,3	-2,0%
Résultat net des activités cédées ou en cours de cession	2,3	-2,6	n/a
Résultat net	24,2	19,7	+23,0%
<i>% du CA total</i>	<i>13,0%</i>	<i>12,4%</i>	

*Résultat opérationnel avant amortissement des immobilisations

Note 1 : Les procédures d'audit sur les comptes consolidés ont été effectuées. Le rapport de certification sera émis après finalisation des procédures requises pour les besoins du dépôt du document de référence.

Note 2 : Le 10 mars 2010, Meetic et Match.com ont finalisé la création d'une société commune pour le développement de leurs activités en Amérique Latine. Comme l'exige le référentiel IFRS, les comptes annuels 2009 de Meetic ont été retraités de l'activité de la filiale ParPerfeito, qui a été apportée à la société commune.



Chiffre d'affaires : +17,8%

Le chiffre d'affaires consolidé annuel 2010 s'établit à 186,0 M€, en progression de +17,8% par rapport à 2009. Les ventes d'abonnements Internet (facturations hors produits constatés d'avance) se sont élevées sur l'année à 183,6 M€, en hausse de +19,8% par rapport à la même période de l'an passé.

Portée par la croissance du Matchmaking, l'activité a été particulièrement dynamique sur le second semestre. Ainsi, au cours de l'année 2010, le Groupe a acquis 40 000 abonnés supplémentaires sur le segment du Matchmaking, totalisant près de 140 000 abonnés à fin 2010. La contribution du Matchmaking aux revenus du Groupe s'élève à près de 34,0 M€ en 2010, en croissance de +34% par rapport à 2009. Le parc abonnés total du Groupe s'établit à 858 197 abonnés au 31 décembre 2010.

Marge de ROAA : 20,6%

Le résultat opérationnel avant amortissement des immobilisations (ROAA), et après coûts des actions gratuites, s'élève à 38,3 M€, en progression de +2,6% par rapport à 2009, soit une marge de ROAA de 20,6%, dans la fourchette d'objectif de marge confirmé tout au long de l'année.

Les investissements marketing se sont limités à 15,5 M€ au 4^{ème} trimestre 2010, soit 32,2% du chiffre d'affaires. Le Groupe a ainsi privilégié la rentabilité au cours de ce dernier trimestre, avec une marge de ROAA qui ressort à 40,3% sur le trimestre, démontrant une nouvelle fois sa capacité à gérer sa rentabilité opérationnelle. Les investissements marketing réalisés sur la totalité de l'exercice s'établissent à 94,8 M€, soit 51,0% du chiffre d'affaires.

Les charges de personnel (incluant une charge non cash de 2,9 M€ liée à la valorisation des plans d'actions gratuites) ont atteint 27,9 M€, soit 15,0% du chiffre d'affaires 2010, contre 16,9% en 2009. L'effectif du Groupe est passé au cours de l'année 2010, de 386 à 398 collaborateurs.

Résultat net des activités cédées : 2,3 M€

La cession de la filiale brésilienne Parperfeito, qui a été apportée à la société commune créée avec Match.com pour le développement des activités du Groupe en Amérique latine, a généré un profit de 2,3 M€.

Résultat net : + 23% à 24,2 M€

Le résultat net du Groupe est composé du résultat net des activités poursuivies, qui s'élève à 21,9 M€, de la quote-part du Groupe dans le résultat net de la société commune en Amérique latine pour 1,0 M€, et du résultat net des activités cédées, qui s'établit à 2,3 M€.

Le résultat net du Groupe s'établit ainsi à 24,2 M€, en hausse de +23,0% par rapport à 2009.



Un modèle fortement générateur de cash flow

Le Groupe bénéficie d'un modèle économique générateur de flux de trésorerie d'exploitation positifs, grâce à son modèle d'abonnement et sa rentabilité. Le flux net dégagé par l'exploitation s'est ainsi élevé à 29,7 M€ sur l'exercice 2010.

En 2010, les flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement ont atteint -35,6 M€, essentiellement liés au versement en juin 2010 d'un dividende de 1,50 euro par action, pour un montant de 34,2 M€.

Au 31 décembre 2010, le Groupe dispose d'une trésorerie excédentaire de 40,6 M€ et n'est pas endetté.

□ Stratégie de développement : l'innovation produit et la segmentation

L'innovation produit, le moteur du développement du Groupe

1. Le déploiement des applications Smartphones

Après la France et l'Espagne, Meetic déploiera d'ici la fin de l'année ses applications mobiles pour ses marques de Dating en Europe, afin de bénéficier de la forte croissance du parc des smartphones dans tous les pays européens où le Groupe est présent (la France compte par exemple 7 millions d'utilisateurs de smartphones (*comScore - mars 2010*), soit 48% de plus qu'il y a un an). L'enjeu majeur pour le Groupe est d'accroître le temps passé par ses utilisateurs sur ses services, ce qui permettra à terme d'augmenter les usages, les interactions et donc l'efficacité du service pour les utilisateurs.

2. Une plateforme nouvelle génération pour Meetic, intégrant des technologies de rupture

Après plusieurs mois de développement, la mobilisation d'une centaine de personnes sur ce projet et tout le savoir-faire du Groupe, Meetic lancera au cours de l'été une plateforme nouvelle génération pour ses sites de Dating, de nouvelles règles ergonomiques, l'intégration des nouveaux usages issus des réseaux sociaux et des smartphones ; de nouveaux algorithmes de Matching permettront ainsi à Meetic de prendre plusieurs longueurs d'avance sur la concurrence.

En particulier, cette plateforme nouvelle génération accueillera, à l'instar des principales plateformes sociales, des applications tierces. Ces "Apps" permettront aux utilisateurs d'importer et d'intégrer sur leur profil leurs goûts en matière de musique, de cinéma, de littérature, leur appartenance à différentes communautés, ou tous types d'informations liées à leur usage des réseaux sociaux. Cette richesse d'informations permettra ainsi à Meetic d'améliorer encore la mise en relation de ses utilisateurs à travers un nouvel algorithme de Social Matching.

3. La qualité des profils, la qualité de service et la sécurité toujours au cœur de la stratégie de Meetic

Conformément aux valeurs que le Groupe a toujours véhiculées et défendues, Meetic renforcera encore les dispositifs en place pour assurer une qualité de service toujours plus optimale, en particulier par la mise en place de nouvelles solutions technologiques de surveillance, et l'ouverture d'un service client désormais disponible par téléphone 24/24 et 7/7.



La segmentation : Meetic présent sur tous les segments de la rencontre amoureuse en ligne

Après la réussite d'une première segmentation de ses services avec le lancement de meetic affinity, Meetic poursuit sa stratégie d'extension de son offre et lancera deux nouveaux services :

- un nouveau site dédié aux rencontres locales au cours du premier semestre,
- un nouveau site de rencontres haut de gamme, au cours du second semestre.

Ces nouvelles marques et nouvelles offres distinctives bénéficieront du leadership du Groupe Meetic, de l'ensemble de ses savoir-faire en termes de modération, de sécurité et de technologie, ainsi que de la capacité de distribution issue du fort trafic dont le Groupe bénéficie déjà sur l'ensemble de ses sites en Europe.

Philippe Chainieux, Directeur Général Délégué de Meetic Group, conclut : *«En l'espace de moins de 10 ans, Meetic a réussi à imposer socialement la rencontre en ligne en Europe. Abordant une 3^{ème} phase de son développement, le Groupe Meetic dispose d'un savoir-faire unique pour saisir les opportunités formidables que représentent le développement des smartphones et la segmentation des offres. Le Groupe Meetic restera extrêmement attentif à toute opportunité de consolidation du secteur pour accroître encore son avance en Europe. Enfin, fort de son modèle économique et de sa capacité avérée à gérer sa profitabilité, le Groupe Meetic réitère son objectif de marge de ROAA comprise entre 20 et 25% sur l'exercice 2011.»*

A propos de Meetic Group, leader européen des rencontres (www.meetic-corp.com) : Meetic Group gère deux services en Europe, Dating et Matchmaking, principalement sous les marques meetic et meetic affinity, et exploite dans le domaine de la rencontre deux modèles économiques fortement complémentaires, l'un basé sur l'usage de l'Internet, l'autre du Mobile. En reprenant en juin 2009 les activités Europe du n° 1 mondial Match.com, Meetic Group a consolidé sa première place sur le continent. Le Groupe est aujourd'hui présent dans 16 pays d'Europe, et est disponible en 13 langues. Poursuivant depuis sa création une stratégie claire de leadership basée sur une politique qualité prioritaire, un marketing innovant et une parfaite maîtrise technologique, le Groupe s'attache à améliorer en permanence ses services et à répondre encore plus précisément aux différentes attentes de ses abonnés en Europe. Meetic Group a réalisé en 2010 un chiffre d'affaires de 186,0 M€ et une marge de ROAA de 20,6%.

Coté sur **Euronext Paris - Compartiment B** de NYSE Euronext - ISIN : FR0004063097

Meetic
Direction Financière
Sandrine Leonardi
Secrétaire Général

NewCap.
Communication financière
Pierre Laurent
Axelle Vuillermet
Tél. : 01 44 71 94 94
meetic@newcap.fr

* * * *

**Communiqué des résultats du 1^{er} trimestre 2011 :
11 mai 2011, après la clôture des marchés**