

Boulogne-Billancourt, le 28 juillet 2009

RESULTATS DU PREMIER SEMESTRE 2009

Chiffre d'affaires S1 2009 : 70,1 M€ Forte amélioration de la rentabilité - Doublement du ROAA

MEETIC (FR0004063097 – MEET), leader européen de la rencontre en ligne, annonce aujourd'hui ses résultats semestriels audités pour les six premiers mois de l'exercice clos au 30 juin 2009.

□ Chiffre d'affaires consolidé

En millions d'euros IFRS	30 juin 2009 ⁽¹⁾ (Consolidé)	30 juin 2008 (Consolidé)	Var. %	30 juin 2009 ⁽¹⁾ (Taux de change constant)	Var. % (Taux de change constant)
Internet <i>En % du CA total</i>	67,3 96%	60,1 95%	+11,8%	69,2	+15,0%
Mobile <i>En % du CA total</i>	1,8 3%	1,9 3%	-4,2%	1,8	-3,7%
Autres <i>En % du CA total</i>	1,0 1%	1,0 2%	2,1%	1,0	+4,6%
Total	70,1	63,0	+11,2%	72,0	+14,3%

(1) Intégration de Match.com Europe dans les comptes consolidés au 1^{er} juin 2009

Le chiffre d'affaires du premier semestre 2009 s'établit à 70,1 M€. Il ressort en croissance de +11,2% par rapport à la même période de l'exercice précédent, et de +14,3% à taux de change constant en raison de l'évolution défavorable de la parité euro / livre sterling et du renforcement de l'exposition du Groupe à la devise Britannique suite à l'intégration des activités de Match.com Europe depuis le 1^{er} juin 2009.

Le chiffre d'affaires du premier semestre intègre un mois de l'activité de Match.com Europe à hauteur de 4,9 M€.

• Chiffre d'affaires Internet

Le chiffre d'affaires de l'activité Internet du premier semestre 2009 ressort en progression de +11,8% à 67,3 M€, et de +15,0% à taux de change constant.

Hors produits constatés d'avance, les ventes d'abonnement retraitées de la contribution des activités de Match.com Europe se sont élevées à 64,6 M€ sur le semestre et à 66,1 M€ à taux de change constant, à comparer à 61,7 M€ au premier semestre 2008, soit une croissance de +7,2%.

- **Indicateurs abonnés**

Comme annoncé à l'issue du premier trimestre 2009, le Groupe poursuit désormais une stratégie focalisée sur la monétisation optimale de son trafic en combinant ses offres de dating et de matchmaking et en développant des stratégies sophistiquées d'autopromotion entre ses différents produits ou marques.

Ainsi, au cours de ce premier semestre :

- **Le parc abonnés** : il s'élève à 945 000 abonnés au 30 juin 2009 et se décompose en 669 000 abonnés pour toutes les activités Internet du Groupe hors Match.com Europe et 276 000 abonnés pour les activités Match.com Europe seules.
Hors acquisition de la base européenne de Match.com, le Parc Groupe a progressé de 24 000 abonnés nets au cours du deuxième trimestre. Les modifications tarifaires mises en œuvre mi-février ont largement contribué à cette progression.
- **L'ARPU (revenu mensuel moyen par abonné)** : le revenu mensuel moyen par abonné (incluant l'activité matchmaking) est en progression à 18,10 euros sur le premier semestre 2009 vs. 17,66 euros sur le second semestre 2008. Les modifications tarifaires récentes sur le Dating ont ainsi été largement compensées par la progression de la valeur sur le Matchmaking au cours de ce semestre.
- **Le Churn (taux de désabonnement mensuel)** : il ressort à 15% contre 14,3% au second semestre 2008, en légère progression.

- **Résultats semestriels consolidés**

En millions d'euros IFRS	30 juin 2009 ⁽¹⁾ (Consolidé)	30 juin 2008 ⁽¹⁾ (Consolidé)	Var. %
Chiffre d'affaires	70,1	63,0	+11,2%
ROAA* avant coût des actions gratuites	10,5	5,5	+91,4%
<i>% du CA total</i>	<i>15,0%</i>	<i>8,7%</i>	
ROAA*	8,8	4,1	+117,0%
<i>% du CA total</i>	<i>12,6%</i>	<i>6,4%</i>	
Résultat opérationnel	7,5	2,8	+164,4%
<i>% du CA total</i>	<i>10,7%</i>	<i>4,5%</i>	
Résultat net des activités poursuivies	3,9	1,4	+178,8%
Résultat net des activités abandonnées	0,6	-1,1	+155,6%
Résultat net	4,5	0,3	NA
<i>% du CA total</i>	<i>6,5%</i>	<i>0,6%</i>	

*Résultat opérationnel avant amortissement des immobilisations

(1) Intégration de Match.com Europe dans les comptes consolidés au 1^{er} juin 2009



- **Forte amélioration de la rentabilité**

Le résultat opérationnel avant amortissements des immobilisations (ROAA) et avant coût des actions gratuites s'établit à 10,5 M€ au premier semestre 2009 -15% de marge-, contre 5,5 M€ au premier semestre 2008, soit un doublement du ROAA qui s'explique par :

- la diminution en part relative des investissements marketing comparativement au premier semestre 2008, qui ressortent sur la période à 37,9 M€, soit 54% du chiffre d'affaires contre 60% au 30 juin 2008. Le premier semestre reste traditionnellement pour l'activité du Groupe un semestre de fort investissement publicitaire.
- l'intégration du ROAA de Match.com Europe pour un montant de 1,3 M€ (1 mois de consolidation). Rapportée à un chiffre d'affaires de 4,9 M€, la marge de ROAA de Match.com Europe ressort ainsi à 27,5% sur le mois de juin.

Après intégration des charges de personnel à hauteur de 13,5 M€ -incluant une charge non-cash de 1,7 M€ liée à la valorisation des plans d'actions gratuites-, la marge de ROAA du Groupe s'établit à 12,6% pour le premier semestre 2009 contre 6,4% au premier semestre 2008.

Compte tenu de tous ces éléments, mais aussi de l'absence de coûts sur la filiale eFriendsNet cédée début janvier 2009 (reclassée en Résultat des activités abandonnées), le résultat net s'inscrit en très forte progression, à 4,5 M€ au 30 juin 2009 contre 0,3 M€ au 30 juin 2008.

- **Renforcement de la structure financière**

Au 30 juin 2009, le Groupe dispose d'une trésorerie excédentaire de 35 M€.

Le Groupe bénéficie toujours d'un modèle économique générateur de flux de trésorerie d'exploitation positifs grâce à son modèle économique d'abonnement. Les flux de trésorerie d'exploitation se sont ainsi élevés à 14 M€ au premier semestre 2009 (incluant l'entrée de Match International Limited dans le périmètre pour 4 M€).

Les seules dettes financières au 30 juin 2009 sont relatives à l'acquisition de Match International Limited, et s'élèvent à un montant estimé de 7,1 M€.

□ Perspectives

Le Groupe entend accélérer son acquisition de parts de marché sur le segment de la rencontre par affinités, qui présente de fortes opportunités de croissance, en continuant à déployer ses sites Affinity dans tous les pays où il n'est pas encore présent, à renforcer sa politique commerciale d'auto-promotion du Matchmaking sur ses sites de Dating, et à utiliser la base clients et les marques de Match Europe pour déployer l'offre MatchAffinity dans les pays Européens où la marque Match a été choisie. MatchAffinity a ainsi été lancé dès le 1^{er} juillet au Royaume-Uni, et sera lancé dans les pays nordiques au cours de l'été.

En termes de rentabilité, et au-delà de l'accroissement de la valeur du Parc abonnés liée au déploiement du Matchmaking, le Groupe bénéficiera de l'intégration des activités européennes de Match.com et des synergies de coûts qui en découlent, évaluées par le Groupe entre 10 et 15 millions d'euros sur la première année.

Conformément à la stratégie de diversification de ses sources de revenus, notamment vers la téléphonie mobile, Meetic confirme que le réseau social de « flirting » Peexme a été ouvert au public le 22 juillet 2009.

En conséquence, Meetic anticipe la poursuite de la croissance de son activité et l'amélioration de sa rentabilité sur le second semestre et confirme ainsi son objectif d'une marge de ROAA de 20 à 25% sur la totalité de l'exercice 2009.

Marc Simoncini, Président Directeur Général de Meetic, conclut : « *Nous clôturons un premier semestre riche en avancées stratégiques majeures, et nous nous réjouissons de la bonne intégration des activités européennes de Match.com, récemment acquises. Fort de son statut d'acteur global de la rencontre en ligne, de son double positionnement sur les segments du Dating et du Matchmaking et de son leadership européen incontesté, le Groupe entre ainsi dans une nouvelle phase de son histoire, et se focalisera désormais sur la rentabilité et la génération de cash* ».



**Retrouvez l'intégralité du Rapport Financier Semestriel de MEETIC
sur le site www.meetic-corp.com / rubrique Documentation**

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

A propos de Meetic, leader européen de la rencontre en ligne (www.meetic-corp.com)

Meetic 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 a consolidé sa première place sur le continent. Le groupe est aujourd'hui présent dans 16 pays d'Europe et en Amérique Latine, 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 a réalisé en 2008 un chiffre d'affaires de 133,6 M€ et un résultat opérationnel de 12,5 M€.

MEETIC
Direction Financière
Sandrine Leonardi
Secrétaire Général

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

* * * *

**Communiqué du chiffre d'affaires et des résultats du 3^{ème} trimestre 2009 :
9 novembre 2009, après clôture des marchés**