



Paris, le 11 septembre 2008

### Activité du 1<sup>er</sup> semestre 2008 :

Come&Stay affiche une croissance de 19%  
à 14,5 millions d'euros de chiffres d'affaires

**Come&Stay (Alternext, ALCSY) annonce un chiffre d'affaires consolidé de 14,5 M€ au premier semestre 2008, en progression de 19 % par rapport à la même période 2007.**

Au 30 juin, en M€ (non audités)	2008	2007	% Var 08/07
Come&Stay Europe du Nord	5,4	4,6	+ 17 %
Come&Stay Europe du Sud	6,9	5,4	+ 28 %
Come&Stay USA	3,0	2,6	+ 15 %
<i>USA à taux de change constant ( M\$)</i>	<i>4,5</i>	<i>3,5</i>	<i>+ 28 %</i>
<b>Chiffre d'affaires total<sup>1</sup></b>	<b>14,5</b>	<b>12,3</b>	<b>+ 19 %</b>
<i>A taux de change constant</i>			<i>+ 24 %</i>

(1) 0,8 k€ d'éliminations intra-groupe

### Un marché en pleine évolution : la pertinence des emails a gagné face aux nouveaux enjeux de pertinence des campagnes

- Aux Etats-Unis, grâce aux politiques de filtrage du spam mises en place par les principaux ESP (2) depuis 24 mois, le nombre d'emails reçus en boîte de réception a diminué au premier trimestre 2008 par rapport à l'année précédente pour la première fois depuis l'origine de l'email (3). En Europe, les ESP américains gèrent techniquement de 25 à 80% des adresses emails d'un pays (4). On constate donc la même tendance qu'aux Etats-Unis.
- En parallèle, 67% des consommateurs disent préférer l'email comme principal moyen de communication (3).
- Les emails légitimes bénéficient dès lors de résultats performants grâce à une meilleure visibilité et une appétence des consommateurs pour cet outil de communication.
- Pour ces ESP, et en particulier Hotmail le plus important d'entre eux, un email légitime est un email qui bénéficie de la confiance et/ou de l'intérêt du consommateur. Cette confiance se bâtit par la transparence de la collecte des bases de données ET la pertinence des offres adressées.
- L'enjeu du marché est, comme dans l'univers du search marketing, de détecter les besoins du consommateur pour allier pertinence et volume : adresser l'offre à tous les consommateurs potentiellement intéressés et uniquement à ceux là.

### Un mathématicien au service de la stratégie User Centric

- Come&Stay a toujours mis le besoin du consommateur au cœur de son activité et a développé des outils et des programmes de ciblage. Les outils et la pertinence des campagnes se sont encore améliorés avec le renforcement de la direction de l'équipe de R&D groupe. Cette équipe est désormais dirigée par un mathématicien qui a développé les techniques d'intelligence artificielle au service du CRM. Ces techniques ont pour particularité d'être indépendantes de la langue du pays et ainsi déployées rapidement sur les pays couverts par Come&Stay.

**Une croissance tirée par les gros annonceurs et un taux de fidélisation élevé**

- Come&Stay continue sa croissance sur la zone européenne avec le gain de gros annonceurs comme Easyvoyage en Europe du Sud ou Green Credit en Europe du Nord. En France, 50% du Top 10 annonceurs en email au premier semestre ont confié leur budget email en exclusivité à Come&Stay (4).
- Aux Etats-Unis, la restructuration effectuée depuis 2 ans porte ses fruits. L'activité y connaît un taux de « repeat business » de 85% au premier semestre 2008 et le gain de nouveaux clients comme Microsoft sur l'activité mobile.

**Sur le premier semestre 2008, la société attend une marge opérationnelle autour de 5%.**

**Perspectives 2008**

Dans un contexte de marché fondamentalement porteur, la croissance et la rentabilité de **Come&Stay** bénéficieront les prochains mois de facteurs positifs, comme :

- Le déploiement des nouvelles offres de ciblage sur l'ensemble des pays ;
- Une accélération de l'effort commercial en Europe, désormais sous la responsabilité de Marc Desenfant, Directeur Exécutif du Groupe et revenu des USA ;
- Le plein effet des réductions de coûts fixes initiés au premier semestre.

**> Prochaine communication :**

Résultats semestriels : jeudi 9 octobre 2008 (après Bourse)

*(2) ESP : Email Service Provider, ou fournisseur d'adresses email personnelle. Les principaux ESP dans le monde sont Hotmail, Yahoo et AOL.*

*(3) source : AOTA summit 2008*

*(4) source : Come&Stay*

*(5) source : tns media intelligence/Come&Stay*

**A propos de Come&Stay** ([www.comeandstay.com](http://www.comeandstay.com))

**Come&Stay** est un leader de la publicité interactive par email et mobile, présent dans 14 pays en Amérique, Europe et Asie. Come&Stay opère un réseau de plus de 300 millions d'adresses email et 30 millions de numéros de mobile optin. Elle offre aux annonceurs des solutions de marketing interactif par email et mobile pour leurs campagnes de prospection et de fidélisation nationales et internationales.

**Come&Stay** est coté sur Alternext d'Euronext® Paris. Mnémonique : ALCSY.

---

Contacts



Carole WALTER  
Président Directeur Général  
Tél : + 33 1.42.84.96.96  
[investisseur@comeandstay.com](mailto:investisseur@comeandstay.com)



Nicolas MEUNIER  
Julie Derouch  
Tél : + 33 1.56.88.11.11  
[nmeunier@actifin.fr](mailto:nmeunier@actifin.fr); [jderouch@actifin.fr](mailto:jderouch@actifin.fr)