



Paris, le 4 mars 2010

## Chiffre d'affaires 2009 : 15,9 M€

**Come&Stay (Alternext, ALCSY) publie un chiffre d'affaires consolidé de 15,9 M€ au titre de l'exercice 2009, clos le 31 décembre. Ce chiffre est à rapporter à un chiffre d'affaires pro-forma<sup>1</sup> de 22,1 M€ en 2008. L'évolution du chiffre d'affaires est en légère amélioration de tendance par rapport à celle du premier semestre 2009.**

<b>Au 31 décembre, en M€</b> (non audités)	<b>2009</b>	<b>2008</b>	<b>% Var 09/08</b>	<b>% Var 09/08</b> (à taux de change constant)
Come&Stay Europe du Nord	5,3	8,9	- 40 %	- 37 %
Come&Stay Europe du Sud	10,6	13,1	- 19 %	- 19 %
Come&Stay USA	0	5,0	n/a	n/a
Chiffre d'affaires total	15,9	27,0	- 41 %	- 40 %
<b>Chiffre d'affaires total pro forma<sup>1</sup></b>	<b>15,9</b>	<b>22,1</b>	<b>- 28 %</b>	<b>- 26 %</b>

(1)

Après déconsolidation des USA

### Une année 2009 difficile

En 2009, Come&Stay a éprouvé de plein fouet la mutation de son marché vers le marketing à la performance, celle-ci s'accompagnant d'une baisse importante des prix. Cette nouvelle disposition est particulièrement ressentie dans l'emailing d'acquisition, cœur de métier historique de Come&Stay alors que l'impact est moindre en matière de fidélisation, et ceci sur l'ensemble des marchés européens où la Société est présente.

Pour faire face à cette mutation, Come&Stay s'est appuyé sur ses atouts clés :

- une éthique reconnue en termes de data privacy, dans un univers de plus en plus sensible sur ces sujets ;
- et une augmentation de ses capacités de production grâce à ses outils d'intelligence artificielle et ses programmes de génération de leads tels que Lead Direct Concept, performant tant en quantité qu'en qualité en associant génération de leads et forte exposition media.
- **en Europe du Sud :**
- La prévision sur le renversement de tendance à la fin du 1<sup>er</sup> semestre s'est avérée être réaliste et a permis d'améliorer le niveau d'activité durant le 2<sup>nd</sup> semestre.
- L'Espagne augmente son chiffre d'affaires de presque 50% grâce à une forte reconnaissance du marché et gagne ainsi de nouveaux budgets tels que La Redoute, L'Oréal ou encore Diageo.

- La France a pâti de la baisse du marché des investissements publicitaires, mais le 4<sup>e</sup> trimestre est en progression de 22% par rapport au 3<sup>e</sup> trimestre et de nouveaux annonceurs tels que Kuoni Voyages, Cerruti ou encore Ford sont venus étoffer le portefeuille annonceurs de Come&Stay.
- En Italie, Lead Direct Concept a séduit Walt Disney Studios Home Entertainment pour le lancement de leur dernier film « La Princesse et la Grenouille ».
- **En Europe du Nord**
- L'amélioration de la tendance sur l'Europe du Sud ne s'est pas encore manifestée en Europe du Nord où le positionnement prix est plus critique encore.
- Pour autant, des annonceurs comme Bonprix, un des plus importants VPCistes allemands à envergure internationale, a choisi de faire appel à Come&Stay pour sa génération de leads grâce à sa présence conjointe en Allemagne et dans les pays nordiques.
- Le marché voit également arriver des annonceurs purement offline qui souhaitent migrer leur communication par prospectus en communication online avec leurs clients. Ainsi, Tiger, chaîne de magasins discount présente partout en Europe du Nord, a lancé avec Come&Stay un vaste programme de constitution de la base de données email de ses clients en s'appuyant sur le programme Lead Direct Concept.

Malgré cette baisse importante du chiffre d'affaires, Come&Stay a su conserver ses clients historiques et maintenir le cercle vertueux entre clients historiques et l'accès à de nouvelles opportunités, particulièrement visible sur 2010.

Le passage en 2009 d'un métier centré sur l'emailing à un métier de génération et gestion de leads va permettre à Come&Stay de moins dépendre de l'évolution défavorable du marché de l'emailing. Come&Stay propose désormais d'accompagner l'annonceur dans sa recherche de contact online avec ses consommateurs potentiels (appelés « lead » sur le marché online). Les annonceurs souhaitent identifier tout consommateur susceptible d'être client de sa marque et débiter avec lui une relation online globale, qu'elle soit par email, sur site (co-registation) ou encore via les réseaux sociaux en fonction de la préférence de ce dernier.

### **Projection de résultat opérationnel 2009**

Tenant compte de l'évolution de son activité, Come&Stay anticipe une marge opérationnelle semestrielle de -0,3M€ en amélioration sensible par rapport au -0,4 ME du premier semestre.

**> Prochain communiqué : résultats annuels 2009 <**  
Le mardi 30 mars 2010 après Bourse

### **A propos de Come&Stay**

**Come&Stay** est un acteur européen de la génération de Leads, du e-CRM et du Social Media. Son réseau intègre des solutions innovantes de Social Marketing en accompagnement de ses programmes de co-registation ou d'emailing.

**Come&Stay** possède une expertise technologique unique en matière de ciblage comportemental à base d'intelligence artificielle. Les annonceurs et leurs agences ont ainsi accès à des millions de consommateurs pertinents pour leur activité où qu'ils soient sur le web.

Pour plus d'informations, visitez notre site [www.comeandstay.com](http://www.comeandstay.com).

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

---

Contacts



## Communiqué de presse

Carole WALTER  
Président Directeur Général  
Tél : + 33 1.42.84.96.96  
investisseur@comeandstay.com

Nicolas MEUNIER  
Marie GAVERIAUX  
Tél : + 33 1.56.88.11.11  
nmeunier@actifin.fr; mgaveriaux@actifin.fr