



MAXIMILES poursuit son déploiement européen en Italie

Paris, le 11 décembre 2007

MAXIMILES, le leader européen de la fidélisation sur Internet, s'implante dans un 4^{ème} pays avec l'ouverture du programme de fidélisation www.maximiles.it, en Italie. Ce déploiement fait suite au rachat de Ipoints au Royaume Uni en 2006 et au lancement de Maximiles.es en Espagne il y a deux mois.

Avec cette nouvelle étape stratégique, MAXIMILES renforce sa position de leader en Europe et s'impose comme **le seul programme de fidélité online à offrir des solutions pan-européennes** à ses partenaires.

Espagne et Italie : deux marchés à fort potentiel

Après des années de croissance continue, le e-commerce en Espagne et Italie atteint une taille significative. En 2006, les transactions de e-commerce BtoC sont estimées à 3,0 milliards € en Espagne, et à 3,8 milliards € en Italie. Ces montants sont à comparer au marché français estimé à 12,2 milliards € sur cette même année ⁽¹⁾.

Par ailleurs, les dépenses de publicité sur Internet en 2006 représentent respectivement 310 M€ et 480 M€ en Espagne et en Italie, à comparer à 1 180 M€ en France ⁽²⁾.

Pour les mois à venir, la hausse du taux d'équipement en haut débit et la croissance de la population d'internautes (16 et 17 millions en Espagne et Italie, vs 27 millions en France²) constituent un réel potentiel de rattrapage pour ces deux marchés.

Marc Bidou, PDG de Maximiles : « L'Espagne et l'Italie seront parmi les principaux marchés européens de l'internet, c'est pourquoi il est important d'y positionner Maximiles. Plus de 3,7 millions d'internautes en France et au Royaume Uni bénéficient déjà des avantages de notre programme et de la possibilité de gagner des cadeaux en faisant leurs achats on-line. Par l'ouverture de ces nouveaux pays, le groupe pourra continuer sa très forte croissance en Europe. »

Ce développement européen s'inscrit pleinement dans le plan de marche de MAXIMILES à horizon 2010 : l'objectif d'atteindre 30 M€ de chiffre d'affaires en croissance organique.

(1) Forrester research

(2) I.A.B., juin 2007.

A propos de Maximiles

Créé en 1999, MAXIMILES s'est imposé comme le leader européen de la fidélisation sur internet.

La société opère les programmes de fidélité multi-enseignes sur Internet Maximiles.com en France et Ipoints.co.uk en Angleterre. Ces programmes représentent plus de 3,7 millions de membres et plus de 100 sites marchands partenaires. Le département Maximiles Services opère des programmes de fidélité ou de relation client à destination de grands comptes comme U.G.C., Bred, Insert, Groupe Banque Populaire, Actual Interim, C.I.C., La société a développé et breveté la technologie Dateos Membership System qui est la plateforme du programme Maximiles, ainsi que celle mise à disposition des clients de Maximiles Services.

La société est cotée sur Alternext d'Euronext Paris. En 2006, MAXIMILES a réalisé un chiffre d'affaires pro forma de 11,2 M€ pour un résultat d'exploitation de 2,36 M€. MAXIMILES est labellisée "Entreprise Innovante" auprès de l'OSEO-Anvar depuis mars 2005.

Code ISIN FR 0004174233 - Code MNEMO. ALMAX

Communiqué de presse

www.maximiles.com/finance

Contacts

MAXIMILES

Marc BIDOU
Président Directeur Général
Tél. : 01 44 88 60 30
m.bidou@maximiles.com

ACTIFIN

Nicolas MEUNIER
Maëli LECRUBIER
Tél. : 01 56 88 11 11
nmeunier@actifin.fr
mlecrubier@actifin.fr