

# Résultats semestriels 2011

## Questions à Jacques Stern

Jacques Stern, Président-directeur général d'Edenred et Loïc Jenouvrier, Directeur Général Finances, Systèmes d'information et Juridique, ont présenté jeudi 25 août 2011 les résultats semestriels du Groupe aux analystes financiers et aux journalistes.

Retour avec Jacques Stern sur ces six premiers mois d'activité.

### Que faut-il retenir de cette publication semestrielle ?

Aujourd'hui, nous avons annoncé des résultats semestriels de très bonne qualité, qui sont en ligne avec nos ambitions de croissance à moyen terme :

[Lexique en dernière page](#)

- Croissance du Volume d'émission de 10%, à comparer à un objectif de 6% à 14% ;
- Croissance de la marge brute d'autofinancement de 20,1%, à comparer à un objectif d'au moins 20% ;
- En données comparables, notre **résultat d'exploitation courant** a progressé quant à lui de 12,1% au premier semestre, pour atteindre 167 millions d'euros.

Dans un contexte mondial turbulent, ces résultats témoignent à la fois de la solidité à long terme de notre modèle économique et des premiers effets du déploiement de notre projet industriel EDEN.

## **Ces résultats s'inscrivent dans le cadre d'une stratégie à long terme... Où en est-on aujourd'hui ?**

Nous avons bâti une stratégie en trois temps afin de faire grandir Edenred.

Première étape franchie, avec « **Réussir 2010** » : l'an dernier, nous avons acquis les conditions de notre autonomie : scission du groupe Accor le 29 juin 2010 puis cotation en Bourse d'Edenred le 2 juillet 2010 avec un cours d'ouverture à 13 euros. Connue depuis 50 ans pour avoir inventé le titre repas Ticket Restaurant® dédié aux salariés, notre Groupe est devenu le leader des services prépayés aux entreprises.

A présent, nous sommes en train de gravir ensemble la deuxième marche, « **Conquérir 2012** ». Pour y parvenir, nous suivons deux objectifs. Tout d'abord, donner la priorité à la croissance du volume d'émission dans notre cœur de métier. Deuxièmement, passer la moitié de notre volume d'émission sous forme numérique d'ici fin 2012. Nous sommes sur la bonne voie, puisque 34% de nos programmes sont déjà dématérialisés. Des pays comme la Belgique et la Suède vont ainsi passer à la carte en 2011.

A plus long terme, nous visons à « **Inventer 2016** », c'est-à-dire à explorer de nouveaux territoires de croissance.

### **Comment assurer la croissance du volume d'émission et ainsi respecter notre engagement de 6 à 14% par an ?**

Nous avons plusieurs leviers sur lesquels agir.

Premier levier, **l'augmentation de nos taux de pénétration** sur nos marchés existants. Au cours du premier semestre, les ventes nouvelles ont été importantes, témoignant de réels succès en matière de conquête commerciale dans de nombreux pays : près de 20 000 bénéficiaires supplémentaires en France, ou encore 35 000 au Brésil ; au Royaume-Uni, près de 16 000 nouveaux utilisateurs de Childcare Vouchers, des tickets dont la valeur faciale représente une participation aux frais de garde d'enfants dédiée aux salariés !

Deuxième levier, **l'augmentation de la valeur faciale**, soit le montant affiché sur nos titres de services. Sur 10% de volume d'émission supplémentaire au premier semestre, 4,5% est à mettre au compte de ce levier ! Au Brésil par exemple, cette valeur faciale moyenne a augmenté de 7,4% au premier semestre 2011.



Troisième levier : la **création et le déploiement de nouvelles solutions**. Chaque année, Edenred lance ou étend de multiples innovations aux quatre coins du monde. Quelques exemples parmi d'autres... En Italie, la carte Expendia Smart, solution de gestion de frais professionnels qui combine les avantages du paiement électronique au contrôle des dépenses, est promise à un bel avenir. Edenred a lancé la première carte incentive multi-enseignes filtrée sur le marché sud-africain, Ticket Compliments Exclusive. Au Chili, notre programme social public mené avec Junaeb, agence gouvernementale chargée d'attribuer des bourses aux étudiants défavorisés, ne cesse de s'enrichir. Bref, nous nous réinventons chaque jour, et ce levier de croissance devrait contribuer plus fortement à la croissance au cours des semestres à venir !

### **L'ouverture de nouveaux pays est-elle toujours d'actualité ? Et qu'en est-il d'éventuelles acquisitions ?**

Ces deux points constituent toujours les autres leviers de croissance du Groupe.

Au premier semestre 2011, notre couverture géographique est restée la même avec 40 pays mais nous maintenons l'objectif de six à huit nouveaux pays d'ici 2016.

En ce qui concerne notre politique d'acquisitions, il faut rappeler que notre stratégie repose avant tout sur un développement organique. Nous avons néanmoins les ressources financières pour mener à bien une croissance externe et restons de fait très attentifs à d'éventuelles opportunités d'acquisitions ciblées.

### **La conjoncture économique semble difficile, entre la chasse aux déficits publics et la crainte d'une récession. Quelles sont les perspectives du Groupe dans ce contexte ?**

Les résultats semestriels nous donnent l'occasion de présenter les objectifs du Groupe pour l'année. Nous avons ainsi annoncé aujourd'hui un objectif de résultat d'exploitation courant situé entre 340 et 360 millions d'euros en 2011, soit une progression à deux chiffres par rapport à 2010. Durant le second semestre, notre activité devrait continuer à bénéficier du fort dynamisme de l'Amérique latine, ainsi que d'une légère amélioration des tendances en Europe.

Au-delà de 2011, Il est vrai que les pays occidentaux prennent actuellement des mesures accrues pour réduire les déficits publics. Mais nos solutions d'avantages aux salariés relèvent



de l'avantage social et non de la niche fiscale. Elles contribuent à la croissance de l'emploi. Bref, c'est un système gagnant-gagnant.

Quant à une éventuelle récession, elle toucherait bien sûr l'ensemble des entreprises. Les récents mouvements sur les marchés financiers se traduisent par une très forte volatilité. Mais nous avons prouvé notre capacité à résister aux crises économiques : en 2009, notre volume d'émission avait ainsi progressé de 5,7%, grâce à la solidité de notre « business model ». Par ailleurs, notre présence importante dans les pays émergents (57% de notre volume d'émission au premier semestre) constitue un réel atout, car le développement de ces marchés reste très porteur.

Je suis donc tout à fait confiant en l'avenir d'Edenred. Notre feuille de route est riche et stimulante.

## LEXIQUE

Quelques indicateurs clés décryptés pour une meilleure lecture de nos documents financiers.

- Le **volume d'émission** représente le nombre total de titres émis multiplié par la valeur faciale de chaque titre.
- Le **chiffre d'affaires total** comprend le **chiffre d'affaires opérationnel**, c'est-à-dire lié à l'activité, et le **chiffre d'affaires financier** générés par les intérêts issus du placement de la trésorerie disponible liée à l'activité.
- Le **résultat d'exploitation courant** correspond au chiffre d'affaires total (opérationnel et financier) diminué des charges d'exploitation, y compris amortissements et provisions. Cet indicateur permet d'apprécier la performance économique du Groupe, en dehors de tout événement exceptionnel.
- Le **résultat d'exploitation courant opérationnel** correspond au résultat d'exploitation courant, hors chiffre d'affaires financier.
- La **marge brute d'autofinancement** (Funds from operations) est constituée de l'excédent brut d'exploitation (le chiffre d'affaires diminué des charges d'exploitation) sur lequel ont été principalement déduits le résultat financier et l'impôt sur les sociétés.

N'hésitez pas à demander d'autres éclaircissements en écrivant à

[relations.actionnaires@edenred.com](mailto:relations.actionnaires@edenred.com)

