

Résultats semestriels 2011

Présentation presse

25 août 2011



Forte croissance organique du résultat d'exploitation courant au premier semestre
Solidité du *business model* et premiers effets du déploiement de la stratégie, après un an d'autonomie

Chiffres clés du premier semestre 2011

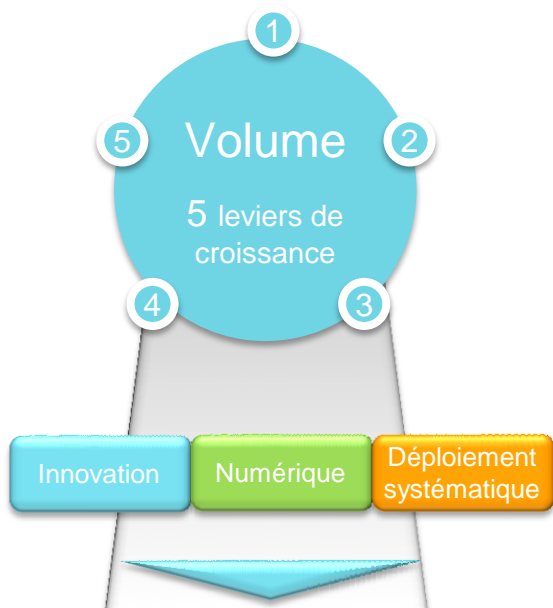
En millions d'euros

	S1 2011	Croissance organique
Volume d'émission	7 264	+10,0 %
Chiffre d'affaires total	501	+9,8 %
Résultat d'exploitation courant	167	+12,1 %
Résultat courant après impôt	96	+31,3% ¹
FFO ²	119	+20,2 %

⁽¹⁾ Croissance en données publiées.

⁽²⁾ FFO : Marge brute d'autofinancement avant éléments non récurrents.

Une stratégie axée sur la croissance organique : Priorité à la croissance du volume d'émission dans notre cœur de métier



Objectif de croissance normative du FFO > **10 % par an** en données comparables

	Objectifs	2010	S1 2011	
1	Augmenter les taux de pénétration dans nos marchés existants	2-5 %	5,4 %	4,8 %
2	Créer de nouvelles solutions et déployer les solutions existantes	2-4 %	0,6 %	0,7 %
3	Étendre la couverture géographique	1-2 %	0,0 %	0,0 %
4	Augmenter la valeur faciale	1-3 %	4,0 %	4,5 %
5	Mettre en œuvre une stratégie d'acquisitions ciblées			
			10,0 %	10,0 %

Objectif de croissance normative¹ du volume d'émission : **+6 % à +14 % par an** en données comparables

Croissance organique au premier semestre 2011 :

- Volume d'émission : **+10,0 %**
- FFO : **+20,2 %**

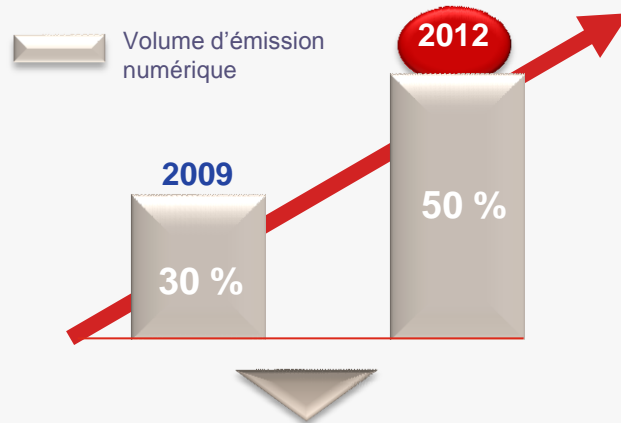
en ligne avec les objectifs à moyen terme

⁽¹⁾ La croissance « normative » est l'objectif que le Groupe considère atteignable dans un contexte où l'emploi salarié ne se dégrade pas.

Stratégie numérique : préparer la conquête de nouveaux marchés à forte croissance



Accélération du passage au numérique en 2011/2012



Surcoûts d'exploitation sur 2011/2012 : 10 m€ à 15 m€ par an

Passage au numérique au S1 2011

- ▶ **Déploiement géographique :**
 - ✓ **Amérique latine :** accélération de la transition dans tous les pays hispaniques d'Amérique latine
 - ✓ **Europe :** lancement de la carte Ticket Restaurant® en Belgique et en Suède
- ▶ **Surcoûts d'exploitation liés au passage au numérique :** 6 m€ au premier semestre, en ligne avec l'objectif de l'exercice de 10 à 15 m€

Taux de transformation opérationnel¹ au S1 2011 :
49 % avant les surcoûts d'exploitation liés au passage au numérique
32 % après 6 m€ de surcoûts liés au numérique

⁽¹⁾ Taux de transformation opérationnel : rapport entre la variation organique du résultat d'exploitation courant opérationnel, et celle du chiffre d'affaires opérationnel.

Confirmation de l'objectif de 50 % du volume d'émission numérique d'ici 2012

Résultats semestriels 2011

Compte de résultat : chiffres clés

<i>En millions d'euros</i>	Jun 2010	Jun 2011	Δ publié	Δ organique ¹
Volume d'émission	6 615	7 264	+9,8 %	+10,0 %
Chiffre d'affaires opérationnel	422	456	+8,1 %	+9,2 %
Chiffre d'affaires financier	39	44	+14,8 %	+16,0 %
Chiffre d'affaires total	461	501	+8,6 %	+9,8 %
Résultat d'exploitation courant opérationnel ²	116	123	+5,7 %	+10,8 %
Résultat d'exploitation courant financier ³	39	44	+14,8 %	+16,0 %
Résultat d'exploitation courant total	155	167	+8,0 %	+12,1 %
Résultat avant impôt et éléments non récurrents	114	144	+25,8 %	
Résultat courant après impôt	72	96	+31,3 %	
Résultat courant après impôt par action ⁴ (en €)	0,32	0,42		

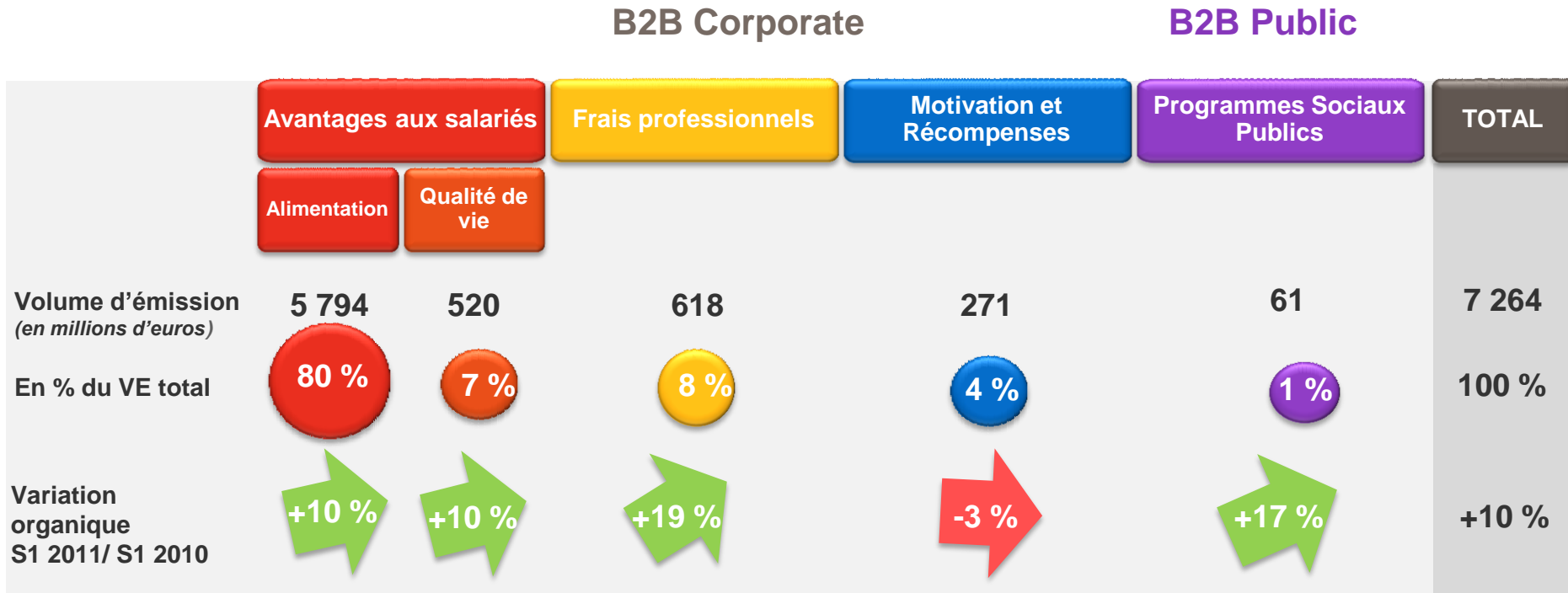
(1) Soit en données comparables (c'est-à-dire à périmètre et taux de change constants).

(2) Résultat d'exploitation courant hors chiffre d'affaires financier.

(3) Correspond au chiffre d'affaires financier.

(4) Nombre moyen d'actions : 225 897 396.

Volume d'émission au S1 2011 par type de solution



Forte progression des activités

Avantages aux salariés, Frais professionnels et Programmes Sociaux Publics

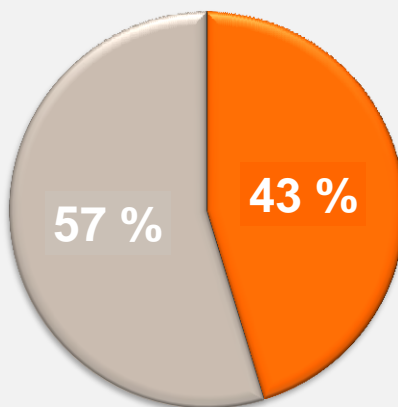
Une activité Motivation et Récompenses pénalisée
par l'activité B2C Cartes Cadeaux Kadéos en France

Volume d'émission au S1 2011 par région

Bonne performance des pays émergents

Pays émergents :

Forte croissance, à comparer à une croissance de +15 % sur l'exercice 2010



En % du volume d'émission
au S1 2011

Pays développés :

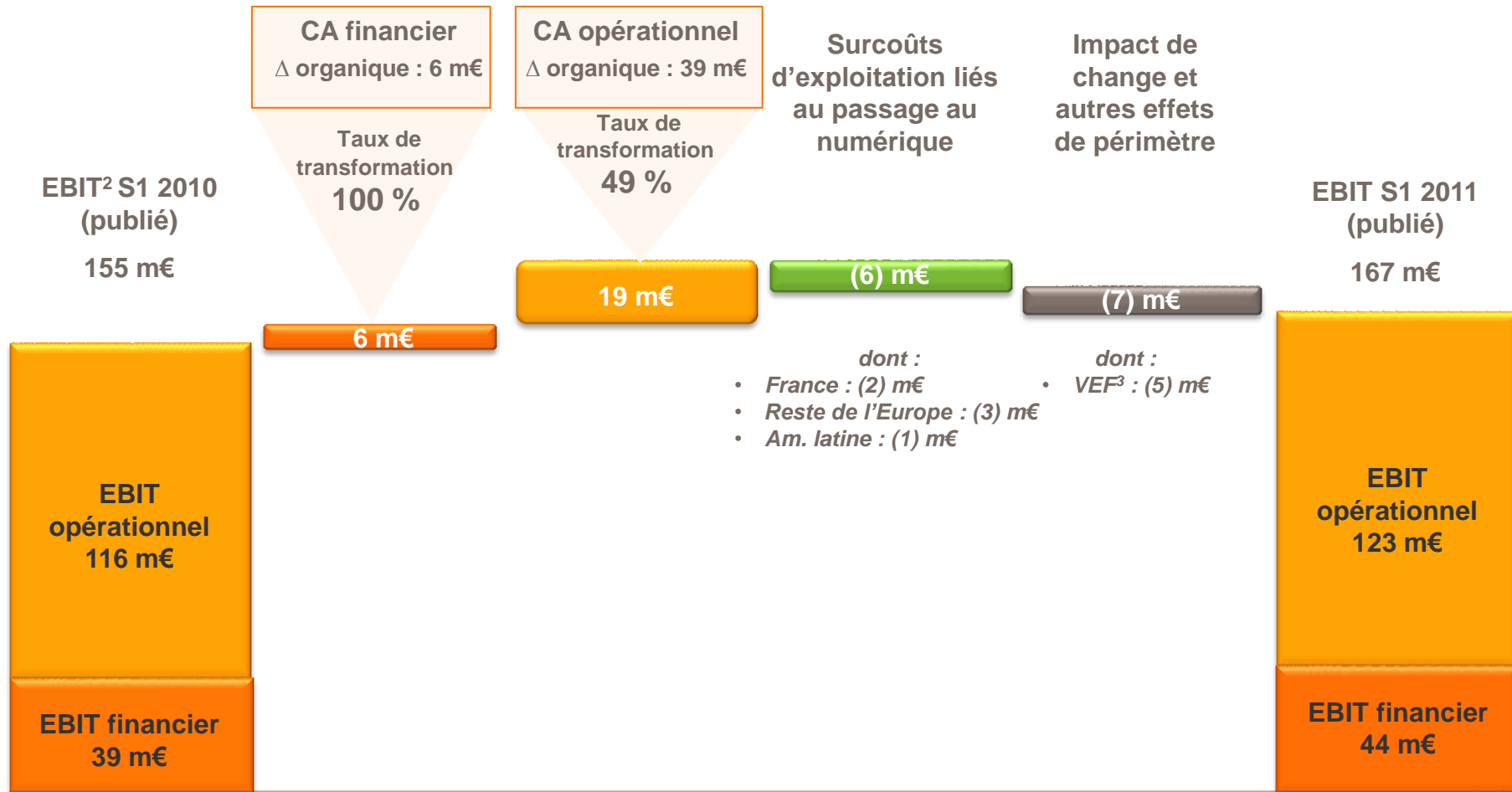
Hors contrat CONSIP²,
la croissance s'inscrirait en hausse de
+3,5 %, en ligne avec l'exercice 2010



⁽¹⁾ Croissance en données comparables

⁽²⁾ Représentant 81 millions d'euros au premier semestre.

Résultat d'exploitation courant : taux de transformation¹



**Taux de transformation opérationnel de 49 %
avant les surcoûts d'exploitation liés au passage au numérique**

(1) Taux de transformation opérationnel : rapport entre la variation organique du résultat d'exploitation courant opérationnel et celle du chiffre d'affaires opérationnel.

(2) EBIT : Résultat d'exploitation courant

(3) Bolivar vénézuélien

Résultat net

<i>En millions d'euros</i>	Jun 2010	Jun 2011
Résultat d'exploitation courant	155	167
Résultat financier	(41)	(23)
Résultat avant impôt et éléments non récurrents	114	144
Charges et produits non récurrents	(35)	2
Impôts	(40)	(44)
Intérêts minoritaires	(2)	(4)
Résultat net, part du Groupe	37	98
Résultat courant après impôt	72	96
Résultat courant après impôt par action (en €)	0,32	0,42

**Résultat courant après impôt : 0,42 € par action,
en hausse de +31,3 %**

Quelques innovations récentes

Avantages aux salariés

- **Ticket Restaurant** : paiement par téléphone portable

Gestion des frais professionnels

- **Expendia Smart**
- **Ticket Clean Way** carte EPI

Motivation et récompenses

- **Ticket Compliments Exclusive**

Programmes sociaux publics

- **Junaeb**

Paiement sans contact par téléphone portable

- Ticket Restaurant® en Turquie
 - Existe aux formats papier et carte depuis 2002
 - 333 000 bénéficiaires, 14 500 clients, 34 000 affiliés
- Les détenteurs de cartes Ticket Restaurant pourront payer avec leurs téléphones portables
- Technologie NFC (Near Field Communication) fournie par Turkcell, leader turc de la téléphonie mobile
- Opération pilote dans 60 restaurants et cafés
- Lancement : avril 2011



TURKCELL



Expendia Smart



- Une solution alternative de gestion des frais professionnels, combinant les avantages du paiement électronique au contrôle des dépenses
- Deux éléments :
 - Une carte Mastercard prépayée
 - Un extranet pour l'entreprise et l'utilisateur
- Premier produit de ce type en Europe
- Lancement : février 2011



 ExpendiaSmart

Ticket Clean Way carte EPI

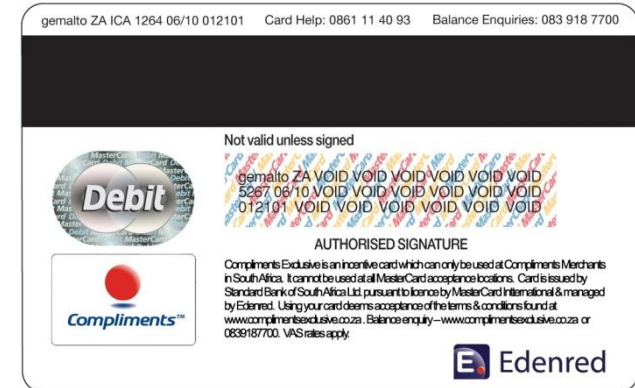


- Une solution inédite de gestion de l'entretien des vêtements de sécurité dits « EPI » (Equipement de Protection Individuelle)
- Deux outils complémentaires :
 - Une carte pressing prépayée avec traçabilité
 - Un extranet pour suivre le nombre de nettoyages effectués
- Potentiel : doublement du marché actuel de Ticket Clean Way (1 salarié français sur 3 porte un uniforme)
- Lancement : septembre 2011



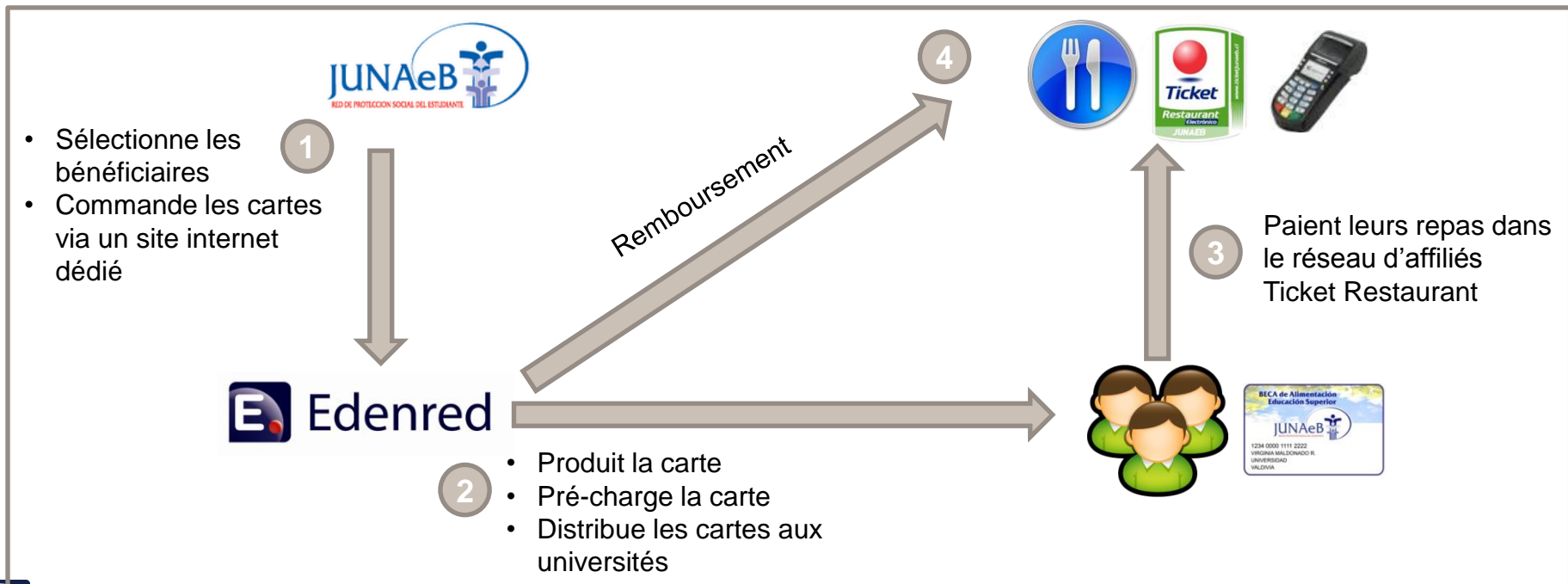


- Première carte incentive multi-enseignes filtrée sur le marché sud-africain
- Acceptation dans un réseau de 5 000 magasins
- Cartes rechargeables ou jetables
- Possibilité de personnalisation
- Lancement : avril 2011





- Junaeb « Junta National de Auxilio Escolar y Becas » :
agence gouvernementale chargée d'attribuer des bourses aux étudiants défavorisés
- Bourse alimentaire pour 110 000 étudiants, 200 universités, 2 600 restaurants affiliés
- Services additionnels: négociation d'un menu équilibré à prix fixe, site internet dédié avec promotions, conseils nutritionnels, blogs...
- Lancement sous forme de carte : 2010



Perspectives 2011

Perspectives du second semestre 2011

VOLUME D'EMISSION

- ▶ Forte croissance en **Amérique latine**, malgré une base de comparaison élevée.
- ▶ Amélioration des tendances en **Europe**, principalement grâce aux premiers signes de stabilisation enregistrés en Europe centrale.

CHIFFRE D'AFFAIRES OPÉRATIONNEL

- ▶ Réduction de l'écart entre la croissance du chiffre d'affaires avec volume d'émission et la croissance du volume d'émission, illustrant la **stabilisation progressive des taux de commissions clients** dans les pays confrontés à une pression sur les commissions en 2010.

CHIFFRE D'AFFAIRES FINANCIER

- ▶ **Tendances positives** en raison de la hausse des taux d'intérêt, malgré une base de comparaison plus élevée en Amérique latine à partir du quatrième trimestre.

Objectifs 2011

**Résultat d'exploitation
courant opérationnel en
données comparables :**
taux de transformation¹
40 % à 50 %

**Surcoûts d'exploitation
liés au passage au
numérique pour
l'exercice 2011 :**
10 m€ à 15 m€

**Résultat d'exploitation
courant financier :**
taux de transformation
100 %

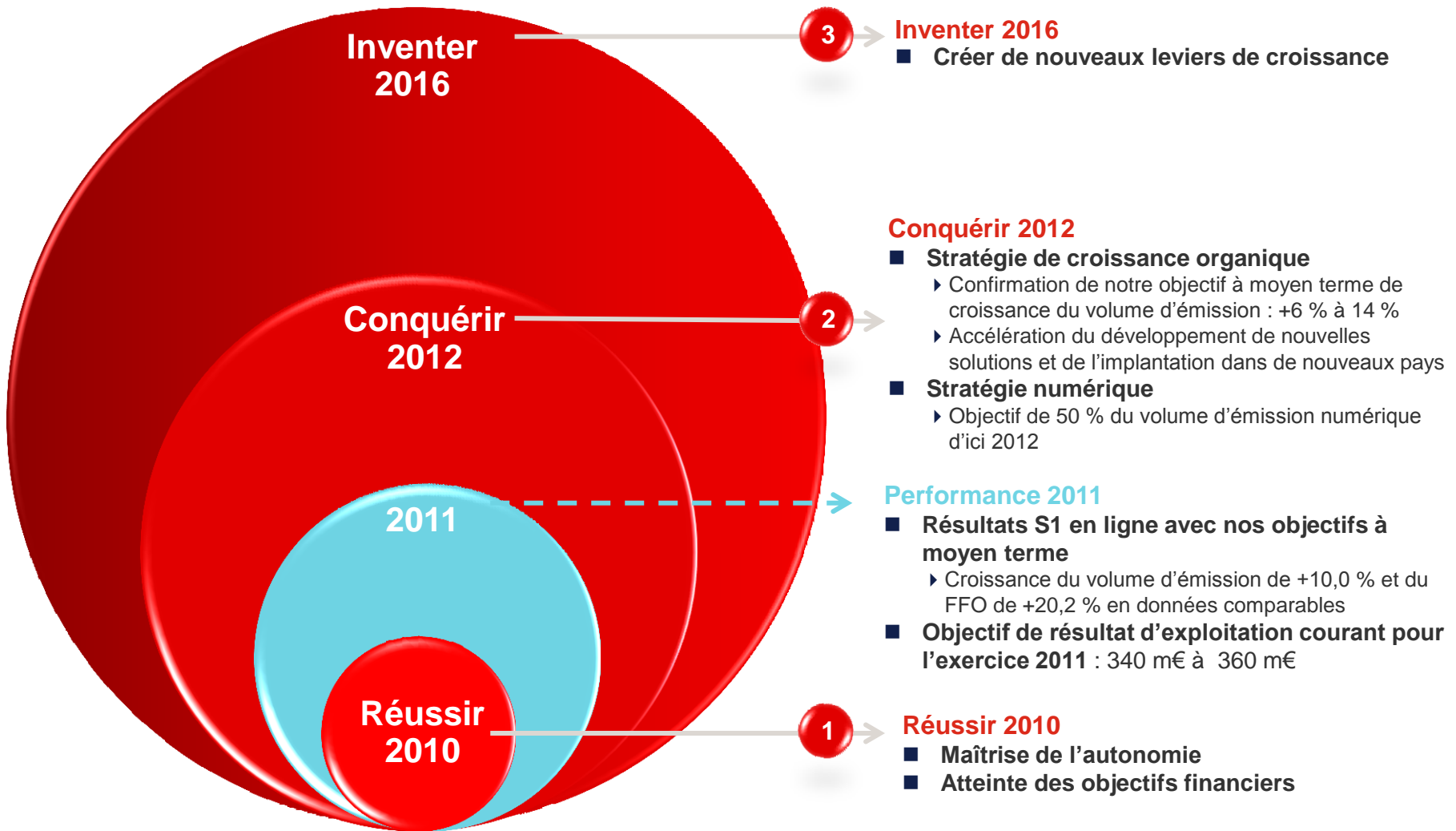


**Objectif de résultat d'exploitation courant 2011
compris entre 340 m€ à 360 m€**

(1) Taux de transformation avant surcoûts liés au passage au numérique

Conclusion

Une stratégie fondée sur la croissance



Bons résultats au premier semestre 2011, après un an d'autonomie, illustrant le fort potentiel de croissance du business model et les premiers effets du déploiement de la stratégie