



LASER
RÉSULTATS S1-2006
PERSPECTIVES

 LASER

LAFAYETTE SERVICES



Philippe LEMOINE

 **LASER**

LAFAYETTE SERVICES



S1 - 2006

- Un très bon premier semestre
- Une dynamique excellente
- Un développement multicanal
- Un positionnement novateur
- Un large potentiel de croissance
- Une vision incarnée
- Une forte ambition



Un très bon premier semestre

en millions d'euros

Full IFRS	S1.06	S1.05	%
Chiffre d'affaires	750,6	671,4	11,8
Marge	618,3	556,7	11
Résultat opérationnel courant	114,1	91,8	24,3
Résultat Net	140,5	64,2	118,9

- Dynamique du CA, supérieure à la progression du marché
- Progression équilibrée de la marque :
 - +10,9% sur LASER COFINOGA
 - +12% sur LASER LOYALTY
- Maîtrise des frais généraux +7,2%
- Résultat net doublé, après plus-value sur cession Linea (RN pd 6x4)



Une dynamique excellente

- Une structure du bilan qui permet le développement
- Une forte motivation des équipes opérationnelles
- Une organisation efficace des initiatives transversales
- Des premiers résultats du programme de synergies de back-office et de refinancement avec BNP Paribas/Cetelem



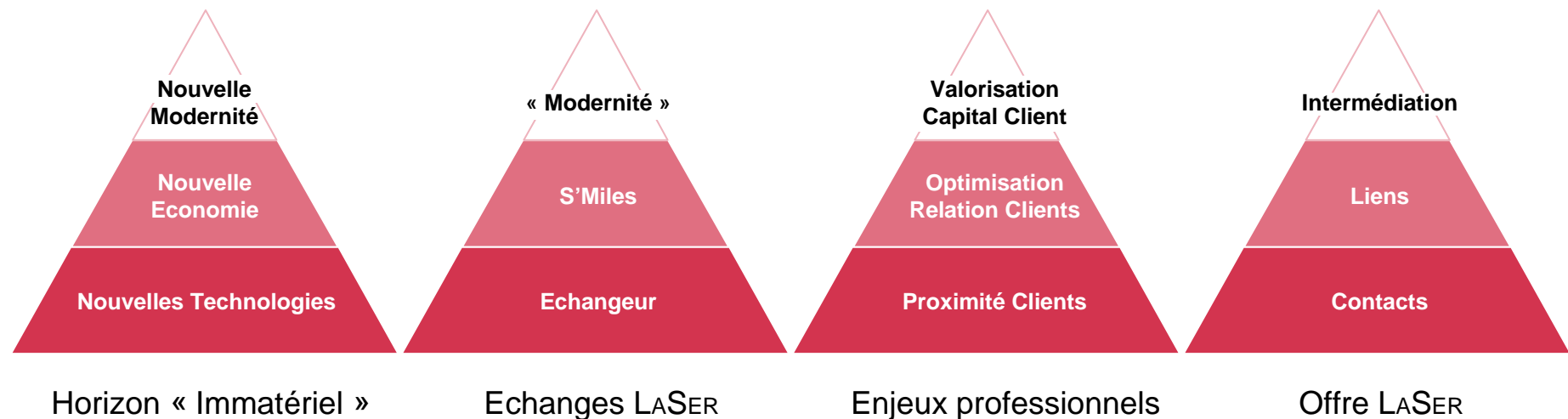
Un développement multicanal

- Trois ruptures sur le marché
 - Technologique (Internet)
 - Economique (Chaîne de valeur)
 - Marketing (Relations personnes/institutions)

- Trois canaux de développement
 - Direct
 - Courtage
 - Retail

Un positionnement novateur

- Tirant les leçons du nouvel horizon de l'économie immatérielle
 - Nous superposons : nouvelles technologies, nouvelle économie, nouvelle modernité
 - Nous relient cet horizon à : enjeux professionnels, échanges, offre
- Notre positionnement met en jeu quatre pyramides



- La maîtrise de notre développement stratégique consiste à accroître sans cesse les interactions entre ces quatre logiques



Un large potentiel de croissance

■ Innovation

- Produits
- Process

■ Cross-selling

- B-2-C
- B-2-B

■ International

- Renforcement de l'offre LASER en Europe
- Nouveaux pays



Une vision incarnée

- **Visibilité**
 - Travail sur la marque
 - LASER LOYALTY, LASER COFINOGA

- **Partenariats**
 - Fort accroissement des partenaires CAC 40
 - Travail sur l'innovation partagée

- **Percée dans les secteurs-cibles stratégiques**
 - e-commerce



Une forte ambition

- Vision moyen-long terme (2015)
- Conforter le leadership européen de LASER dans le domaine des « Customer Relationships and Intermediation Services »
- Volonté d'être fortement créateur de valeur à cette échéance



Michel PHILIPPIN

 **LASER**

LAFAYETTE SERVICES



Événements marquants

- **Rachat d'Open and Direct Retail Services (ODRS)**
 - spécialiste du financement sur le lieu de vente en Irlande
 - ...cette acquisition permet de disposer d'une offre globale au Royaume-Uni en additionnant le savoir faire d'ODRS dans le crédit classique et celui de CFS dans la carte

- **Rachat de Dom Finansowy QS (DFQS)**
 - un des réseaux majeurs de courtiers en Pologne
 - ...cette dernière acquisition renforce notablement la stratégie de LASER en Pologne et s'inscrit dans la volonté de LASER de développer, au niveau européen, le canal du courtage

- **A compter du 17 mars e-LaSer devient LASER LOYALTY et COFINOGA deviendra LASER COFINOGA d'ici six mois**
 - ...cette démarche renforcera l'identité de la marque LASER et les synergies entre les différents métiers

- **Cession de l'intégralité des titres de la société Linea**
 - conséquence directe de l'Alliance
 - ...une transaction financière réussie (TRI supérieure à 30%)



Cartes & Services financiers France, en croissance

Chiffres →

Encours gérés +20%

Croissance supérieure à celle du marché +5,9% (source asf)

Encours Retail +15%

Encours Direct +31%

Événements →

DIRECT	<ul style="list-style-type: none"> • Extension des accords de vente de services financiers sur le web : creditlight.fr, shopping.com • Assurtis : 25 franchisés • Près de 40% des nouveaux clients sont issus du canal Internet
CARTES et RETAIL	<ul style="list-style-type: none"> • Fort développement de la carte bancaire 3/1 des Galeries Lafayette • Accélération du nombre de sites Internet acceptant la carte cofinoga : Priceminister.com, vigipiscine.com, delamaison.fr, openfitness.fr, mobilostore.com et accord de Banque du groupe Casino avec Cdiscount • Mise en place de l'acceptation de la carte dans les DAB BNP Paribas (parc total : 15500 DAB) • Partenariat dans le domaine du crédit classique : Mobalpa et Abrisud
AUTRES PRODUITS et CANAUX	<ul style="list-style-type: none"> • Agence : 3 ouvertures (total : 35) • Courtage : Production du regroupement de créances de DCAC x2 • Partenariat : Croissance de l'encours revolving de CMB Arkéa (+100M€ d'encours)



International, en développement

Chiffres

- Encours gérés **+40%**
- Encours gérés **+11% en comparable**
- Intégration d'ODRS
- Bonnes performances de la filiale HandelsFinans

Événements

DIRECT	<ul style="list-style-type: none">• Lancement en Belgique de SMS Cash avec le rachat de la marque pour une diffusion en Europe• Progression de 21% de l'encours : forte croissance en Espagne, Pologne, Belgique et Portugal• Extension de l'accord Atlas France
CARTES et RETAIL	<ul style="list-style-type: none">• Fort développement avec le groupe Sonae au Portugal : lancement de la carte Worten (début 2006) et accord avec les hypers Continente• Accord CB cobrandée : Groupe Volkswagen et Henry's Kitchen aux Pays-Bas Everton au Royaume-Uni• Renouvellement de l'accord avec Dansk Supermarked au Danemark
AUTRES PRODUITS et CANAUX	<ul style="list-style-type: none">• Développement du canal de courtage en Belgique, Espagne et en Pologne avec le rachat de DFOS• Démarrage du regroupement de créances en Belgique• Montée en puissance des prêts renouvelables en Pologne et au Portugal (+36%)• Développement des partenariats bancaires en Espagne : Banque Simeon et Interbank



LASER LOYALTY, en progression

Chiffres

- Marge **+12%**
- Gestion à distance clients : CA **+23%**
- Produits affinitaires : CA **+16%**

Événements

DATA, FIDELISATION	<ul style="list-style-type: none"> Mise en place d'une structure de développement spécifique Nouveaux contrats : Virgin, Conforama, Sonae (Portugal)
PRODUITS DE VIE QUOTIDIENNE	<ul style="list-style-type: none"> Assurance de personnes : Banque du groupe Casino, Editions Atlas Carte Cadeau : Nature et Découverte, Scoregames
GESTION A DISTANCE CLIENTS	<ul style="list-style-type: none"> Nouveaux contrats : Opodo, Gaz de France, Club Avantages, Maaf, Cetelem, UCP-Noos Ouverture de centres d'appels : Tunis et bientôt Villeneuve d'Ascq (~+ 500 personnes)
TECHNOLOGIE POINT DE VENTE	<ul style="list-style-type: none"> Déploiement - self-checkout : Casino et Monoprix - logiciels d'animation commerciale (VLL et JV) : Sonae (Portugal), Submarino (Brésil), La Belle Vie (Maroc), Mosmart (Russie), UHD Carrefour et Champion (Tunisie) - caisses et autres technologies : Nicolas, Picard, Système U, Leclerc, Intermarché, Primark (RU)



Trois objectifs opérationnels

Renforcer
l'offre
centrale
de LASER



CARTE PRIVATIVE
CARTE BANCAIRE / COBRANDEE
DATA
FIDELISATION

- Développement de la carte bancaire co-brandée
- Renforcement des moyens dans la data

Poursuivre le
développement
multicanal



CREDIT
PRODUITS DE VIE QUOTIDIENNE

- Accélérer la croissance du direct
- Renforcement des réseaux de courtiers

Accélérer
le tout
numérique



REDUIRE NOS COÛTS
ÊTRE PLUS RAPIDE
AMELIORER LA QUALITE
DEVELOPPER L'INTERACTIVITE

- Acceptation « sans papier »
- Mise en place d'une nouvelle génération de logiciels
- Développement des tests via le téléphone mobile
- Extension du relevé numérique