

ACTIVITÉ ET RÉSULTATS



A creative customer-value company

SOMMAIRE



8

8

8

8

8

8

8

8

8

1 Chiffres clés et résultats consolidés	3
2 Faits marquants 2008	8
3 Activité des filiales	10
3.1 Résultats et activité de LaSer Cofinoga en 2008	10
• Résultats consolidés de LaSer Cofinoga	10
• L'activité de LaSer Cofinoga	12
LaSer Consumer Finance (LCF) : l'offre du crédit direct au grand public	12
LaSer Marketing & Financial Services (LM & FS) : l'offre partenaire crédit	14
Cessions dans le cadre de l'Alliance avec BNP Paribas Personal Finance	17
3.2 Activité de LaSer Loyalty en 2008	18
Fidélisation, Affinity & Services à la personne	18
Relation client à distance	21
Services Points de Vente	21
3.3 Autres activités de LaSer	22
4 Ressources Humaines	24
5 Perspectives 2009	25
6 Résultats consolidés	26
6.1 Bilan consolidé au 31 décembre 2008	26
6.2 Compte de résultat consolidé au 31 décembre 2008	28
7 Organigramme juridique simplifié	29

LaSer est un groupe autonome dans son développement s'appuyant sur un actionnariat solide et équilibré réparti paritairement entre deux actionnaires puissants et complémentaires, BNP Paribas Personal Finance (groupe BNP Paribas) et le groupe Galeries Lafayette.

LaSer se distingue par son offre alliant crédit et services marketing. LaSer associe, dans une vision large de la relation clients, toutes les techniques des cartes de paiement (carte privative, bancaire ou cobrandée) et du crédit à la consommation (prêt personnel renouvelable ou classique, regroupement de crédits) à celles de valorisation des portefeuilles clients de ses partenaires (prospection, fidélisation et animation sur le lieu de vente).

Afin de renforcer cette approche d'offre globale, LaSer s'est doté en 2008 d'une nouvelle organisation avec effet au 1^{er} juillet 2008. Celle-ci traduit la volonté d'améliorer les capacités d'action du Groupe afin d'en accélérer le développement. Les objectifs essentiels sont les suivants :

- mettre en place une organisation métier européenne ;
- consolider l'atout exceptionnel qui est de pouvoir proposer aux partenaires une offre complète d'animation, d'optimisation et de valorisation de la relation clients, qui va de la carte privative au datamining, en passant par la fidélisation et les technologies points de vente ;
- mettre en œuvre un développement mondial des Marketing Services ;
- renforcer, pour la distribution de crédits à la consommation, le direct et le canal courtiers, domaines dans lesquels LaSer a été précurseur en les déployant en Europe ;
- renforcer les organes de contrôle et leur autonomie conformément aux règles des autorités de tutelle.

La nouvelle organisation est notamment fondée sur deux pôles opérationnels découpés en « business unit » disposant de leurs moyens de gestion et de développement :

- LaSer Marketing & Financial Services (LM & FS) qui développe l'offre partenaire (BtoBtoC) ;
- LaSer Consumer Finance (LCF) qui développe l'offre du crédit direct et via les courtiers au grand public (BtoC).

Chiffres clés et RÉSULTATS CONSOLIDÉS

2008 a été une année très particulière où le monde a fait face à une grave crise économique. La tourmente a impacté les activités financières, boursières et bancaires, le marché immobilier, la confiance des ménages, le chômage, l'industrie automobile... apportant crescendo son lot de mauvaises nouvelles.

L'activité 2008 de LaSer

En 2008, LaSer a souffert de ce contexte économique et du ralentissement de la demande de crédits à la consommation sur le marché européen.

- Les croissances du chiffre d'affaires et de l'encours, respectivement de 8,8 % et 8,2 %, sont bien inférieures au rythme de développement de l'activité que connaissait LaSer les années précédentes.
- Les résultats ont été fortement impactés par un contexte de marché difficile qui a caractérisé l'année 2008. Le résultat opérationnel de 220,2 millions d'euros est en baisse de 21,8 % par rapport à 2007, en raison d'une forte dégradation de l'impayé (+ 47 %).
- L'amélioration du coefficient de frais généraux et frais commerciaux sur marge de 2,8 points par rapport à 2007 a été possible grâce à la réactivité de LaSer à la mise en place d'actions spécifiques de maîtrise des coûts et d'optimisation des processus opérationnels et informatiques. En norme bancaire, LaSer Cofinoga, la filiale déployant l'offre de services financiers de LaSer, a réduit son coefficient d'exploitation de 48,7 % en 2007 à 45,8 % en 2008.

En millions d'euros	2004	2005	2006	2007	2008	Variation 2008/2007
Chiffre d'affaires	1 206	1 387	1 579	1 908	2 077	8,8 %
Encours bruts gérés au 31 décembre⁽¹⁾	10 280	12 019	11 222	12 710	13 758	8,2 %
Résultat opérationnel avant coût du risque	419,4	471,8	540,6	649,3	745,8	14,9 %
Résultat opérationnel courant À périmètre comparable ⁽⁴⁾	174,6	207,1	256,0	281,7	220,2	- 21,8 % - 20,4 %
Résultat opérationnel	184,2	223,1	329,7	281,7	220,2	- 21,8 %
Résultat net À périmètre comparable ⁽⁴⁾	128,7	180,0	231,6	193,2	135,9	- 29,7 % - 24,3 %
Résultat net part du Groupe ⁽²⁾ À périmètre comparable ⁽⁴⁾	68,0	122,1	214,1	175,2	117,0	- 33,2 % - 27,5 %
Capitaux propres consolidés de LaSer⁽³⁾	854	1 795	1 898	1 955	1 887	- 3,5 %
Effectifs au 31 décembre⁽¹⁾	5 671	7 039	7 474	9 053	10 123	1 070

(1) En considérant 100 % des filiales et 100 % de leurs effectifs et non la quote-part détenue par le Groupe.

(2) Suite aux accords Cetelem-Galleries Lafayette introduisant le cocontrôle juridique du groupe LaSer à compter du 1^{er} octobre 2005, les résultats de LaSer Cofinoga ont été appréhendés à 100 % par LaSer pour le dernier trimestre 2005 et au prorata de sa participation, soit 56 %, pour la période du 1^{er} janvier au 30 septembre 2005.

(3) Capitaux propres au 31 décembre, y compris intérêts minoritaires (actions de préférence et titres subordonnés à durée indéterminée).

(4) Le comparable correspond au retraitement des effets périmètre, du résultat financier sur instruments dérivés de transaction, de la plus-value Fidexis et des impôts exceptionnels.

Selon l'organisation mise en place en 2008, les résultats clés (en quote-part et au taux de change du 31 décembre 2008) sont :

En millions d'euros

	2007	2008	Variation 2008/2007
Chiffre d'affaires analytique			
LaSer Marketing & Financial Services	1 125	1 213	7,8 %
Partenariats	79	88	10,7 %
LaSer Consumer Finance	523	614	17,3 %
Production			
LaSer Marketing & Financial Services	4 397	4 468	1,6 %
Partenariats	710	709	- 0,1 %
LaSer Consumer Finance	1 800	1 782	- 1,0 %
Encours moyens financés			
LaSer Marketing & Financial Services	5 831	6 150	5,5 %
Partenariats	607	652	7,4 %
LaSer Consumer Finance	3 797	4 661	22,8 %

Note :

Les partenariats sont, ici, les sociétés détenues en contrôle conjoint ou en mise en équivalence : Banque du Groupe Casino, Banque Solfea, Assurtis, Agys, Sygma SNC.

Les partenariats sont inclus dans ces chiffres clés à hauteur de la quote-part détenue par LaSer.

Le chiffre d'affaires analytique diffère du chiffre d'affaires statutaire en raison d'une comptabilisation sur des agrégats différents du compte de résultat, le principal étant la reprise de provision pour perte de marge future.

**ENCOURS BRUTS GÉRÉS : 13,8 MILLIARDS D'EUROS,
+ 8,2 % ET + 10,0 % APRÈS RETRAITEMENT LIÉ À LA CESSI
ON
DE LA FILIALE EN BELGIQUE**

La production globale de 8,4 milliards d'euros est stable par rapport à 2007 et a progressé de 1,2 % si on la retraite de la cession de la filiale belge en juillet 2008.

En France, le marché du crédit à la consommation a connu un retournement à la baisse de la production, tout particulièrement au cours du second semestre. Pour les sociétés financières, la production de crédits renouvelables, prêts personnels et financements affectés aux biens d'équipement est inférieure de 3,3 % à celle de 2007 (source : ASF fin décembre 2008). Cette baisse est d'autant plus notable pour les prêts personnels avec une régression de 9,9 %.

Dans ce contexte, la production de LaSer Cofinoga en France est en baisse de - 2,5 % par rapport à 2007.

L'encours à fin décembre 2008 excluant la gestion pour compte de tiers est de 13,4 milliards d'euros ; en progression par rapport à 2007 de 8,7 % et de 9,9 % à taux de change constant et retraité de la cession de la filiale belge :

- 7,7 milliards d'euros sont développés par le pôle LM & FS sur la base de partenariats ;
- 5 milliards d'euros sont gérés par le pôle LCF, qui propose son offre en direct et par l'intermédiaire de courtiers au grand public ;
- la filiale portugaise, en passe d'être cédée à BNP Paribas Personal Finance, représente 0,6 milliard d'euros.

LaSer Marketing & Financial Services, l'offre partenaire (BtoBtoC)

France	3 429,5	- 1,6 %	Ralentissement de la production sur le marché français
Filiales françaises	2 074,9	+ 6,6 %	Développement relativement soutenu des filiales CDGP, filiale avec Quelle, + 14 % et BGC, Banque du Groupe Casino, + 10 % en compensation du ralentissement de Solfea, filiale avec Gaz de France, - 4,5 %
Royaume-Uni	883,6	+ 22,0 %	Succès des accords commerciaux récents
Pays-Bas	774,4	- 0,1 %	Contexte de marché difficile
Scandinavie	313,5	+ 25,5 %	Succès des accords commerciaux et lancement de l'acquisition en direct
Pologne	264,3	+ 61,4 %	De nouvelles opérations de retraitage sur les crédits renouvelables et développement des prêts personnels classiques et des cartes de crédit
Total LM & FS	7 740,1	+ 5,4 %	

LaSer Consumer Finance, l'offre de crédit en direct et via les courtiers au grand public (BtoC)

France – Acquisition en direct	2 537,2	5,1 %	Décroissance de l'encours du crédit renouvelable compensée par le développement de l'offre Regroupement de crédits
France – Acquisition par courtiers	1 787,0	+ 46,4 %	Croissance soutenue de l'activité Regroupement de crédits depuis plusieurs années
Espagne	424,4	+ 7,5 %	Ralentissement de la production dans un marché à forte dégradation de l'impayé
Pologne	293,4	+ 63,1 %	Développement continu de la filière Courtier et lancement de la commercialisation du Regroupement de crédits
Total LCF	5 042,0	+ 19,8 %	

Encours à fin 2008 en millions d'euros, variation 2008/2007.

CHIFFRE D'AFFAIRES : 2,1 MILLIARDS D'EUROS, + 8,8 %

À périmètre et taux de change comparables, le chiffre d'affaires a évolué de + 10,3 % en 2008 par rapport à 2007.

L'augmentation du chiffre d'affaires de l'activité Crédit, de + 9,3 %, est en cohérence avec la croissance de l'encours. L'activité Marketing Services a généré un chiffre d'affaires de 192 millions d'euros en consolidation statutaire. Son évolution positive de + 4,5 % par rapport à 2007 est portée principalement par le maintien du développement de l'activité Relation client à distance.

RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT : 220,2 MILLIONS D'EUROS, - 21,8 %

Ce résultat opérationnel courant est caractérisé par les tendances suivantes :

- les marges financières sur encours moyens diminuent de 11,6 % en 2007 à 11,3 % en 2008 ; cette baisse est essentiellement liée à la part croissante des encours non rémunérés et à la hausse du coût du refinancement ;
- une détérioration notable du coût du risque : le taux de risque sur encours moyen s'est élevé à 3,5 %, versus 2,6 % en 2007, comparaison retraitée de la cession de la filiale belge. Cette tendance a impacté l'ensemble du périmètre de LaSer, mais tout particulièrement l'Espagne et le Danemark. La partie France de l'activité a connu une augmentation de son encours moyen de 10 % et de son risque de 35 %, alors que, pour la zone internationale, ces progressions sont respectivement de 16,2 % et 69,6 %. Afin d'enrayer cette dégradation, LaSer a mis en place des actions correctives au niveau de son organisation opérationnelle et a renforcé la gouvernance et le contrôle des risques ;

- dans ce contexte, LaSer a poursuivi ses actions de maîtrise des frais généraux mises en place dès 2007, couplées à des décisions visant à optimiser les frais commerciaux. LaSer a ainsi amélioré son coefficient analytique de frais généraux et frais commerciaux sur marge de 60,1 % à 57,3 %, près de 70 % de cette baisse provenant de la réduction des frais commerciaux. Cette réactivité a permis une progression du résultat opérationnel avant coût du risque de 14,9 %.

Ce résultat opérationnel courant comprend la plus-value de 2,8 millions d'euros réalisée lors de la cession de la filiale belge Fidexis à BNP Paribas Personal Finance.

RÉSULTAT NET : 135,9 MILLIONS D'EUROS, - 29,7 %

Le résultat net retraité des effets de périmètre, du résultat financier sur instruments dérivés de transaction, de la plus-value de cession de Fidexis et des impôts exceptionnels est en retrait de 27,5 % par rapport à 2007.

Faits marquants 2008

UNE RATIONALISATION DE LA PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL

EN ACCORD AVEC BNP PARIBAS PERSONAL FINANCE

LaSer Cofinoga a décidé de céder à BNP Paribas Personal Finance les activités de Fidexis en Belgique et de Credifin au Portugal, et d'acquérir, par sa succursale polonaise Sygma Bank, 100 % de BNP Paribas Personal Finance Pologne.

La cession de Fidexis est intervenue le 15 juillet pour la Belgique, et la réalisation des opérations pour le Portugal et la Pologne aura lieu après la levée des conditions suspensives (accord des autorités locales de tutelle principalement).

UN ACCORD DE PARTENARIAT AVEC SYSTÈME U

LaSer Cofinoga a signé un accord de lancement d'une carte cobrandée avec Système U, acteur majeur dans le domaine de la grande distribution, de par sa taille, son réseau et son image. Cette carte cobrandée U reposera sur trois fondamentaux : le paiement facilité, la gratification client (une fidélité récompensée) et les avantages et services (les valeurs du U-commerce).

Ce partenariat s'inscrit dans la stratégie de développement de LaSer Cofinoga dans le cobranding.

UN ACCORD DE PARTENARIAT AVEC GROUPAMA

Afin de compléter son offre bancaire avec une proposition de produits de regroupement de crédits, Groupama Banque, filiale du groupe mutualiste Groupama, a choisi LaSer Cofinoga comme partenaire. Cet accord renforce la position de LaSer Cofinoga dans le secteur banque-assurance. La détection des demandes de financement sera assurée par le réseau des agences Groupama, elles seront transmises pour enregistrement à Groupama Banque, l'étude et la gestion des dossiers étant ensuite assurées par LaSer Cofinoga.

LA SIGNATURE DE NOMBREUX AUTRES PARTENARIATS

LaSer Cofinoga a poursuivi son développement partenarial avec au Royaume-Uni les signatures de MacKays (un des leaders du secteur du prêt-à-porter), Markerstudy (compagnie d'assurances), Associated Independant Stores Buying Group (centrale d'achat), Ultralase (cliniques), et au Danemark avec Merlin (distributeur) et YX Energi (compagnie pétrolière).

LaSer Contact a signé de nouveaux accords significatifs avec Autoroutes du Sud de la France et Voyages-sncf.com.

En France, le renforcement du positionnement de LaSer Cofinoga sur le canal Internet s'est concrétisé par l'extension du partenariat avec PayPal, les signatures avec Voyages-sncf.com, Pixmania, Priceminister et 24h00 pour la commercialisation de sa carte de paiement.

Gaumont & Pathé a confié à LaSer la conception, la communication, l'exploitation et l'animation de sa carte de fidélité.

L'ACQUISITION POUR 35% D'UN COURTIER EN SCANDINAVIE

LaSer Cofinoga, déjà leader au Danemark avec EkspresBank, poursuit son développement en Europe du Nord pour devenir un acteur significatif du marché du crédit à la consommation en Scandinavie – Danemark, Finlande, Norvège et Suède.

Cette stratégie d'expansion voit sa première concrétisation, en date du 30 avril 2008, dans la prise de participation minoritaire, par LaSer SA, de 35 % au capital d'Aconto Capital, premier courtier de crédit à la consommation en Norvège avec une production de 131 millions d'euros.

EkspresBank a, par ailleurs, créé une succursale en Norvège.

LE DÉVELOPPEMENT DES SERVICES MARKETING À L'INTERNATIONAL

Afin de soutenir le développement de ses activités à l'international dans le domaine des services marketing, LaSer a créé des filiales en Afrique du Sud pour 5one, en Espagne pour LaSer Loyalty, en Pologne pour LaSer Contact.

UNE PRISE DE CONTRÔLE EXCLUSIF DANS COMPAGNIE DE GESTION ET DE PRÊTS (CDGP)

En octobre 2008, LaSer Cofinoga a porté sa participation de 50 % à 65 % dans le capital de CDGP, filiale commune avec le vépéciste Quelle. Depuis sa création en 2003, CDGP était détenue à parité par Quelle France et LaSer Cofinoga. CDGP a un encours de 462 millions d'euros à fin décembre 2008.

UNE PRISE DE PARTICIPATION DE 35% DANS LE CAPITAL D'UNE SOCIÉTÉ DE SERVICES À LA PERSONNE, AXEO SERVICES

Axeo Services est un réseau généraliste de prestataires de services à la personne (ménage, garde d'enfants, jardinage, réception, gardiennage, bricolage...), qui se développe au travers d'un réseau de franchises et d'agences en propre. La société compte huit personnes et un chiffre d'affaires de 1,5 million d'euros. Cette participation entre dans le cadre de la stratégie de LaSer d'étendre son offre de produits affinitaires aux services à la personne.

L'ACQUISITION DE KYRIELLES

Au 31 décembre 2008, LaSer a acquis la société et la marque Kyrielles auprès des Galeries Lafayette et du BHV. LaSer veut ainsi renforcer le développement de son activité de cartes prépayées.

LA CRÉATION DE LA FONDATION LASER INITIATIVES SOLIDAIRES

Le lancement de cette fondation permet de renforcer les actions de LaSer dans l'accompagnement de populations financièrement fragiles, d'élargir les financements en microcrédits personnels avec Cresus, le Secours catholique, le Crédit municipal de Paris.

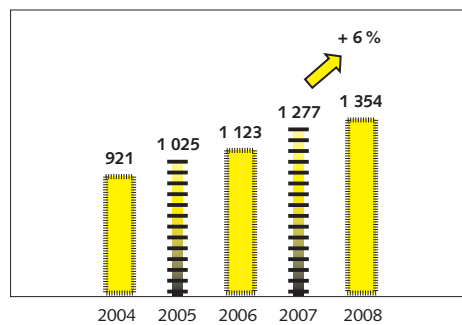
Activité des FILIALES

3.1 Résultats et activité de LaSer Cofinoga en 2008

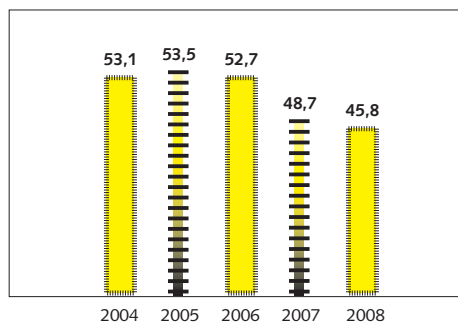
RÉSULTATS CONSOLIDÉS DE LASER COFINOGA

En millions d'euros, résultats en norme bancaire

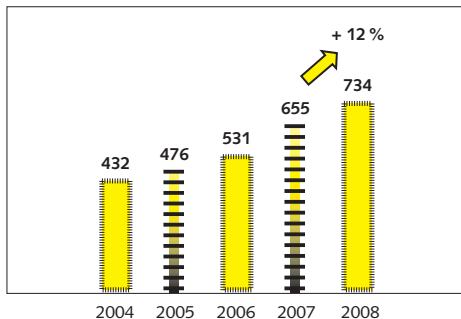
Produit net bancaire



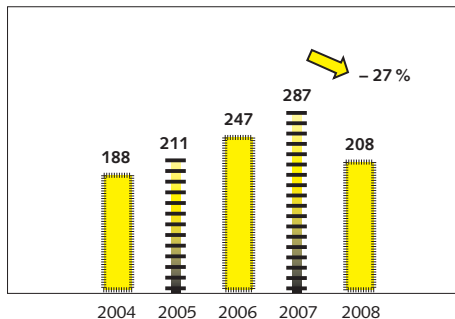
Coefficient d'exploitation (en %)



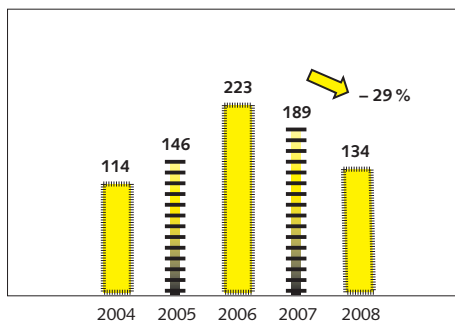
Résultat brut d'exploitation



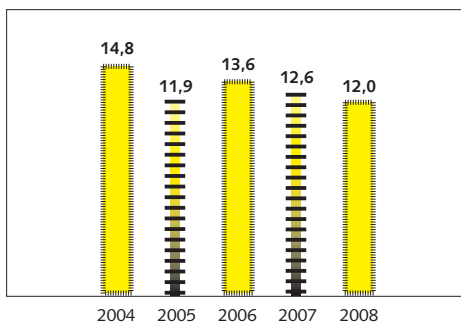
Résultat d'exploitation net du coût du risque



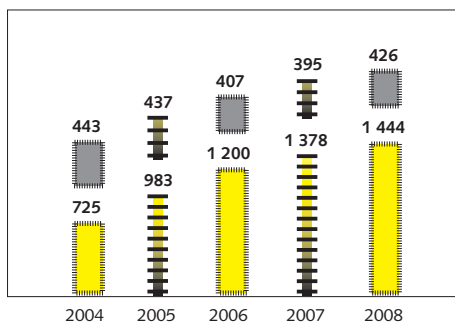
Résultat net part du Groupe



Ratio de solvabilité (en %)



Dettes subordonnées (gris) / Capitaux propres (jaune)



L'ACTIVITÉ DE LASER COFINOGA

LaSer Consumer Finance (LCF) : l'offre du crédit direct au grand public

La réorganisation en 2008 du groupe LaSer en deux directions opérationnelles distinctes s'est opérée selon le canal de recrutement des clients. Dans ce cadre, les activités de crédit avec un recrutement en direct et via des réseaux de courtiers sont gérées par le pôle LaSer Consumer Finance.

Ce pôle est présent en France, en Espagne, en Pologne et en Roumanie ; le marché français restant prépondérant tant en termes de part de marché et de volumes traités que de contribution au résultat. L'international est un axe majeur de développement dans les années futures. L'année 2008 est marquée par une relative bonne performance compte tenu du contexte économique observé tant en France qu'à l'étranger.

L'encours géré total de ce pôle est de 5,0 milliards d'euros à fin décembre 2008, en croissance de + 19,8 % par rapport à 2007.

LES ACTIVITÉS CRÉDIT AVEC UN RECRUTEMENT EN DIRECT – MÉDIATIS

Médiatis assure la distribution d'une gamme complète de produits de crédits à la consommation proposés aux particuliers directement ou via des réseaux d'intermédiaires financiers. La gamme de produits commercialisée par Médiatis auprès de ses clients comprend les prêts personnels renouvelables, les cartes bancaires débit/crédit, les prêts personnels classiques et les prêts personnels dédiés au regroupement de crédits.

En 2008, en France, la production de prêts personnels et renouvelables des établissements de crédits spécialisés a chuté de 4,6 % *. Ce ralentissement n'a pas épargné Médiatis, dont la production a chuté de 6,1 %. Médiatis a su conserver une dynamique afin de résister au mieux et reste le quatrième acteur sur le marché français des sociétés financières.

* Source ASF – fin décembre 2008.

Résultat d'exploitation : 208,3 millions d'euros, – 27,4 %

Le produit net bancaire est en croissance de + 6 % par rapport à 2007. À périmètre et change constants cette évolution est de + 8,4 % ; 4,1 % en France et 17,6 % à l'international.

Dans un même temps, les charges de fonctionnement ont diminué de – 0,5 %, résultat des plans d'économies mis en œuvre en 2007 et renforcés en 2008. Ainsi, LaSer Cofinoga a amélioré son coefficient d'exploitation à 45,8 % en 2008, contre 48,7 % en 2007. Ces efforts ont porté sur l'ensemble du périmètre d'activité et ont conduit à une baisse du coefficient d'exploitation à périmètre constant de 46,1 % à 43,9 % en France et de 53,6 % à 48,6 % à l'international.

En conséquence, le résultat brut d'exploitation de 734 millions d'euros a progressé de + 12,1 % entre 2007 et 2008, soit + 79 millions d'euros.

Cependant, le coût du risque a détérioré le résultat de 158 millions d'euros, soit le double du gain généré par le résultat brut d'exploitation. L'ensemble du périmètre a été affecté par cette dégradation, le phénomène étant amplifié en Espagne et en Scandinavie.

Résultat net part du groupe : 134,0 millions d'euros, – 29,2 %

En comparable, hors effets de périmètre, gains ou pertes en juste valeur, plus-value de la cession de Fidexis et impôts exceptionnels, le résultat net part du Groupe est inférieur de 23,2 % par rapport à 2007.

Les performances Prêts personnels classiques et Prêts personnels renouvelables sont très différentes pour Médiatis. L'évolution de la production « renouvelable » s'établit à - 11 % par rapport à 2007 dans un marché ASF à - 0,8 % *. Par contre, Médiatis enregistre une bonne performance sur les prêts personnels classiques à + 1,3 % par rapport à 2007 dans un marché à - 9,9 % *. Au sein de l'activité Prêts personnels classiques, le regroupement de créances représente 60 % des recrutements et 84 % de la production.

L'année 2008 aura globalement marqué une pause dans les investissements commerciaux.

Cependant, le positionnement de Médiatis sur le média Internet a été renforcé en 2008, tant avec la marque Médiatis qu'avec 1.2.3.Crédit et son offre « KeLTO ». Ce média représente maintenant un quart du total de production annuelle.

En termes de contrôle et de prévention du risque d'impayés, Médiatis a mis en place de multiples actions telles que la revue des conditions d'octroi des regroupements de crédits ou les propositions de restructuration des dettes aux personnes en difficulté. L'activité du réseau de courtiers Assurtis, filiale à 45 % de Médiatis et à 55 % d'April, qui commercialise sous cette enseigne les produits d'assurance du groupe de courtage April ainsi que les produits de crédit de la marque Médiatis, reste soutenue en 2008 avec un doublement de la production par rapport à 2007. Le réseau Assurtis compte, fin 2008, 67 franchisés répartis dans toutes les régions françaises (contre 50 fin 2007). Les quatre agences en propre de Médiatis auront également contribué à la montée en puissance de la production faite en face-à-face. Cette production face-à-face (courtiers et agences) représente cette année 16 % de la production globale de Médiatis.

LES ACTIVITÉS CRÉDIT AVEC UN RECRUTEMENT PAR RÉSEAU DE COURTAGES

Dans le cadre du marché du regroupement de crédits, la filière Courtiers du Groupe en France, représentée par la société DCAC, a poursuivi son développement en 2008 avec une croissance de production de + 15 % par rapport à 2007 dans un marché où la production de regroupement de crédits a chuté de 8,3 % *.

À fin décembre 2008, les encours de regroupement de crédits garantis représentent 35 % de l'encours total de la filière Courtiers, soit 618 millions d'euros, contre une part peu significative en 2007.

En termes de production, la part des prêts garantis représente près de 30 % de la production totale.

La gestion du risque client a été renforcée au niveau des procédures de contrôle interne et des processus pour l'octroi et la gestion des regroupements de crédit.

L'organisation de cette activité a été marquée par la mise en unité de gestion autonome mi-2008, permettant ainsi de dédier toutes les fonctions nécessaires à sa bonne performance. Ainsi, la fonction commerciale a été renforcée par le recrutement de six personnes. Une fonction Finance et Risque est maintenant dédiée au contrôle et au pilotage de l'activité.

ESPAGNE

L'année 2008 marque une pause dans le développement de la succursale de Sygma Banque, Banco Sygma Hispania, compte tenu du contexte économique particulièrement défavorable. En effet, le nombre de chômeurs a crû de 47 % en Espagne. Le secteur de l'immobilier, qui avait été l'un des principaux relais de croissance ces dernières années, est en crise, avec des conséquences dans tous les secteurs de l'économie. La politique de BSH depuis le dernier trimestre 2008 est de maîtriser au maximum le risque. La production est limitée aux seuls retirages des clients existants. Selon les canaux de distribution, le recrutement de nouveaux clients a été provisoirement stoppé en 2008. Cet objectif principal pour BSH de maîtriser le risque d'impayé se manifeste par une gestion particulièrement rigoureuse sur l'ensemble de la filière (limitation des plafonds et des autorisations de tirages) et par un développement accru des compétences et des techniques de recouvrement, qui fait suite à une réorientation de la spécialisation des équipes (44 % des effectifs sont affectés à fin 2008 à cette activité). L'année 2008 a aussi été marquée par des efforts importants de maîtrise des coûts de gestion et de marketing.

* Source ASF – fin décembre 2008.

POLOGNE – DIRECT ET COURTAGE

Compte tenu de la réorganisation en 2008 du groupe LaSer en deux directions opérationnelles distinctes selon le canal de recrutement des clients pour les activités Crédit, les activités de LaSer Pologne ont été scindées en deux directions opérationnelles distinctes selon ces mêmes axes.

Le recrutement des clients via des courtiers et en direct (actuellement limitées aux retirages des clients existants) est désormais géré au sein de LCF Pologne, qui regroupe également le courtier Dom Finsansowy QS (DFQS), avec lequel LCF Pologne réalise la majeure partie de sa production. DFQS est une centrale de courtage spécialisée dans le crédit à la consommation, achetée par LaSer au second semestre 2006.

En 2008, la production de crédits de LCF Pologne s'élève à 185 millions d'euros grâce à l'activité soutenue de DFQS, qui apporte 90 % de cette production, et à la croissance sur le produit Regroupement de créances. DFQS, de son côté, a contribué à générer 192 millions d'euros de production au total chez ses partenaires (y compris LCF Pologne en propre).

LCF Pologne a œuvré à la mise en place d'une double stratégie :

- pour DFQS, ouvrir l'offre de financement de ses clients à d'autres acteurs;
- pour LCF Pologne, développer les accords de partenariat avec d'autres courtiers ou centrales de courtage, pour diversifier son recrutement.

Compte tenu d'un contexte difficile, la mise en œuvre de cette stratégie a toutefois été ralentie.

ROUMANIE

En 2008, LaSer Cofinoga a décidé de poursuivre son développement international avec l'ouverture d'une succursale de Sygma Banque à Bucarest au début du second semestre. À fin 2008, compte tenu des incertitudes sur le marché interbancaire et des tensions sur la devise roumaine, le lancement de la production de crédits a été décalé.

LaSer Marketing & Financial Services (LM & FS) : l'offre Partenaire Crédit

Ce pôle regroupe les services financiers et les services marketing dans une offre globale pour les entreprises. L'ensemble du pôle représente la moitié de la contribution analytique totale de LaSer.

Les services financiers de ce pôle correspondent aux différentes solutions de financement proposées par les entreprises partenaires à leurs clients. Ces activités sont portées par la société LaSer Cofinoga. En 2008, la totalité de l'encours de ce pôle est de 7,7 milliards d'euros, en croissance de 5,4 % par rapport à 2007. Les services marketing recouvrent un large panel de savoir-faire : fidélisation, solutions affinitaires, relation client à distance, cartes (fidélité, cadeaux...), solutions points de vente. Ces activités sont portées par la société LaSer Loyalty.

EN FRANCE :

ACTIVITÉS CRÉDIT LM & FS

Dans un contexte plus difficile, l'activité Crédit France LM & FS a poursuivi sa stratégie de développement et de diversification de son portefeuille de partenaires avec la signature d'accords de partenariat significatifs. Bien que finaliste dans l'appel d'offre de La Banque Postale, LaSer n'a pas été retenu comme partenaire de celle-ci dans le domaine du crédit à la consommation.

Des accords majeurs ont été signés en 2008, porteurs de très importantes perspectives :

- avec Groupama Banque, acteur majeur sur le marché de la banque et de l'assurance en France, pour la commercialisation de prêts personnels axés sur le regroupement de crédits proposés à son portefeuille de clientèle;
- avec Système U, l'un des principaux groupes de distribution en France, pour lancer sa carte Visa cobrandée à l'intention des clients des 800 magasins de l'enseigne. Cette carte combine tous les savoir-faire et les expertises marketing de LaSer Cofinoga. Elle associe l'universalité d'une carte Visa aux bénéfices du programme de fidélité de l'enseigne Système U.

La stratégie de croissance de l'activité e-commerce, déjà fortement initiée en 2007, a été poursuivie sur l'année 2008. Ainsi, la croissance du chiffre d'affaires e-commerce par rapport à 2007 a été supérieure à 90 % notamment grâce à l'apport de nouveaux partenaires que sont www.rueducommerce.com, Delamaison.fr, 24h00, Opodo, et au développement de www.bhv.fr et www.galerielafayette.com. Ces partenaires sont à la fois générateurs d'activité et recruteurs de nouveaux clients carte.

La présence de la marque Cofinoga comme moyen de paiement auprès d'un nombre croissant de sites marchands : Voyages-sncf.com, PayPal, Pixmania, PriceMinister... a également contribué à la croissance du volume d'activité.

À fin 2008, la marque Cofinoga est ainsi présente sur 42 sites marchands de l'e-commerce, comme moyen de paiement, couplé ou non à l'ouverture d'un compte carte enrichi d'avantages.

Les perspectives de développement sur ce secteur restent importantes en 2009, avec de nouveaux objectifs importants de croissance du portefeuille de partenaires et de l'activité, en capitalisant sur les savoir-faire et les nouveaux processus de gestion développés pour répondre aux attentes spécifiques des acteurs de ce secteur d'activité.

PARTENARIATS FINANCIERS

Banque du groupe Casino, filiale commune avec le groupe Casino

Dans un environnement macro-économique complexe en début d'année, suivi d'une crise majeure en seconde partie d'année, 2008 aura été pour Banque du groupe Casino une année contrastée.

La production de crédits a progressé de + 3,5 % avec un volume de 548 millions d'euros. L'encours a connu une progression significative de + 10 % et atteint à fin décembre 2008 le montant de 1 070 millions d'euros. 2008 a vu la montée en puissance du partenariat avec Cdiscount; 11 % de la production totale. Les 19 agences sont devenues un vecteur fort du développement de la Banque au service de ses clients et de ses partenaires. En parallèle, le canal Internet a continué, lui aussi, à se développer.

Soumis aux contraintes d'un marché largement perturbé, Banque du groupe Casino a affiché une dégradation de son coût du risque (+ 53 % par rapport à 2007) principalement liée à l'activité Cdiscount. Des mesures ont été immédiatement prises afin de contenir cette tendance sous l'hypothèse d'un environnement dégradé pour au moins dix-huit mois. 2008 a aussi été une année de changement avec un renouvellement significatif de l'équipe dirigeante, y compris de la direction générale. En parallèle, les responsabilités des différentes directions ont été redéfinies dans une volonté de meilleure efficacité. Pour l'année 2009, Banque du groupe Casino entend se concentrer sur des gains d'efficacité opérationnelle avec à la clé une amélioration de son coefficient d'exploitation et une maîtrise de son risque de crédit.

Compagnie de Gestion et de Prêts (CDGP), filiale commune avec Quelle SAS

En 2008, CDGP a confirmé sa croissance et s'est engagée sur de nouvelles voies de développement. En octobre, la répartition capitalistique a été revue. LaSer Cofinoga détient dorénavant 65 % du capital de CDGP, et Quelle SAS, 35 %, entraînant un changement du mode de gouvernance et l'opportunité de synergies. Par ailleurs, une opération de simplification de l'organigramme juridique a conduit à la fusion de La Source SARL (sa société de courtage en assurance) par CDGP SA.

En misant sur Internet et les nouveaux médias de communication, CDGP a enrichi sa communication clients avec une intensification des e-mailings, de l'envoi d'e-relevés et de l'utilisation croissante des SMS. En 2008, Internet a représenté une part croissante du recrutement de prêts personnels renouvelables.

CDGP a étoffé son offre carte par l'adhésion au Réseau Privilège de partenaires du e-commerce tels que Bijourama.com, Spartoo.com, Wanimo.com, ExtraFilm ou PriceMinister.

La gamme de produits a été étendue avec le lancement d'une carte bancaire en novembre, offrant ainsi à ses clients de nouveaux avantages tels que le « cash back ».

L'activité Prêts personnels renouvelables a affiché une progression supérieure à 10 %, et ce, malgré un marché atone. Cela a permis de compenser le manque d'activité au niveau de la réserve d'achat lié aux difficultés de la vente à distance.

L'activité amortissable au travers du regroupement de crédits a connu une évolution importante des ouvertures de crédit.

À fin 2008, l'encours total de CDGP est de 462 millions d'euros, en progression de 14 % par rapport à 2007. Pour 2009, CDGP s'appuiera sur l'enrichissement et l'optimisation des voies de développement ouvertes en 2008. Par ailleurs, un nouveau produit viendra s'ajouter à la gamme existante avec le lancement en mars 2009 du regroupement de crédits hypothécaires.

Banque Solfea, filiale commune avec Gaz de France
En 2008, la production de crédits s'est élevée à 232 millions d'euros, en retrait de 5 %.

D'une part, l'activité traditionnelle de crédits destinés à financer les travaux de clients choisissant le gaz naturel a baissé de 9 %. L'individuel a baissé de 21 % en raison des mauvaises performances dans l'immobilier neuf. En revanche, le collectif a progressé de 52 %. Au total, Solfea a financé plus de 15000 nouveaux clients « gaz naturel ».

D'autre part, l'activité de crédits destinés à la rénovation des installations de gaz existantes a bien performé (+ 12 %), les clients ayant profité des taux avantageux proposés par la banque, couplés aux possibilités de déduction fiscale, pour adopter des matériels propres et économes en énergie.

L'activité sur le marché du confort de vie, portée par les partenaires installateurs, par de nouveaux prescripteurs, ou par des partenaires, a connu un bon succès, avec une production en progression de 45 % à 44 millions d'euros.

La production des prêts personnels a atteint 38,6 millions d'euros, en baisse de 43 %.

L'encours total s'élève fin 2008 à 542,9 millions d'euros, en baisse de 4,5 %.

À L'INTERNATIONAL :

ROYAUME-UNI

2008 a été une année importante pour le développement et la transformation de LaSer UK.

En dépit d'un environnement difficile lié à la baisse drastique de la consommation, notamment dans les magasins où la dépense moyenne est élevée, l'encours de LaSer UK a poursuivi sa progression avec une hausse de 22 %, pour atteindre 884 millions d'euros à fin décembre 2008.

Cette croissance est liée au succès commercial de LaSer UK, qui a renforcé ses équipes de développement et signé un nombre record de partenariats. En effet, la marque LaSer UK a été renforcée à la fois dans le secteur de la distribution et dans le domaine de la fidélisation client avec des accords commerciaux tels que Flybe (compagnie aérienne), Ultralase (cliniques), et DFS (meubles).

Afin d'améliorer la maîtrise de sa relation client et ses coûts opérationnels, LaSer UK a internalisé le centre opérationnel de son produit Carte, externalisé depuis plus de dix ans. Cette création de site, à Solihull, apporte un changement important dans l'organisation, ce qui permettra à LaSer UK d'assurer le développement futur de ses activités avec un renforcement de la qualité de services, de l'efficacité du recouvrement des impayés et des capacités de « cross selling » à meilleur coût.

À fin décembre 2008, LaSer UK employait plus de 550 personnes sur deux sites, Solihull et Belfast.

SCANDINAVIE

EkspresBank, filiale à 100 % de LaSer depuis 2005, est au Danemark le leader du crédit à la consommation sur lieu de vente et en acquisition directe, avec un encours à fin décembre 2008 de 313 millions d'euros, en croissance de 25,5 %.

En mars, un partenariat a été signé avec Cardiff Assurance, filiale à 100 % de BNP Paribas, visant à développer l'offre de produits d'assurance-crédit pour couvrir les risques : chômage, maladie ou décès. En avril, EkspresBank a acquis, à travers sa maison mère LaSer, une part minoritaire de 35 % dans le capital d'Aconto Capital, le premier courtier de crédit à la consommation en Norvège et a lancé son activité dans ce pays.

En octobre, la filiale a lancé sa marque EkspresBank, en remplacement d'HandelsFinans, et a concrétisé sa volonté de devenir la plateforme d'activité en Scandinavie. La campagne de lancement a connu un grand succès attirant plus de 100 000 visiteurs sur son site Internet.

En novembre, EkspresBank a lancé Visa Extra, une carte Visa cobrandée avec la compagnie pétrolière YX Energi. En plus des facilités de paiement à crédit, les porteurs de carte bénéficient de réductions de prix sur les accessoires automobiles, l'essence et le lavage de voiture.

La consolidation de la marque, le développement des accords partenariaux et la mise en place d'une plateforme scandinave préparent EkspresBank à la poursuite de son développement en 2009.

PAYS-BAS

2008 a été l'année du changement de nom pour l'entité néerlandaise de LaSer, qui est devenue LaSer Nederland (LSN), tout en conservant ses principales marques commerciales que sont Sygma, Directa et PrimeLine.

Deux nouvelles réglementations émises par l'autorité de tutelle de LaSer Nederland (l'AFM) ont lourdement pénalisé les activités de LaSer Nederland, qui a toutefois réussi à stabiliser son encours à 774 millions d'euros. Paradoxe par rapport à l'évolution du risque sur le marché européen, cette réglementation plus restrictive en matière d'octroi a permis une grande

stabilité de l'impayé au niveau de l'ensemble du secteur, même en fin d'année 2008.

LSN a mis en œuvre en 2008 une nouvelle organisation avec une nouvelle direction et a réussi le transfert de l'ensemble de l'activité sur le nouveau système d'information développé par LaSer à l'international, Lisa.

POLOGNE LM & FS

En 2008, l'activité a généré une production de 345 millions d'euros, en croissance de 47 % par rapport à 2007. Cette performance a été principalement réalisée grâce à la mise en place de nouvelles opérations de retraitage sur les crédits renouvelables, au développement des prêts personnels et des cartes de crédit sur le marché polonais. Dans ce cadre, on notera tout particulièrement le renforcement du partenariat de services financiers et de programmes de fidélité avec Real, ainsi que les nouveaux accords avec Selgros, Husqvarna et JYSK.

L'encours à fin décembre de LM & FS Pologne est de 264 millions d'euros, en hausse de 61 % par rapport à 2007.

Cessions dans le cadre de l'Alliance avec BNP Paribas Personal Finance

CREDIFIN – PORTUGAL

En 2008, l'activité de Credifin a été caractérisée par une croissance de son encours de 6,8 % pour atteindre 635 millions d'euros à fin décembre et par une dégradation du coût du risque. En compensation, la filiale a fait des efforts notables de maîtrise des coûts de gestion.

Le partenariat avec le groupe Sonae, leader de la distribution au Portugal, a été renforcé par le développement de nouvelles offres clients afin de maintenir le niveau de production attendu.

La réalisation de la cession de la filiale à BNP Paribas Personal Finance interviendra dès la levée des clauses suspensives de l'accord signé dans le cadre de l'Alliance. Dans cette attente, Credifin a, en 2008, lancé tous les projets d'intégration chez BNP Paribas Personal Finance.

FIDEXIS – BELGIQUE

La cession de la filiale belge à BNP Paribas Personal Finance est intervenue le 15 juillet 2008.

3.2 Activité de LaSer Loyalty en 2008

Intégrées au pôle LaSer Marketing & Financial Services depuis la mise en place de la nouvelle organisation, les activités de services marketing :

- Fidélisation, Services affinitaires (Affinity) et Services à la personne : programmes, produits, campagnes, cartes cadeaux, cartes de fidélité... (LaSer Loyalty),
- Relation clients à distance (LaSer Contact),
- Solutions Points de vente (LaSer Symag),

sont gérées par la société LaSer Loyalty et ses filiales. L'ensemble de ces activités représente un chiffre d'affaires analytique de 210 millions d'euros, en croissance de + 4,4 % par rapport à 2007. En 2008, la contribution positive de ce pôle d'activités au résultat opérationnel de LaSer s'est fortement accrue.

Fidélisation

Concernant l'activité Fidélisation, orientée sur la conception-gestion-animation de programmes de fidélisation et le conseil en marketing relationnel, l'année 2008 a été marquée par un fort développement commercial de l'activité Programmes de fidélisation (+ 21 %) compensé par la diminution du chiffre d'affaires liée à la reprise par les enseignes partenaires de la communication S'Miles. Au global, le chiffre d'affaires est de 24,2 millions d'euros en 2008, en recul de 11,7 % par rapport à 2007.

La croissance de l'activité Programmes de fidélisation repose sur le développement des comptes existants tels qu'Orange et Sephora, et sur l'acquisition de nouveaux partenaires, dont Gaumont & Pathé, Nature & Découvertes, Orpi et Orchestra.

La prospection a été portée par une nouvelle offre de conseil en marketing relationnel appelée « Loyalty Workshops », vente d'accompagnement sur des projets CRM.

L'élargissement du portefeuille de clients et l'enrichissement de l'offre a abouti à une plus grande notoriété de LaSer sur le marché.

5one

5one est une filiale de LaSer acquise en 2007 et qui a généré un chiffre d'affaires de 7,2 millions d'euros en 2008 dans le domaine des services marketing clients, des prestations de consulting, d'analyse de données et de solutions technologiques.

En 2008, 5one a connu des succès notables sur ses grands comptes.

On notera tout particulièrement une activité importante des programmes de CRM développés par 5one pour son client principal, British Petroleum, et ce, au niveau européen.

Pour Model Continente (groupe Sonae), au Portugal, 5one a généré, lors de cette première année de mise en place de son programme marketing, des gains additionnels pour cette enseigne.

Pour Game, le premier spécialiste des jeux au Royaume-Uni, 5one fournit ses services de programmes marketing et commerciaux pour le développement de la carte de fidélité. Basée sur la performance de ce partenariat, Game offrira à 5one des perspectives au niveau européen.

Afin de développer ses relations avec Woolworths et de faciliter son implantation en Afrique du Sud, 5one a créé une filiale dans ce pays.

Malgré des difficultés liées à l'environnement économique, tout particulièrement au second semestre 2008, 5one a signé des accords avec Marionnaud en France et en Espagne, ICI Paris XL en Belgique et Matalan au Royaume-Uni.

Pour 2009, les perspectives de 5one seront tournées vers une expansion internationale afin de renforcer la notoriété de sa marque.

Affinity

Les activités d'Affinity regroupent l'ensemble des produits et services proposés aux clients et qui ont pour vocation d'être achetés ou consommés par eux, avec pour objectifs :

- recruter de nouveaux clients dans une logique de choix et de liberté, renouvelant les occasions de visite, les attirant par ses activités produits prépayés;
- traiter de façon personnalisée ses clients par une reconnaissance, une montée en gamme, des plans d'action, des contenus enrichis;
- stimuler son réseau d'apporteurs, d'enseignes partenaires et force de vente en concevant des programmes d'« incentive »;
- valoriser sa base de données clients en recevant une commission sur la vente croisée de produits et services commercialisables sur ses fichiers.

La gamme d'offres d'Affinity comprend des assurances de la vie quotidienne, des abonnements à des magazines, des chèques et cartes cadeaux, des coffrets de tourisme et loisirs, des cartes premium. Ces produits et services sont proposés aux clients par une

approche multicanal : marketing direct, insertion dans les relevés, mailings, Internet, coffrets, inclusion cartes, offre solo ou packagée.

L'ensemble de cette activité a généré un chiffre d'affaires de 22,7 millions d'euros en 2008, en progression de 6,3 % par rapport à 2007. Les principales activités se présentent comme suit :

LES COFFRETS DE TOURISME ET LOISIRS

En 2008, LaSer a renforcé sa stratégie de positionnement orientée vers le développement de nouveaux produits en élargissant sa gamme de coffrets cadeaux. L'activité s'est développée à la fois en marque propre avec IdéesKDO et en marque blanche avec les coffrets Émotions pour Carrefour. Une nouvelle gamme de coffrets a été créée en 2008 pour étoffer le choix proposé au client.

L'activité commerciale 2008 a bénéficié de la généralisation de la vente des coffrets sur les réseaux Carrefour Voyages et hypermarchés Carrefour, ainsi que les magasins Intersport, et des tests auprès des Galeries Lafayette et de Monoprix.

En complément des médias traditionnels de commercialisation via les magasins, la vente de coffrets sur le site Internet ideesKDO.com va jouer un relais de croissance pour 2009.

LES CARTES CADEAUX

L'acquisition de la société Kyrielles en fin d'année a permis à LaSer de poser une étape significative dans sa stratégie de produits prépayés dans l'univers du loisir. Ainsi, LaSer acquiert une marque de notoriété nationale, un réseau de plusieurs enseignes adhérentes jusqu'ici centré sur Galeries Lafayette, BHV et Monoprix, un réseau de 4000 comités d'entreprise, une équipe d'animation de 30 personnes, un savoir-faire dans la « stimulation » avec déjà des clients et un site Internet Kyrielles.

LaSer réalise la fabrication et la gestion de cartes monoenseigne dans le secteur de la distribution et la commercialisation des cartes, notamment « Roi Lion » et « Hôtel et Préférences ».

Pour enrichir le réseau de la société, des accords ont été obtenus avec Louis Pion, Nature & Découvertes, Intersport, Hôtel et Préférences. Ces accords se concrétiseront par une nouvelle carte Kyrielles à réseau enrichi au premier trimestre 2009.

LES ASSURANCES DE LA VIE QUOTIDIENNE

LaSer Assurances a pour mission de satisfaire le besoin de sécurité de la clientèle de particuliers de ses partenaires avec une gamme articulée autour de deux axes :

- la protection des personnes (santé et prévoyance) ;
- la protection des biens (auto, multirisque habitation, protection juridique, pertes financières, assistances...).

LaSer Assurances intervient dans l'architecture produit, la distribution, la connaissance clients et la gestion des contrats, avec des garanties et des process commerciaux et de gestion innovants.

L'assurance des personnes a été développée en 2008 par la signature de nouveaux partenariats avec Quelle et AGF. En matière d'assurance de la protection des biens, 2008 s'est distinguée par la signature d'accords avec Banque du Groupe Casino, CDGP, Orpi et Médiatis. D'autre part, Affinity s'est positionné sur un nouveau métier, la délégation de gestion pour compte de tiers. En l'occurrence, Affinity gère les sinistres des contrats d'assurance de la carte bancaire cobrandée SNCF-La Banque Postale.

LES ABONNEMENTS PRESSE

L'activité Abonnement presse a pour mission de proposer une gamme complète de magazines à tarifs réduits aux clients des partenaires. Affinity intervient dans la distribution, la connaissance clients et la gestion des contrats, notamment vis-à-vis des éditeurs de presse, et propose une offre en abonnement à durée libre accrue de 14 nouveaux titres cette année pour la porter à plus de 260 titres qui couvrent plus de 95 % du lectorat.

L'activité commerciale Abonnement presse 2008 a été marquée par la généralisation des ventes sur appel entrant par les attachés de clientèle de la plateforme de gestion et de ceux de Quelle qui ont contribué au développement du nombre de nouveaux contrats. Un site abonnement-libre.com a été lancé mi-2008 afin de toucher de nouveaux clients.

LES CARTES PREMIUM

LaSer gère environ 50000 cartes statutaires pour les Galeries Lafayette et le BHV. Ces cartes, dont en particulier la carte Lafayette Prestige, permettent une communication privilégiée et une reconnaissance de leur statut aux meilleurs clients des grands magasins, via un magazine et des offres spécifiques autour de l'univers du magasin, des voyages et des loisirs.

Services à la personne

En 2008, LaSer a préparé le lancement d'une nouvelle activité innovante dédiée aux services à la personne. LaSer va promouvoir auprès de ses partenaires une activité d'intermédiation complète et clés en main leur permettant de proposer à leurs clients finaux des services avantageux et originaux facilitant leur vie quotidienne. Les services à la personne, secteur en pleine croissance, peuvent permettre aux enseignes d'atteindre de nombreux objectifs (renforcer le relationnel, fidéliser, se différencier, mieux connaître et reconnaître les clients...) et d'enrichir la proposition de valeur de leur marque.

Partant de ses savoir-faire (relation client multicanal, marketing relationnel, analyse de la data, encaissement, facturation...) et de son expérience sur ce secteur depuis plusieurs années, LaSer a constitué un réseau de prestataires et un dispositif d'animation et de contrôle lui permettant de proposer à ses partenaires un éventail très varié de prestations sur l'ensemble du territoire.

LaSer a notamment décidé de rentrer au capital de la société Axéo Services. Cette société assure pour les particuliers des prestations de ménage, jardinage, bricolage et garde d'enfants et s'est diversifiée pour proposer une gamme très complète. Fort du succès de ses agences en propre, le réseau Axéo s'est développé en franchise pour compter plus de 70 agences fin 2008 et connaît une forte croissance. Axéo dispose de savoir-faire métier et de process qualité éprouvés qui permettent à LaSer et à ses partenaires de tester et de mettre en place sur le terrain des offres innovantes tant en termes de prestations et de marketing que de mode de commercialisation.

RELATION CLIENT À DISTANCE

Dans le contexte d'un marché en fort ralentissement, LaSer Contact, qui développe cette activité, a continué néanmoins d'enregistrer une croissance significative de son chiffre d'affaires de 11,8 % pour atteindre 90,9 millions d'euros.

Cette performance a été réalisée grâce, notamment, à une dynamique commerciale caractérisée par :

- le maintien de l'ensemble de son portefeuille clients sur l'exercice ;
- des développements importants avec des partenaires majeurs comme EDF et Orange ;
- la signature de nouveaux accords significatifs avec Autoroutes du Sud de la France, Voyages-sncf.com. Ainsi, depuis mai 2008, LaSer Contact assure la gestion des abonnés et prospects en appels entrants et sortants pour les Autoroutes du Sud de la France, ainsi que la gestion des demandes relatives au service après-vente des produits train et la prestation « Hotline Train » de Voyages-sncf.com ;
- la poursuite du développement à l'offshore.

LaSer Contact s'est appliqué dans le même temps à maîtriser ses coûts de structure. Les investissements 2008 ont porté essentiellement sur l'accroissement des capacités de production, avec l'extension des sites de Bordeaux et de Poitiers, et sur un renforcement des moyens techniques et de systèmes d'information (socle applicatif, outil d'appels sortants, sécurisation des réseaux).

Les axes prioritaires de LaSer Contact sont le développement commercial, le renforcement et l'amélioration de la performance, ainsi que la poursuite d'actions innovantes.

Dans les perspectives d'évolution pour 2009 qui s'inscrivent dans le cadre de cette stratégie, LaSer Contact renforcera ses équipes et ressources dédiées et démarrera une activité commerciale dans un second pays européen : la Pologne. Pour asseoir son positionnement concurrentiel d'entreprise responsable, les enjeux importants en 2009 seront le renouvellement du label de Responsabilité sociale et l'obtention de la norme NF.

SERVICES POINTS DE VENTE

L'année 2008 a été marquée par les impacts liés aux décisions stratégiques prises dès septembre 2007, par les bonnes performances commerciales du second semestre 2007 et par la morosité de l'économie.

La performance globale de LaSer Symag, qui développe cette activité et dont le chiffre d'affaires de 64 millions d'euros est en croissance de 0,5 %, est à nuancer en fonction des activités :

- les activités de services sur site sont en croissance de 30 % (déploiements Shopi, Monoprix...);
- le chiffre d'affaires « vente de licences » se stabilise après une forte année 2007. Un fort niveau d'investissements sur la future solution de plateforme transactionnelle unifiée confirme le positionnement d'éditeur de la société vers une offre logicielle transverse et intégrée ;
- l'activité projets a souffert du contexte économique et du report de décisions d'investissements majeurs ;
- un très fort ralentissement de la vente de matériels, en baisse de 2,3 millions d'euros, soit - 10 %, dû à la situation économique et à la loi Châtel.

La mise en œuvre du projet Envergure, visant à optimiser le modèle économique sur les métiers de services sur site et à distance, s'est matérialisée par une réduction des coûts fixes au profit d'un recours à la sous-traitance et par une mutualisation des techniciens sur site.

La présentation, lors du Salon Equimag, de la future plateforme transactionnelle développée par LaSer Symag a rencontré un vif succès. Celle-ci confirme le positionnement innovant et transverse de cette filiale de LaSer sur le marché des solutions pour la distribution.

3.3 Autres activités de LaSer



LaSer est un actionnaire et prestataire du GIE S'Miles dont les membres sont le groupe Galeries Lafayette, le groupe Casino, SNCF et Caisse d'Épargne. Le GIE S'Miles développe et fédère les programmes de fidélisation des enseignes de ces groupes. L'Alliance S'Miles est constituée de neuf enseignes socle : SNCF, Caisse d'Épargne, les magasins Galeries Lafayette, BHV, Monoprix, les hypermarchés Géant Casino, les supermarchés et cafétérias Casino, les enseignes du réseau Cofinoga, les stations-service Shell.

En 2008, la stratégie marketing et de communication mise en place, visant à promouvoir les enseignes de l'Alliance et se concrétisant par de multiples opérations commerciales de « circulation » a été le principal contributeur à la croissance de 11 % du nombre de

clients actifs multienseigne. Les clients ont également profité de plus en plus de l'Alliance pour la transformation de leur S'Miles ; le succès remporté par le billet de train « prime croisée » proposé en 2008 par la SNCF en est un exemple.

La dynamique de l'Alliance s'est renforcée : le nombre d'opérations d'animation clients a presque doublé cette année.

Au deuxième trimestre 2008, S'Miles s'est affiché dans le cadre d'une campagne plurimédia englobant la télévision et Internet, promotion relayée par les enseignes sur les points de vente et supports de communication clients.

Le site Internet www.smiles.fr refait en 2007 dans un esprit plus pédagogique a continué à jouer un rôle de portail au service des enseignes partenaires et de leurs sites Internet respectifs. LaSer a développé pour le compte du GIE un applicatif de localisation de points de vente délivrant des S'Miles à proximité d'une adresse, sur la base de la technologie proposée par Google Maps.

L'hébergement, le fonctionnement et la maintenance du système d'information de l'Alliance sont gérés par LaSer. En 2008, un audit de ce système a confirmé le niveau satisfaisant de cette prestation.

La poursuite de cette dynamique de l'Alliance, dont l'apport en création de valeur est reconnue par les enseignes, et le développement de la circulation clients resteront une priorité pour 2009.

ECHANGEUR

GIE RechercheHausmann

L'action du GIE Recherche Hausmann s'est organisée autour de deux axes : la participation à la démarche d'innovation de LaSer et du Groupe et le développement des travaux engagés sur le thème de la modernité ayant conduit à la création de la Fondation Forum d'Action Modernités.

Le GIE Recherche Hausmann a poursuivi l'animation du dispositif de veille technologique incluant un comité mensuel, des lettres d'information, des sessions du Club e² sur des thèmes liés à l'innovation et la réflexion sur le Web 2.0. Pour la deuxième année consécutive, dans le cadre d'une convention-cadre de trois ans (2007-2008-2009), LaSer a délégué au GIE Recherche Hausmann le pilotage de ses actions internes dans le cadre des différents programmes d'action de la FING (Fondation Internet Nouvelle Génération) : programmes « Villes 2.0 », « Identités actives », « Plus longue la vie ».

Par ailleurs, le GIE Recherche Hausmann a poursuivi ses relations avec divers milieux de recherche (pôles de compétitivité, Anvie, acteurs de l'innovation, etc.) ainsi que son action au sein de LaSer, destinée à favoriser les projets éligibles au titre du CIR (crédit d'impôt recherche).

Enfin, la SAGL a confié au GIE Recherche Hausmann une recherche sur la création d'archives patrimoniales et historiques au sein des Galeries Lafayette afin de valoriser le patrimoine historique du Groupe.

Le programme « Modernité » engagé en 2002 s'est poursuivi durant l'année 2008, notamment avec deux débats Modernité On/Off au Théâtre du Rond-Point, la poursuite des réunions des trois groupes de travail thématiques (Technologie, Économie, Société) et le lancement d'un troisième volet axé sur les Alliances entre acteurs appartenant à des mondes différents pour renouveler les concepts de l'action (action entrepreneuriale et action sociale et responsable). Le Forum d'Action Modernités est devenu une fondation sous l'égide de la Fondation de France pour s'ouvrir à une plus grande pluralité d'acteurs et à d'autres partenaires.

L'année 2008 a été marquée par une activité soutenue et la restructuration des contenus. 461 événements ont été organisés pour près de 14000 visiteurs. Les principaux secteurs d'activités des clients sont la banque/assurance, le conseil étude, la grande distribution et la distribution spécialisée ainsi que la communication/média.

À la suite du travail de prospective effectué pour les dix ans de l'Echangeur ainsi que des analyses menées en tout début d'année 2008, la priorité a été mise sur la nécessité d'adapter le positionnement de l'Echangeur afin qu'il reste un lieu de référence sur l'innovation technologique et marketing. Ainsi quatre thèmes prioritaires ont-ils été définis pour 2008 : le web 2.0 et ses multiples développements dans la société et dans l'entreprise ; le fait d'être toujours connecté et les opportunités de services qui peuvent être imaginés ; les nouvelles interfaces homme/machine intuitives et immersives (3D temps réel, réalité virtuelle,...) ; les green-tech et les nouvelles activités qu'elles représentent. Pour ce faire, les différents outils de marketing et de communication déjà en place (Club e², Lettre de l'Echangeur, site Internet) ont été rénovés et renforcés. Un nouveau site Internet réalisé en environnement Web 2.0 a été ouvert.

Les synergies avec LaSer se sont accrues durant l'année avec une augmentation de l'utilisation de l'Echangeur par LaSer, une coordination commerciale resserrée, un renforcement du comité de veille et, enfin, la mise en place d'un showroom LaSer. Depuis décembre 2008, l'Echangeur alimente une rubrique mensuelle du magazine LSA sur l'innovation technologique et marketing du commerce et de l'e-commerce sous la signature « Echangeur Part of LaSer ». Par ailleurs, 2008, pour le Réseau Echangeur, a été marquée par un plan à trois ans visant à atteindre 15 Échangeurs en 2011 et une forte participation aux Assises du numérique organisées par le secrétariat d'État à l'Économie numérique. Enfin, l'Echangeur PME, septième plateforme de l'Echangeur, qui a ouvert ses portes début 2008, a accueilli 4468 visiteurs, dont 58 % de TPE, PME et commerçants.

R Ressources HUMAINES

L'effectif total de LaSer, en considérant les filiales à 100 %, est de 10 123 à fin décembre 2008, contre 9 053 à fin décembre 2007.

Cette augmentation est essentiellement la conséquence de la croissance des activités de marketing services, au développement des activités de crédit en Pologne et à la réinternalisation des activités de relation clientèle de LaSer UK. Dans les autres secteurs de l'entreprise (Crédit France et Corporate), la tendance est au contraire à la stabilité voire à la baisse dans un contexte économique difficile.

L'année 2008 restera marquée, pour les collaborateurs de LaSer, par deux événements majeurs de la vie de l'entreprise :

- le 40^e anniversaire de LaSer Cofinoga et le 10^e de LaSer ont constitué des occasions importantes de communication vis-à-vis des salariés sur la place de leur entreprise, sa stratégie et les chemins pour y parvenir. L'option retenue de faire des collaborateurs des acteurs à part entière de ces anniversaires a rencontré un grand succès illustré en particulier par leur participation au concours visant à présenter LaSer dans le futur. Ainsi a été également encouragée la pratique d'outils collaboratifs sur Internet illustrant les capacités des nouvelles technologies dans le domaine de la communication interne ;
- la réorganisation de l'entreprise, mise en place mi-2008, a également donné lieu à une large communication visant à faire comprendre ses objectifs ainsi que leurs conséquences pratiques pour les collaborateurs. Cette réorganisation s'est accompagnée de la refonte des principaux organes de gouvernance interne (suppression du Comité Exécutif), développement du rôle du Comité Stratégique et de comités thématiques (risque, informatique, RH, ...). Un « G70 » regroupant les

principaux cadres dirigeants a été créé avec l'objectif de les associer au développement et au déploiement des axes stratégiques de l'entreprise.

La préoccupation concernant l'adéquation des ressources humaines aux besoins ainsi que le niveau de motivation et d'engagement des collaborateurs s'est trouvée renforcée dans la conjoncture économique rencontrée.

Dans ce domaine, on notera la poursuite du programme de gestion des potentiels « LaSer Demain » et la mise en place d'un « vivier » sur les métiers particulièrement sensibles du risque permettant de disposer d'un potentiel de ressources et de partenariats avec les principales écoles ou universités spécialisées. Afin d'élargir l'horizon tant des collaborateurs que de l'entreprise ont été également mises en place et formalisées des politiques de mobilité avec les groupes Galeries Lafayette et BNP Paribas.

Le niveau de formation professionnelle est également resté très soutenu en appui, principalement, des nouveaux outils déployés (CRM, projet de numérisation) ou du développement de nouveaux partenariats (Système U).

Deux points majeurs ont, par ailleurs, marqué l'actualité sociale de LaSer :

- d'une part, la refonte des contrats frais de santé et prévoyance ainsi que leur harmonisation sur la totalité du Groupe ;
- d'autre part, la signature, sur le périmètre LaSer Cofinoga, d'un nouvel accord d'intéressement liant intéressement et participation.

Enfin, dans le domaine des outils et de l'efficacité, on notera à la fois l'accent mis sur le déploiement sur l'ensemble du Groupe d'un système de gestion des temps de travail en lien avec la paie et l'ensemble du système d'information RH (CHRONOS) ainsi que la qualité et la fiabilité du système de paie.

P

Perspectives 2009

Dans l'incertitude de l'évolution de l'économie, du pouvoir d'achat et des conséquences sociales et financières de la crise actuelle, 2009 continuera à être une année où la capacité de réactivité et d'engagement – qui caractérisent LaSer – resteront un atout essentiel.

LaSer continuera à développer sa stratégie d'offre globale, services financiers et marketing services, tournée vers la distribution et les acteurs qui souhaitent renforcer leurs actifs clients.

Au-delà, compte tenu de l'environnement, l'amélioration des processus d'octroi et de recouvrement dans toutes les entités sera privilégiée pour stabiliser au plus vite l'impayé, après la forte progression de l'année écoulée. Cette amélioration s'accompagnera d'une prolongation des efforts dans la maîtrise des coûts et d'une rigueur amplifiée dans la politique tarifaire des activités, rendue possible par les conditions actuelles de distribution de crédit.

En 2009, LaSer, attentif aux évolutions réglementaires, participera proactivement aux débats sur le projet de loi relatif au crédit à la consommation.

Résultats CONSOLIDÉS

6.1 Bilan consolidé au 31 décembre 2008

En milliers d'euros

	31/12/2008	31/12/2007
ACTIF		
Écarts d'acquisition	1 089 356	1 100 941
Immobilisations incorporelles	119 487	116 176
Immobilisations corporelles	76 893	78 824
Titres mis en équivalence	5 446	
Actifs financiers disponibles à la vente	21 364	19 780
Autres créances > 1 an	10 000	10 000
Impôts différés actifs	106 202	97 032
Autres actifs financiers (non courants)	10 514	12 229
TOTAL ACTIF NON COURANT	1 439 262	1 434 982
Stocks et encours	10 026	10 691
Créances clients et rattachées	72 140	69 659
Crédit à la clientèle	11 974 554	11 066 914
Impôts courants actifs	8 603	11 172
Autres créances d'exploitation	125 229	141 644
Autres actifs financiers courants	1 316	1 426
Instruments dérivés actifs courants	76 327	104 310
Trésorerie et équivalents de trésorerie	93 180	121 471
TOTAL ACTIF COURANT	12 361 375	11 527 287
TOTAL ACTIF	13 800 637	12 962 269

En milliers d'euros

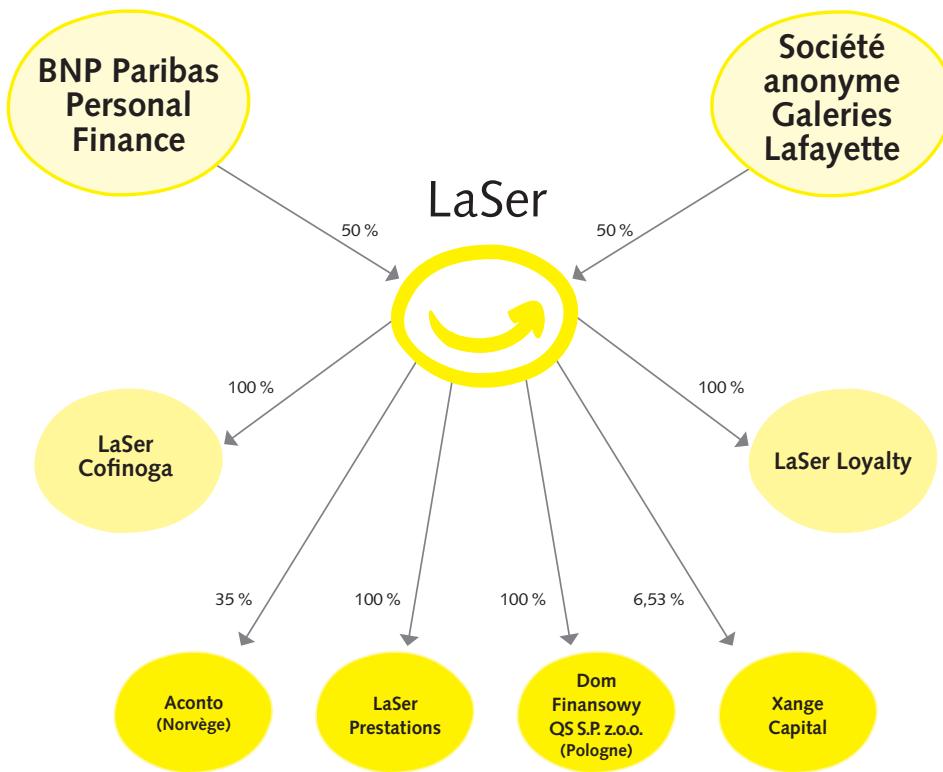
	31/12/2008	31/12/2007
PASSIF		
Capital	142 056	142 056
Réserves liées au capital	825 245	942 121
Réserves consolidées	500 546	393 614
Résultat de l'exercice – part du groupe	117 033	175 156
Capitaux propres – part du groupe	1 584 880	1 652 947
Intérêts minoritaires	302 006	301 828
CAPITAUX PROPRES	1 886 886	1 954 775
Provision pour pensions et retraites	13 767	13 070
Provision pour charges non courantes	15 646	19 868
Emprunts et dettes assimilées > 1 an	402 616	308 527
Impôts différés passifs	554	1 090
Autres passifs (non courants)	8 122	8 019
TOTAL PASSIF NON COURANT	440 705	350 574
Provision risques et charges courantes	10 105	12 864
Emprunts et dettes assimilées < 1 an	90 789	33 859
Dettes fournisseurs	96 776	98 048
Refinancement crédit clientèle	10 773 279	10 152 218
Impôts courants passifs	5 350	25 051
Autres dettes	331 001	321 942
Instruments dérivés passifs courants	165 746	12 938
TOTAL PASSIF COURANT	11 473 046	10 656 920
TOTAL PASSIF	13 800 637	12 962 269

6.2 Compte de résultat consolidé au 31 décembre 2008

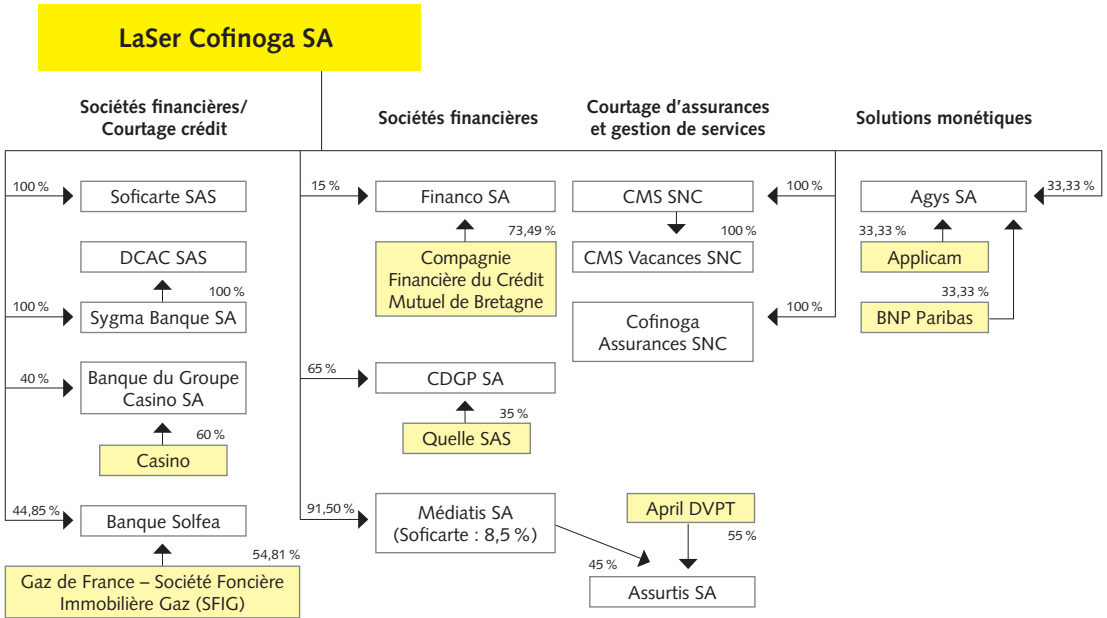
En milliers d'euros

	31/12/2008	31/12/2007
Ventes de marchandises au détail	28 336	32 129
Production vendue	206 181	187 077
Produits de l'activité crédit	1 842 135	1 688 628
CHIFFRE D'AFFAIRES	2 076 652	1 907 834
Autres produits de l'activité	476	405
Coûts d'achat des marchandises vendues	(21 006)	(26 135)
Coût du financement des activités de crédit	(479 848)	(409 938)
Charges de personnel	(347 050)	(325 130)
Charges externes	(394 922)	(425 188)
Impôts et taxes	(38 466)	(32 279)
Dotations aux amortissements	(40 957)	(32 703)
Dotations aux provisions	(12 839)	(7 688)
Charge nette sur risque clients des activités de crédit	(378 789)	(257 397)
Dotation aux provisions sur perte de marge future	(146 771)	(110 209)
Autres produits et charges d'exploitation	3 711	135
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT	220 191	281 707
Autres produits et charges opérationnels		
RÉSULTAT OPÉRATIONNEL	220 191	281 707
Coût de l'endettement financier	(16 093)	(10 576)
Autres produits et charges financiers	(9 219)	3 973
RÉSULTAT FINANCIER	(25 312)	(6 603)
RÉSULTAT COURANT	194 879	275 104
Charges d'impôts	(58 879)	(81 904)
Quote-part des sociétés mises en équivalence	(115)	
RÉSULTAT NET (a)	135 885	193 200
Dont intérêts des minoritaires (b)	18 852	18 044
RÉSULTAT – PART DU GROUPE (a-b)	117 033	175 156
Résultat net par action (en euros)	12,56	18,80

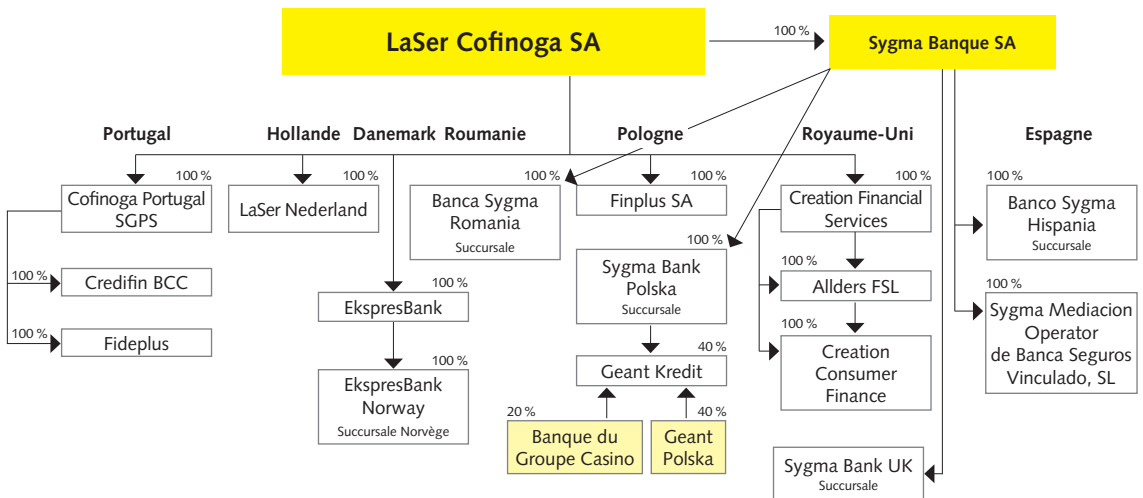
7 Organigramme juridique simplifié au 31 décembre 2008



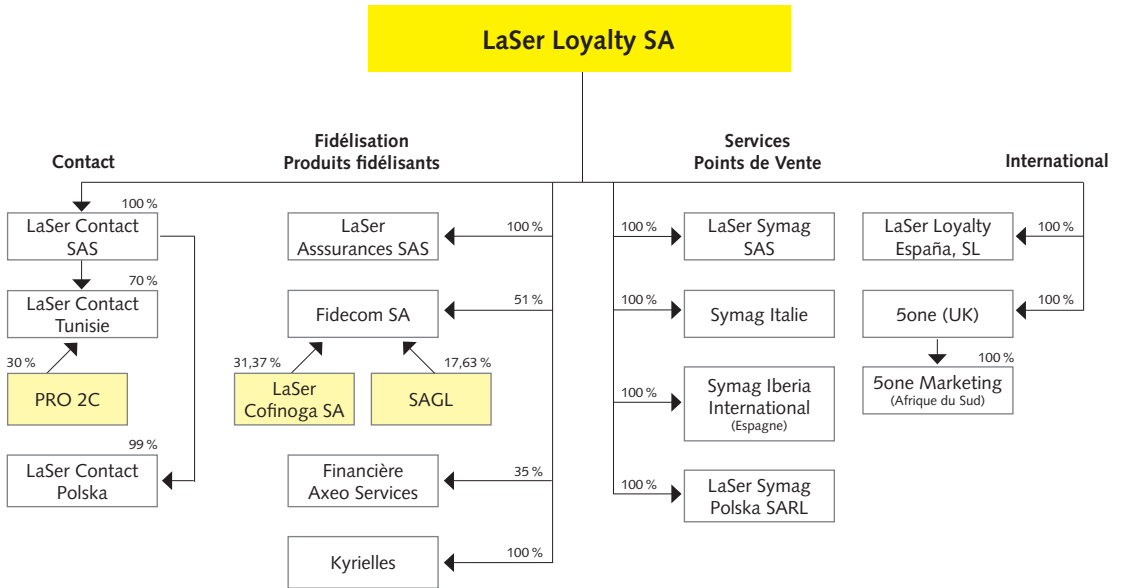
LaSer Cofinoga France



LaSer Cofinoga International



LaSer Loyalty



Les rapports de gestion des sociétés LaSer et LaSer Cofinoga
sont téléchargeables dans leur intégralité sur le site www.lasergroup.eu

