



4^{ème} trimestre 2002 : Le meilleur trimestre de l'année

Produit d'exploitation : + 9,3%

2^{ème} trimestre de hausse consécutive

La hausse de 9,3% du produit d'exploitation de BOURSORAMA au 4^{ème} trimestre 2002 s'inscrit dans un mouvement de reprise de l'activité constatée depuis le 3^{ème} trimestre (+13,8%). La croissance significative du nombre de prospects et d'ouvertures de nouveaux comptes confirment également le succès du nouveau site transactionnel www.boursorama.com.

Au 4^{ème} trimestre 2002, BOURSORAMA réalise un produit d'exploitation consolidé de 15,3 MEur et conforte ainsi la progression de son activité pour le 2^{ème} trimestre consécutif (14 MEur au 3^{ème} trimestre et 12,3 MEur au 2^{ème} trimestre 2002).

Activité Investissement en ligne : le meilleur trimestre de l'année

Sur son activité Investissement en ligne, BOURSORAMA a enregistré, au 4^{ème} trimestre 2002, un produit d'exploitation en hausse de 11% à 14,1 MEur. Sur le second semestre, le produit d'exploitation de l'activité Investissement en ligne s'établit à 26,8 MEur, soit une progression de 18% par rapport au 1^{er} semestre 2002.

Au 4^{ème} trimestre, l'activité commerciale a été très dynamique en France, suite au lancement du nouveau site transactionnel www.boursorama.com le 7 octobre dernier. BOURSORAMA a gagné en moyenne 5.000 nouveaux prospects par mois au 4^{ème} trimestre, contre une moyenne de 1.300 pour les 9 premiers mois de l'exercice. Le nombre de nouveaux comptes est également en forte croissance : 2.100 comptes ont été ouverts au 4^{ème} trimestre, contre 1.340 au 3^{ème} trimestre et 940 au 2^{ème} trimestre.

Le nombre d'ordres exécutés au 4^{ème} trimestre (691.577 transactions) s'inscrit dans un mouvement de reprise de l'activité des clients de BOURSORAMA constatée depuis le début du 3^{ème} trimestre. Le nombre de transactions a progressé de 22,5% entre le premier et le second semestre 2002. Cette performance est le fruit d'une clientèle de qualité qui a profité de la forte volatilité observée lors de nombreuses séances. Ainsi, la clientèle de BOURSORAMA affiche des taux d'activité toujours largement supérieurs à la moyenne du secteur : le nombre d'ordres par compte (en rythme annualisé) est de 24,1 en France et de 31,6 en Allemagne.

En France, BOURSORAMA¹ confirme ainsi sa position de leader de l'investissement en ligne avec une part de marché de 22,5 % en nombre d'ordres exécutés² au 2^{ème} semestre 2002.

¹ BOURSORAMA seul, sans tenir compte de SELF TRADE

² Source : Association Brokers Online

Activité Média : reconnaissance de BOURSORAMA comme support de qualité

Dans cette activité, BOURSORAMA a réalisé un produit d'exploitation de 1,2 MEur dans un contexte de marché toujours difficile. Le 1^{er} novembre 2002, BOURSORAMA a procédé au lancement de sa régie publicitaire interne, dont l'objectif principal est de diversifier les sources de revenus publicitaires du Groupe. Les premiers résultats sont d'ores et déjà encourageants :

- En publicité commerciale, le lancement de nouveaux formats plus créatifs (interstitiels, le dhtml, le streaming, les intégrations...) a contribué à la diffusion de nouvelles campagnes pour le compte notamment d'Air France, Crédit Lyonnais, Egg, France Télécom, Last Minute, Mercedes, Microsoft et SFR.
- En publicité financière, le partenariat passé avec la société PR Newswire (Cyperus) a permis à BOURSORAMA de conclure de nouveaux contrats avec les sociétés cotées Accor, Bic, Business Objects, SEB, Télécom Réseaux Services, France Télécom et Wanadoo.
- Dans le domaine du marketing direct, BOURSORAMA enregistre les premières retombées de ses efforts commerciaux et a réalisé des campagnes pour Disneyland Paris, Euronext Paris, Française des Jeux, Havas, Le Point, La Tribune...
- Dans le cadre de l'offre de communication spécialement conçue pour les OPCVM et les produits de défiscalisation, BOURSORAMA a lancé avec succès une rubrique FCPI, a effectué pour le compte d'Euronext Paris un sondage exclusif en vue du lancement en 2003 des Futures sur Actions et a participé au recrutement des membres du Comité consultatif des actionnaires pour Michelin.

Finalisation de l'acquisition de SELF TRADE

L'objectif principal de BOURSORAMA est de finaliser le rapprochement avec SELF TRADE avant le 30 septembre 2003 afin de générer rapidement les synergies de coûts attendues (10 MEur en année pleine).

BOURSORAMA confirme que son résultat net consolidé pour 2002 sera proche de l'équilibre. Rappelons que l'acquisition de la société SELF TRADE n'aura d'impact dans les comptes de BOURSORAMA qu'à partir de l'exercice 2003.

A PROPOS DE BOURSORAMA

Leader français de la finance en ligne, Boursorama propose à l'investisseur privé une offre unique : l'accès, à partir d'un seul espace, à l'information financière la plus complète et aux meilleurs outils pour investir en ligne.

Boursorama est n°1 dans chacun de ses métiers :

- dans l'investissement Groupe (Boursorama + Self Trade) détient 38% de part de marché en France et possède une excellente position en Allemagne (sous la marque Fimatex) auprès des investisseurs les plus actifs ;
- sur son activité Média, Boursorama est la première source d'information financière sur Internet en France avec une part de marché de 80% en terme de pages vues (200 millions) et avec 1,5 million de visiteurs uniques par mois.

En outre, Boursorama bénéficie d'une structure financière très saine, grâce à une trésorerie largement positive (120 MEur au 30/06/02) et un endettement nul.

Rappelons qu'au 30 décembre 2002, Boursorama a acquis la société Self Trade pour un montant de 62 MEur (sous réserve de l'accord des autorités concernées).

BOURSORAMA (ex-FIMATEX) est coté sur le Nouveau Marché (NextEconomy)

Euroclear : 7522 – Reuters : FMTX.LN – Bloomberg : FIMX NM

Retrouvez l'ensemble de l'actualité financière de BOURSORAMA sur le site Internet : www.boursorama.fr

Contacts :**Boursorama**

Richard Avramovic

Responsable Communication

Tél. : 01 56 33 55 12

richard.avramovic@boursorama.fr**Publicis Consultants Ecom**

Stéphanie TABOUIS

Relations presse

Tél : 01 44 43 66 20

stephanie.tabouis@consultants.publicis.fr

Indicateurs d'activité

	T1 2002*	T2 2002	T3 2002	T4 2002	TOTAL*
Produit d'exploitation (en MEur)	13,4*	12,3	14,0	15,3	53,5*
dont :					
Epargne en ligne	11,9	10,8	12,7	14,1	49,5
Média	1,5*	1,5	1,3	1,2	4,0*
Nombre d'ordres exécutés	583.847	530.717	673.984	691.577	2.480.125
dont :					
France	366.277	342.003	407.904	436.480	1.552.664
Allemagne	217.570	188.714	266.080	255.097	927.461
Ouvertures de nouveaux comptes brutes	2.041	1.265	1.745	2.523	7.574
dont :					
France	1.413	938	1.339	2.098	5.788
Allemagne	628	327	406	425	1.786

* L'activité Média est consolidée à partir du 1er avril 2002