



Premier semestre 2001 :
Bonne résistance de l'activité de FIMATEX dans des marchés baissiers
Politique volontariste de réduction des coûts

Une bonne résistance par rapport au marché :

Dans un contexte marqué par une chute du nombre des transactions boursières en Europe (- 13,6% sur Euronext Paris, - 33,3 % sur le Nouveau Marché, - 20,3 % sur les marchés allemands par rapport au 1^{er} semestre 2000), FIMATEX enregistre une baisse contenue du nombre d'ordres exécutés sur les six premiers mois de l'exercice (- 17,2% par rapport au 1^{er} semestre 2000).

Cette résistance est le fruit des effets conjugués de :

➤ **L'excellente image de marque de FIMATEX:**

Elle lui permet de poursuivre sa croissance et d'augmenter sa base de clientèle (12 900 nouveaux comptes ont été ouverts au 1^{er} semestre 2001), même dans les périodes baissières et ce, sans offre promotionnelle ou politique tarifaire incitative.

➤ **Des clients toujours plus actifs que la moyenne du marché :**

Ces derniers affichent toujours des niveaux d'activité supérieurs à ceux du marché : le nombre moyen d'ordres par compte (en rythme annuel) sur le semestre s'établit à 32 en France, 37 en Allemagne et 16 au Royaume-Uni, à comparer à la moyenne de 22 du marché français, de 14 du marché allemand et de 10 du marché britannique.

➤ **Le gain de parts de marché :**

FIMATEX confirme ses positions de leader en France avec 20 % de parts de marché en nombre d'ordres exécutés. En Allemagne, grâce au succès rencontré par son offre dédiée aux investisseurs actifs, sa part de marché s'élève à 5,9 % au 30 juin 2001 contre 4,7 % fin 2000.

Dans ces conditions, et malgré la baisse des volumes, le produit d'exploitation sur le semestre s'élève à 34,8 M Euros, en retrait seulement de 15,1% par rapport au second semestre 2000. Il s'agit de l'une des meilleures performances du secteur du courtage en ligne en Europe.

Une politique volontariste de réduction des coûts (- 19% sur le semestre) :

Dès la fin de l'exercice 2000, FIMATEX a mis en œuvre une politique de réduction de coûts dont les effets impactent favorablement les comptes du 1^{er} semestre. Ce plan d'économie se traduit par :

- **Une baisse des effectifs :**

FIMATEX compte, aujourd'hui, 292 collaborateurs contre 343 en début d'année et prévoit une réduction globale sur l'exercice de plus de 20%.

- **Une baisse du budget marketing :**

FIMATEX a maîtrisé ses dépenses marketing qui diminuent de 47,5% sur le semestre.

En France, le coût d'acquisition par nouveau compte ouvert reste stable, légèrement supérieur à 400 euros. Il baisse en Allemagne pour s'établir à 500 euros.

Au Royaume-Uni et en Espagne, 6,4 millions d'euros ont été engagés pour le lancement de la marque dans le cadre du développement des nouvelles succursales.

- **Une baisse des coûts informatiques :**

Grâce à leur flexibilité et à l'optimisation de l'organisation de FIMATEX, ils baissent de 20% entre le premier et le deuxième trimestre 2001 en France et en Allemagne.

Le résultat net part du groupe du 1^{er} semestre est de - 24,3 millions d'euros contre - 28,9 millions d'euros sur les six derniers mois de l'année 2000. La rentabilité de FIMATEX est affectée par les moyens mis en œuvre pour le développement des nouvelles succursales anglaise et espagnole.

Perspectives :

En France et en Allemagne, FIMATEX prévoit d'abaisser, entre début 2001 et début 2002, son point mort de 20% à 30 % selon les pays.

Outre la poursuite de la baisse des coûts, FIMATEX a pris des mesures dans le but de faire croître rapidement le revenu par ordre :

- en augmentant les tarifs en France,
- en mettant en place, en France, le e-reporting, permettant ainsi à ses clients de consulter les avis d'opérés et relevés de compte sur Internet,
- en proposant une offre toujours plus innovante, comme l'illustre le lancement de FIMATEX PEA Transparence
- en adoptant une stratégie unique pour ses implantations européennes : atteindre les investisseurs actifs en se différenciant par sa technologie (le GTS) et son savoir-faire sur les marchés dérivés.

Sur la base des niveaux d'activité actuels, FIMATEX anticipe pour le 2nd semestre 2001 un résultat en amélioration par rapport à celui du 1^{er} semestre, en particulier grâce à une politique volontariste de réduction des frais généraux.

Avec une marque reconnue en France, une implantation réussie en Allemagne, un nombre élevé de transactions par compte et une situation financière saine et solide, FIMATEX est aujourd'hui un acteur incontournable du courtage en ligne en Europe.

FIMATEX est cotée sur le Nouveau Marché (Code Sicovam : 7522).

Retrouvez l'ensemble de l'actualité financière de FIMATEX sur le site Internet :

<http://investors.fimatex.fr>

FIMATEX

Charlotte RAVISÉ

Responsable communication

Tél. : 01 56 33 55 12

cravise@fimatex.fr

PUBLICIS CONSULTANTS · ECOCOM

Mélina COL

Relations presse

Tél. : 01 44 43 75 13

Melina.Col@consultants.publicis.fr

ANNEXES

Indicateurs d'activité

	S1 2000	S2 2000	S1 2001
Nombre de comptes (fin de période)	76 929	96 376	104 412
Nombres d'ordres exécutés	2 034 031	1 915 269	1 685 155
Nombre moyen d'ordres par compte (en rythme annuel)			
France	77	43	32
Allemagne	76	49	37

Compte de résultat économique

<i>(en millions d'euros)</i>	S1 2000	S2 2000	S1 2001
Produit d'exploitation	40,1	41,0	34,8
Frais de traitement des ordres	(10,3)	(10,2)	(9,2)
Autres charges d'exploitation	(33,7)	(59,4)	(48,2)
dont charges de marketing	(13,8)	(23,6)	(12,4)
Résultat avant frais marketing et exceptionnel	9,9	(5,1)	(10,2)
Résultat net part du groupe	(4,4)	(28,9)	(24,3)