

Pierwszy Dzień Inwestora Edenred Gotowi Zdobywać 2012 r.

Wzrost oparty na innowacji

Podczas pierwszego Dnia Inwestora Edenred prezentuje szczegółowy opis dwóch kluczowych elementów swojej strategii „Conquer 2012”.

- **Kontynuacja wzrostu wolumenu emisji** w zakresie działalności podstawowej, głównie poprzez **tworzenie i wdrażanie nowych rozwiązań.**

Edenred koncentruje się na czterech czynnikach prowadzących do osiągnięcia celu jakim jest **organiczny wzrost wolumenu emisji z 6% do 14% rocznie:**

- Wzrost wskaźników penetracji na dotychczasowych rynkach w celu podwyższenia wolumenu emisji o **2% do 5%**.
- Kreowanie nowych rozwiązań i wdrażanie istniejących prowadząc do stopniowego rocznego wzrostu o **2% do 4%** po 2012 r., po podjęciu działań organizacyjnych i środków niezbędnych dla uruchomienia i wdrożenia innowacyjnych rozwiązań.
- Zwiększenie zasięgu geograficznego o sześć do ośmiu nowych krajów od chwili obecnej do roku 2016, powodując dodatkowy wzrost wolumenu emisji o **1% do 2%** po 2014 r.
- Podniesienie wartości nominalnej w celu zwiększenia wolumenu emisji o **1% do 3%**.

Niezależnie od stymulowania powyższych czterech elementów napędowych, promujących organiczny wzrost, Grupa przeprowadzi także **akwizycje**, które w szybkim tempie doprowadzą do wzrostu zysków a tym samym do konsolidacji jej pozycji lidera na dotychczasowych rynkach.

- **Przyspieszenie przejścia do rozwiązań digitalizacyjnych torując drogę dla** nowych możliwości wzrostu.

Zintensyfikowanie digitalizacji umożliwi Grupie osiągnięcie wzrostu wolumenu emisji elektronicznej o **50% w 2012 r.**, podczas gdy na koniec roku 2010 wynosił on 34%. **Do 2016 r. ponad 70%** wolumenu emisji Grupy będzie w formie elektronicznej.

Dla firmy Edenred, której model biznesowy oparty jest na połączeniu dynamicznego wzrostu z generowaniem znacznych przepływów gotówki, założenia programu „**Conquer 2012**” są zbieżne z długoterminową strategią polegającą na zapewnieniu Grupie długotrwałego i stabilnego wzrostu w latach następnych, po 2016 roku.

Jacques Stern, CEO Edenred, stwierdził:

“Dzisiaj, pięćdziesiąt lat po stworzeniu i wprowadzeniu kuponu Ticket Restaurant®, Edenred oferuje szeroki wachlarz rozwiązań, dzięki którym życie pracowników staje się łatwiejsze, a które jednocześnie poprawiają efektywność organizacji. Jesteśmy światowym liderem w dziedzinie przedpłaconych usług dla klientów korporacyjnych, prowadzimy działalność zarówno na rynkach wschodzących jak i w krajach rozwiniętych.

Mamy ambicję stać się partnerem dla naszych klientów, podmiotów afiliowanych, beneficjentów oraz instytucji publicznych. Ambicje te sprawiają, że koncentrujemy się na opracowywaniu zróżnicowanych rozwiązań oraz dostarczaniu usług wysokiej jakości, wsłuchujemy się w potrzeby naszych partnerów aby coraz lepiej rozumieć ich wymagania.

Dzięki temu Grupa zapewni sobie stały i stabilny wzrost w długim okresie czasu.”

TWORZENIE I WDRAŻANIE ROZWIĄZAŃ NA RYNKU USŁUG PRZEDPŁACONYCH

Obecnie Edenred zajmuje pozycję światowego lidera w usługach przedpłaconych na rynku **B2B**, którego wielkość szacowana jest na 121 miliardów Euro. W 2010 r. firma Edenred wygenerowała 13,9 miliarda Euro, oferując trzy rodzaje rozwiązań:

- **Pozapłacowe Świadczenia Pracownicze** (87% wolumenu emisji)
- **Zarządzanie Wydatkami Firm** (8% wolumenu emisji)
- **Motywacja i Nagrody** (3% wolumenu emisji)

Grupa opracowuje także rozwiązania dla **instytucji publicznych** (1% wolumenu emisji), który to rynek szacowany jest na około 116 miliardów Euro.

Strategia rozwoju oferowanych usług w najbliższych latach, koncentruje się na rozwiązaniach dla korporacji oraz podmiotów publicznych, i skupia się na czterech kluczowych priorytetach:

A. Wzmocnienie pozycji Grupy jako lidera w dziedzinie Świadczeń Pracowniczych

Priorytet ten dotyczy nie tylko rynków wschodzących, gdzie rządy pracują nad polityką społeczną doprowadzając do efektywniejszego podziału korzyści z rozwoju, ale także krajów rozwiniętych, gdzie zarówno firmy jak i państwo podejmują starania mające na celu spełnienie oczekiwań w zakresie opieki nad dziećmi, transportu, działalności kulturalnej i sportowej oraz ochrony środowiska.

W 2010 r. wolumen emisji wzrósł o 11% z naszych 31 rozwiązań dotyczących świadczeń związanych z żywieniem, oraz o 18% (analogicznie) z 38 rozwiązań dotyczących jakości życia.

W celu zwiększenia tempa wzrostu w zakresie Pozapłacowych Świadczeń Pracowniczych, w drugiej połowie 2011 r. i w 2012 r. wdrożone zostanie **11 nowych rozwiązań** bazujących na 69 już istniejących na koniec 2010 roku.

B. Przyspieszenie zdobywania nowych rynków wzrostu w dziedzinie Zarządzanie Wydatkami Firm

Edenred posiada know how i pozycję lidera w tym segmencie w Ameryce Łacińskiej, dzięki *Ticket Car*, który funkcjonuje na tym rynku już od ponad dziesięciu lat.

Wolumen emisji dotyczących Zarządzania Wydatkami Firm wzrósł o 17% w porównaniu do 2010 r.

Grupa zamierza przyspieszyć wdrażanie **zintegrowanych ofert o wysokiej wartości dodanej** w dwóch głównych segmentach rynku: zarządzanie kosztami firm Paliwo/Flota¹ oraz Podróż/Rozrywka². Celem tych rozwiązań jest wyjście naprzeciw potrzebom firm, które dążą do bardziej efektywnej kontroli kosztów swojej działalności oraz ujednoczenia procedur.

W bieżącym roku wdrożono lub opracowano dziewięć rozwiązań, które dołączyły do dotychczasowych 16 usług oferowanych przez Grupę. Jednym z nich jest **Ticket Frete³, wprowadzony w Brazylii w listopadzie 2011 r.**, który to kraj reprezentuje potencjalny rynek o wartości 23 miliardy Euro. Począwszy od 2012 r. rozwiązanie to, skierowane do bardzo szerokiej bazy klientów, będzie istotną siłą napędową naszego wzrostu w Brazylii. W Europie wprowadzenie na rynek konkurencyjnych rozwiązań takich jak **Ticket Clean Way EPI⁴ we Francji** (pierwszy krok na rynku niszowym o potencjalnej wartości 128 milionów Euro) ilustruje możliwości innowacyjne Grupy oraz jej dążenie do dostosowywania programów do indywidualnych potrzeb klientów.

C. Wprowadzanie rozwiązań z zakresu motywacji i nagród

Rozwój usług w dziedzinie motywacji, lojalności i promocji, które mogą być łączone z programami motywacyjnymi lojalnościowymi, poszerza zakres dotychczasowych rozwiązań w krajach będących głównym obszarem działalności Edenred, oraz umożliwia Grupie przedstawienie zintegrowanej, różnorodnej oferty dla wszystkich kontrahentów. Segment ten odnotował wzrost o 7% w porównaniu do analogicznej działalności w roku 2010.

D. Rozwój usług w zakresie Publicznych Programów Społecznych

Priorytet ten dotyczy krajów, w których Edenred już prowadzi swoją działalność i gdzie Grupa może skorzystać z istniejących rozwiązań, platform i sieci. Programy te skierowane są do instytucji publicznych, które dążą do poprawienia kontroli oraz możliwości monitorowania wykorzystanych funduszy.

Szybszy rozwój i zastosowanie nowych rozwiązań w 2011 i 2012 r. ma na celu **przyspieszenie wzrostu wolumenu emisji z 2% do 4% rocznie po 2012 r.** Stworzenie rozwiązań, które będą implementowane w oparciu o istniejące platformy własne, będzie wymagało niewielkich dodatkowych nakładów. Ich stopniowy wzrost będzie obejmował **dodatkowe koszty rozwoju i wdrożenia szacowane na około 3 miliony Euro w 2011 i 4 miliony Euro w 2012 r.**

Możliwości innowacyjne Edenred umożliwią firmie zachowanie stałego, długoterminowego wzrostu, zbieżnego z zakładanym celem jakim jest **organiczny wzrost wolumenu emisji z 6% do 14% rocznie.**

STRATEGIA DIGITALIZACJI

Drugim priorytetem strategii "Conquer 2012" jest przejście do rozwiązań elektronicznych. Jest to bardzo ważny technologiczny punkt zwrotny dla **wszystkich kontrahentów w modelu biznesowym Edenred - klientów, afiliantów, beneficjentów oraz instytucji publicznych** – których celem jest obniżanie kosztów, optymalizacja procedur, uzyskanie prostych i wygodnych rozwiązań, oraz kontrola i możliwość monitorowania przyznaných funduszy.

¹ Koszty paliwa i utrzymania związane ze służbowym wykorzystaniem samochodu lub ciężarówki. W tym przypadku sieć afiliowanych podmiotów obejmuje głównie stacje benzynowe.

² Koszty poniesione podczas podróży służbowych (bilety kolejowe lub lotnicze, rachunki za hotel itp.). W tym przypadku sieć podmiotów akceptujących może składać się z różnego rodzaju firm.

³ System zarządzania wydatkami służbowymi dla indywidualnych kierowców ciężarówek, opracowany w odpowiedzi na nowe przepisy wprowadzone w Brazylii w listopadzie 2011 r., które będą obowiązywać w maju 2012 r.

⁴ Rozwiązanie dotyczące zarządzania kosztami czyszczenia umundurowania służbowego, w tym sprzętu ochronnego objętego szczegółowymi przepisami europejskimi od listopada 2011 r.

W ramach przyspieszenia wzrostu digitalizacja **odgrywa kluczową rolę w zakresie zwiększania wolumenu emisji**, zarówno dzięki ich efektywniejszemu wdrażaniu jak i tworzeniu zupełnie nowych możliwości innowacji.

W perspektywie długofalowej digitalizacja będzie czynnikiem wspierającym **model biznesowy** Edenred, poprzez zwiększenie zdolności firmy do:

1. **Generowania dodatkowych przychodów** od podmiotów afiliowanych, klientów i beneficjentów, które wyrównają powdrożeniowy spadek dochodów z tytułu rozwiązań utraconych lub wycofanych, co zapewni stabilność wskaźnika wykorzystania⁵.
2. **Obniżania struktury kosztów o około 5% do 10%**, głównie poprzez obniżenie kosztów produkcji i logistyki.

Po zakończeniu digitalizacji Edenred zakłada osiągnięcie wskaźnika przepływów operacyjnych⁶ na poziomie powyżej 50%.

Ponadto, wzrost wolumenu emisji będzie równoważył wpływ skróconych okresów zatrzymania zmiennej float⁷ o 10% do 15% (w oparciu o szacowaną 100% zmianę z rozwiązań papierowych na elektroniczne), ostatecznie **zwiększając wartość float.**

W chwili obecnej wdrażanie przebiega **w trybie przyspieszonym**, co generuje **dodatkowe koszty operacyjne na poziomie około 10 milionów do 15 milionów Euro rocznie w 2011 i 2012 r.** Tym niemniej nie zaplanowano **żadnych dodatkowych inwestycji** powyżej ponawianego limitu określonego przez Grupę na poziomie 30 do 40 milionów Euro rocznie.

Edenred **potwierdza, iż celem firmy jest wygenerowanie do końca 2012 r. wolumenu emisji w oparciu o rozwiązania elektroniczne na poziomie 50%, i powyżej 70% do roku 2016.**

Grupa oczekuje, że do końca bieżącego roku wolumen emisji elektronicznych będzie stanowił 41% wolumenu ogółem (w porównaniu z 34% na koniec 2010 r.), głównie dzięki Ameryce Łacińskiej, która jest najbardziej zaawansowanym regionem w tym segmencie, i gdzie spodziewa się iż rozwiązania elektroniczne będą stanowiły **71%** wolumenu na koniec roku.

Digitalizacja postępuje już w **Europie**, gdzie rozwiązania elektroniczne powinny do końca roku stanowić około **10%** wolumenu emisji. W tym zakresie własna platforma autoryzacyjna, obsługiwana przez firmę **PrePay Solutions** będącą partnerem MasterCard w Europie, stanowi istotną przewagę konkurencyjną dla Grupy. Mając możliwość łączenia się z terminalami płatniczymi zainstalowanymi u firm afiliowanych przez lokalnych i międzynarodowych nabywców lub sieci płatności⁸, PrePay Solutions będzie w terminie obsługiwać wszystkie transakcje elektroniczne w Europie, i jednocześnie wniesie swój wkład do działań innowacyjnych naszej firmy. Mając dziesięć lat doświadczenia w tej działalności i pracując z partnerami takimi jak PayPal i Orange, PrePay Solutions zdobyła uznanie jako **firma wiodąca pod względem innowacyjnych technologii w dziedzinie usług przedpłaconych**, zwłaszcza dzięki mobilnym rozwiązaniom bezprzewodowym oraz ofertom e-portfela.

PERSPEKTYWA: "INVENT 2016"

Po uwzględnieniu wszystkich elementów umożliwiających funkcjonowanie jako niezależna firma ("Win 2010") i systematycznym wdrożeniu know how w połączeniu z przyspieszeniem digitalizacji ("Conquer 2012"), firma Edenred przygotowuje się obecnie do penetracji nowych rynków aby zrealizować „Invent 2016.” Digitalizacja

⁵ Wskaźnik przychodów operacyjnych wynikający z porównania wolumenu emisji.

⁶ Wskaźnik analogicznej zmiany operacyjnego EBIT wynikający z porównania zmiany przychodów operacyjnych.

⁷ Wymóg negatywnego kapitału obrotowego.

⁸ Takich jak MasterCard

pomoże Grupie rozwinąć wiedzę o kontrahentach oraz pozwoli na przedstawienie klientom, firmom afiliowanym oraz beneficjentom oferty obejmującej wyspecjalizowane usługi o wysokiej wartości dodanej.

Celem firmy Edenred jest zagwarantowanie sobie silnego i stabilnego wzrostu poprzez osiągnięcie doskonałych wyników operacyjnych oraz oferowanie zróżnicowanych rozwiązań dostosowanych do potrzeb wszystkich swoich kontrahentów.

—

Firma **Edenred**, która jako pierwsza opracowała voucher na posiłki Ticket Restaurant® i jest światowym liderem w dziedzinie przedpłaconych usług korporacyjnych, opracowuje i dostarcza rozwiązania, dzięki którym życie pracowników staje się łatwiejsze a firmy mogą poprawiać efektywność swojej organizacji.

Poprzez zapewnienie wykorzystania przyznanego funduszy zgodnie z przeznaczeniem rozwiązania te umożliwiają firmom bardziej efektywne zarządzanie w zakresie:

- **Świadczeń pracowniczych** (Ticket Restaurant®, Ticket Alimentación, Ticket CESU, Vouchery na Opiekę nad Dziećmi itp.),
- **Procedur zarządzania wydatkami** (Ticket Car, Ticket Cleanway, itp.),
- **Programów motywacyjnych i nagród** (Ticket Compliments, Ticket Kadéos, itp.).

Grupa dostarcza także wsparcia instytucjom publicznym w zakresie zarządzania **programami społecznymi**.

Firma Edenred jest notowana na giełdach NYSE i Euronext Paris i prowadzi działalność w 40 krajach, posiada 6 000 pracowników, prawie 530 000 klientów będących firmami lub podmiotami sektora publicznego, 1,2 miliona firm afiliowanych oraz 34,5 miliona beneficjentów. W 2010 r. łączny wolumen wyemitowanych produktów wynosił 13,9 miliarda Euro, z czego 55% pochodziło z rynków wschodzących.

Ticket Restaurant® oraz inne nazwy handlowe produktów i usług Edenred są zarejestrowanymi znakami towarowymi firmy Edenred SA.

Kontakt :

Eliane Rouyer-Chevalier, Wice Prezes Wykonawczy ds Komunikacji – tel.: +33 (0)1 74 31 86 26- eliane.rouyer@edenred.com

Relacje z mediami

Anne-Sophie Sibout, Dyrektor ds. Stosunków z Mediami - tel.: +33 (0)1 74 31 86 11- anne-sophie.sibout@edenred.com

Anais Lannes, Rzecznik Prasowy – tel.: +33 (0)1 74 31 86 27 – anais.lannes@edenred.com

Relacje z inwestorami

Solène Zammito, Dyrektor ds. Komunikacji Finansowej - tel.: + 33 (0)1 74 31 86 18 - solene.zammito@edenred.com

Virginie Monier, Stosunki Inwestorskie – tel.: + 33 (0)1 74 31 86 16 - virginie.monier@edenred.com