

[Logo Gameloft]

INTRODUCTION AU NOUVEAU MARCHÉ de la Bourse de Paris

Prix 7,8 euros (soit approximativement 51,16 francs)

PROSPECTUS DEFINITIF

Mis à la disposition du public à l'occasion de l'Introduction au Nouveau Marché de la Bourse de Paris

Par application des articles 6 et 7 de l'ordonnance n°67-833 du 28 septembre 1967,
la Commission des Opérations de Bourse a apposé sur le présent prospectus définitif
le visa n°00-1015 en date du 8 juin 2000.

COB

En raison des caractéristiques spécifiques des entreprises destinées à être cotées sur le Nouveau Marché et des risques qui peuvent en résulter pour l'investisseur, ce dernier est invité à lire avec attention les documents soumis à la Commission des Opérations de Bourse.

Un prospectus préliminaire visé par la Commission des Opérations de Bourse sous le n°00-920 en date du 30 mai 2000

Avertissement

La Commission des Opérations de Bourse attire l'attention du public sur les points suivants :

- Risques liés à la création récente : l'estimation au 15 mai 2000 des produits d'exploitation (3,77 MF) et des pertes nettes (4,87 MF) ne permet pas d'estimer les perspectives de la société ni de procéder à son évaluation, en raison de sa constitution progressive depuis 5 mois. Le projet à financer doit être examiné au regard des possibilités mais aussi des risques qu'encourent les sociétés qui sont dans leur première phase de développement dans un secteur en évolution rapide ;
- Dépendance vis-à-vis du développement de la publicité et du commerce en ligne : le développement des revenus de la société dépend en grande partie du développement parallèle de la publicité et du commerce en ligne. Une des sources principales de revenus de la société provient de la vente d'espaces publicitaires sur son site et la société entend développer cette source de revenus dans le futur ;
- Des bons de souscription ayant été émis dans le cadre de l'accord intervenu avec les actionnaires de la Société GAMEZ, les actions qui seraient souscrites suite à l'exercice de ces bons bénéficient d'une garantie délivrée par Ubi Participations, cette société garantissant le doublement de leur valeur dans les trois ans à compter de la date d'introduction de GAMELOFT.COM.

ING BARINGS

Chef de File

Introduceur – Teneur de Marché et Teneur de Livre

CCF CHARTERHOUSE

Chef de File Associé

Introduceur

CCF SECURITIES

Teneur de Marché

Des exemplaires du présent Prospectus Définitif, ainsi que des exemplaires du Prospectus Préliminaire sont disponibles à l'adresse commerciale de GameLoft - 35 rue Greneta – 75002 PARIS, au siège social de la Société ainsi qu'auprès des Etablissements Introduceurs.

Société anonyme au capital de 106 748 100 francs
divisé en 21 349 620 actions de 5 francs de nominal
Siège social : 107, Avenue Henri Fréville - 35000 Rennes (France).

Tél. : (33)1 40 28 19 20
numéro RCS RENNES 429 338 130 - Code NAF 642 B
Adresses Internet : <http://www.gameloft.com>

La notice légale sera publiée au Bulletin des Annonces Légales Obligatoires du lundi 12 juin 2000.

1	RESPONSABLES DU PROSPECTUS DEFINITIF ET ATTESTATIONS.....	7
1.1	Responsables du prospectus définitif.....	7
1.2	Attestation des responsables du prospectus définitif.....	7
1.3	Responsables du contrôle des comptes	7
1.3.1	Commissaires aux Comptes titulaires	7
1.3.2	Commissaires aux Comptes suppléants	8
1.4	Attestation des Commissaires aux Comptes	9
1.5	Attestation des Introduteurs Teneurs de Marché.....	10
1.6	Engagements des Introduteurs – Teneurs de Marché.....	10
1.7	Responsables de la Communication Financière	11
2	RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L’OPÉRATION	12
2.1	Renseignements relatifs à l’admission des actions à la cote du Nouveau Marché.....	12
2.1.1	Nature des titres dont l’admission est demandée	12
2.1.2	Nombre de titres dont l’admission est demandée	12
2.1.3	Valeur nominale des titres	12
2.1.4	Forme.....	12
2.1.5	Date de jouissance	12
2.1.6	Date prévue d’introduction et de première cotation des actions.....	12
2.1.7	Pourcentage en capital et en droits de vote	12
2.1.8	Libellé à la cote du Nouveau Marché.....	12
2.1.9	Actions mises à la disposition du marché.....	12
2.1.10	Organisme financier assurant le service des titres et la centralisation du service financier.....	13
2.1.11	Etablissements financiers Introduteurs - Teneurs de Marché	13
2.2	Renseignements relatifs à l’opération	13
2.2.1	Cadre de l’opération et procédure d’introduction.....	13
2.2.2	Procédure de diffusion	13
2.2.3	Produits et charges relatifs à l’opération	14
2.2.4	But de l’émission.....	14
2.2.5	Renseignements relatifs à l’émission des Actions Nouvelles.....	14
2.2.6	Caractéristiques communes à l’Offre à Prix Ouvert et au Placement Garanti.....	14
2.2.7	Caractéristiques principales de l’Offre à Prix Ouvert	17
2.2.8	Caractéristiques principales du Placement Garanti	18
2.2.9	Contrat de tenue de marché.....	18
2.3	Renseignements généraux sur les actions admises	18
2.3.1	Droits attachés aux actions (articles 7 et 8 des Statuts).....	18
2.3.2	Régime de négociabilité des actions	19
2.3.3	Mode d’inscription en compte des actions (article 5 des Statuts).....	19
2.4	Régime fiscal.....	19
2.4.1	Résidents français	19
2.4.2	Non-résidents français (personnes physiques et morales)	22
2.4.3	Règles spécifiques au Nouveau Marché et Impôt de Bourse (article 14 A).....	22

2.5	Place de cotation	23
2.6	Tribunaux compétents en cas de litige	23
3	RENSEIGNEMENTS DE CARACTÈRE GÉNÉRAL CONCERNANT LA SOCIÉTÉ ET SON CAPITAL.....	24
3.1	Renseignements de caractère général concernant l'émetteur.....	24
3.1.1	Dénomination sociale (article 1 des Statuts).....	24
3.1.2	Siège social (article 2 des Statuts)	24
3.1.3	Forme juridique (article 1 des Statuts).....	24
3.1.4	Nationalité	24
3.1.5	Date de constitution et durée de vie	24
3.1.6	Objet social (article 3 des Statuts).....	24
3.1.7	Registre du commerce et des sociétés	24
3.1.8	Consultation des documents et renseignements relatifs à la société.....	24
3.1.9	Exercice social (article 16 des Statuts).....	24
3.1.10	Assemblées Générales (article 14 des Statuts).....	25
3.1.11	Droits et obligations attachés aux actions (articles 7 et 8 des Statuts).....	25
3.1.12	Rachat par la société de ses propres actions	26
3.1.13	Franchissement de seuils statutaires (article 6 des Statuts).....	27
3.1.14	Comptes annuels - Affectation et répartition des bénéfices - Paiement des dividendes (article 16 des Statuts)	28
3.2	Renseignements de caractère général concernant le capital social.....	28
3.2.1	Capital social.....	28
3.2.2	Capital autorisé non émis	28
3.2.3	Autres titres donnant accès au capital	29
3.2.4	Evolution du capital social depuis la création de la Société.....	31
3.2.5	Structure de la Société à la date du 29 mai 2000.....	34
3.2.6	Répartition du capital et des droits de vote au 9 juin 2000	34
3.2.7	Engagement de conservation des titres.....	34
3.2.8	Pacte d'actionnaires	35
3.2.9	Titres et actifs nantis	35
3.3	Dividendes.....	35
4	RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITÉ, L'EVOLUTION RECENTE ET LES PERSPECTIVES D'AVENIR DE GAMELOFT.....	36
4.1	Présentation de la Société.....	36
4.1.1	Fiche d'identité.....	36
4.1.2	Origine et historique	36
4.1.3	L'équipe dirigeante de GameLoft	36
4.2	Le marché d'Internet lié à la pratique des jeux vidéo.....	38
4.2.1	Internet et les joueurs	38
4.2.2	Les activités liées à l'univers des jeux online	40
4.2.3	L'environnement concurrentiel actuel.....	41
4.3	L'offre de service GameLoft	43
4.3.1	Les sites GameLoft	43
4.3.2	Les sites de communautés	44
4.3.3	Les services et les applications : la charpente du site.....	45
4.4	Le modèle économique.....	47

4.4.1	Le site de communautés : contenus et recrutements peu coûteux.....	47
4.4.2	L'approche "Business to Business".....	47
4.4.3	Les sources de revenus.....	49
4.5	La stratégie de développement.....	50
4.5.1	Objectifs et moyens de départ.....	50
4.5.2	Première étape de développement.....	51
4.5.3	Seconde étape de développement.....	54
4.6	Rôle de la Société.....	56
4.7	Analyse des risques.....	57
4.7.1	Risque lié à la concurrence.....	57
4.7.2	Risques liés au réseau Internet.....	57
4.7.3	Risques liés à la maîtrise de la croissance.....	57
4.7.4	Risques liés à la non réalisation du business plan et au risque consécutif de chute de la valorisation.....	58
4.7.5	Risques liés à la dépendance vis-à-vis des collaborateurs clés.....	58
4.7.6	Risques liés à la création récente.....	58
4.7.7	Risques concernant la signature des contrats.....	58
4.7.8	Dépendance vis-à-vis du développement de la publicité et du commerce en ligne.....	58
4.7.9	Risques liés aux problèmes de liquidité et de volatilité des cours.....	59
4.7.10	Risques liés à la nécessité d'obtenir des capitaux supplémentaires.....	59
4.7.11	Risques liés aux acquisitions futures et à l'intégration des acquisitions.....	59
4.7.12	Risques liés à la nature des affirmations positives sur l'avenir.....	60
4.7.13	Risques liés à la non antériorité d'actions mises sur le marché.....	60
4.7.14	Risques de dépendance à l'égard de certains contrats.....	60
4.7.15	Risques de dépendance à l'égard de certains actionnaires.....	60
4.8	Litiges.....	60
5	DONNEES CHIFFRÉES.....	61
5.1	Comptes sociaux GameLoft.com S.A.....	61
5.1.1	Compte de résultat au 29/02/2000.....	61
5.1.2	Bilan au 29/02/2000.....	61
5.2	Comptes consolidés pro forma au 15 mai 2000.....	63
5.2.1	Compte de résultat consolidé au 15 mai 2000.....	63
5.2.2	Bilan consolidé au 15 mai 2000.....	64
5.2.3	Annexe aux comptes consolidés.....	64
5.3	Prévisions chiffrées sur 3 ans.....	69
5.3.1	Compte de résultat prévisionnel.....	69
5.3.2	Bilan prévisionnel.....	70
5.3.3	Plan de financement.....	71
5.3.4	Hypothèses retenues.....	72
5.3.5	Rapport des Commissaires aux Comptes sur les comptes prévisionnels de la période allant du 1 ^{er} décembre 1999 au 31 août 2002.....	79
6	RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ADMINISTRATION ET LA DIRECTION DE GAMELOFT.....	80
6.1	Conseil d'Administration et direction du Groupe.....	80
6.2	Mandats exercés par les Administrateurs.....	80

6.3	Intérêt des Dirigeants	83
6.3.1	Rémunération des dirigeants	83
6.3.2	Plan d'options d'achat et de souscription d'actions.....	83
6.3.3	Informations sur les opérations conclues avec les membres des organes d'administration et de direction....	83
6.3.4	Prêts et garanties accordés ou constitués en faveur des organes d'administration et de direction.....	83
6.4	Intéressement du personnel	83
6.4.1	Contrat d'intéressement et de participation.....	83
6.4.2	Options conférées au personnel sur des actions de la Société.....	83
6.4.3	Bons de souscription de parts de créateurs d'entreprises	83
7	ANNEXES : ACCORDS A CE JOUR	84
7.1	ANNEXE 1: Accords avec les partenaires de contenus	84
7.1.1	ANNEXE 1.1 : GameSpy	84
7.1.2	ANNEXE 1.2. Kasparov Chess	85
7.2	ANNEXE 2 : Prise de participation dans des portails de jeux	86
7.2.1	ANNEXE 2.1. : Jeuxvideo.com.....	86
7.2.2	ANNEXE 2.2 : Gamez.....	87
7.3	ANNEXE 3 : Accords commerciaux avec des ISP ou des portails généralistes	88
7.3.1	ANNEXE 3.1 : Sympatico-Lycos et Bell Actimedia (Canada).....	88
7.3.2	ANNEXE 3.2 : Scandinavia Online	90
7.3.3	ANNEXE 3.3 : Italia Online	91

1 RESPONSABLES DU PROSPECTUS DEFINITIF ET ATTESTATIONS

1.1 Responsables du prospectus définitif

Monsieur Gérard GUILLEMOT
Président Directeur Général de la société GameLoft.com S.A. (ci-après la "Société" ou "GameLoft")

Monsieur Christian GUILLEMOT
Directeur Général Administration de la Société

1.2 Attestation des responsables du prospectus définitif

“ A notre connaissance, les données du présent prospectus définitif sont conformes à la réalité ; elles comprennent toutes les informations nécessaires aux investisseurs pour fonder leur jugement sur le patrimoine, l’activité, la situation financière, les résultats et les perspectives de la Société ainsi que sur les droits attachés aux titres offerts. Elles ne comportent pas d’omission de nature à en altérer la portée. Le projet de développement a été arrêté et approuvé par le Conseil d’Administration en date du 15 avril 2000”

Fait à Paris, le jeudi 8 juin 2000

Monsieur Gérard GUILLEMOT, Président Directeur Général de la Société
Monsieur Christian GUILLEMOT, Directeur Général Administration de la Société

1.3 Responsables du contrôle des comptes

1.3.1 Commissaires aux Comptes titulaires

	Date du 1^{er} mandat	Durée et date d’expiration
Monsieur André METAYER Cabinet André METAYER 5, rue Marie Alizon 35000 RENNES	1 ^{er} décembre 1999	Mandat de six exercices expirant à l’issue de l’Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l’exercice clos le 31 août 2005
Monsieur Roland TRAVERS 38, rue Legen de Kérangal 35000 RENNES	1 ^{er} décembre 1999	Mandat de six exercices expirant à l’issue de l’Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l’exercice clos le 31 août 2005

1.3.2 Commissaires aux Comptes suppléants

	Date du 1^{er} mandat	Durée et date d'expiration
Monsieur Pierre BORIE 15, rue Charles Le Goffic 35700 RENNES	1 ^{er} décembre 1999	Mandat de six exercices expirant à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 août 2005
Compagnie Consulaire d'Expertise Comptable Jean Delquié 84, boulevard de Reuilly 75012 PARIS	1 ^{er} décembre 1999	Mandat de six exercices expirant à l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 août 2005

1.4 Attestation des Commissaires aux Comptes

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de la société GameLoft.com S.A., nous avons procédé à la vérification des informations financières et comptables données dans le présent prospectus définitif en effectuant les diligences que nous avons estimées nécessaires selon les normes de la profession.

Informations financières et comptables historiques :

Les comptes de la société GameLoft.com S.A. couvrant la période du 1^{er} décembre 1999, date de sa création, au 29 février 2000, ont fait l'objet d'un audit. Nous certifions que les comptes arrêtés à la date du 29 février 2000 sont réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat, ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à cette date.

Informations financières et comptables prévisionnelles :

Les comptes prévisionnels, couvrant la période du 1^{er} décembre 1999 au 31 août 2002, établis sous la responsabilité du Conseil d'Administration, ont fait l'objet, de notre part, d'un examen, conformément aux normes de la profession.

Nos diligences sur les informations comptables et financières ont consisté à vérifier que les divers calculs ont été effectués conformément aux hypothèses telles qu'elles sont décrites au paragraphe 5.3.4 du prospectus, sans avoir à apprécier les objectifs économiques ou la pertinence de ces hypothèses.

Sur la base de ces vérifications, nous n'avons pas d'observation à formuler sur ces informations financières et comptables prévisionnelles.

Informations financières et comptables consolidées pro-forma au 15 mai 2000 :

Les comptes consolidés pro-forma, couvrant la période du 1^{er} décembre 1999 au 15 mai 2000, ont fait l'objet d'un audit limité de notre part.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité de ces comptes consolidés pro-forma.

Autres informations de nature financière et comptable :

Nos diligences sur les autres informations de nature financière et comptable présentées dans le prospectus ont consisté à vérifier leur sincérité.

Sur la base de ces informations, nous n'avons pas d'observation à formuler sur ces autres informations de nature financière et comptable.

Fait à Rennes, le 8 juin 2000

Les Commissaires aux Comptes

André METAYER

Roland TRAVERS

1.5 Attestation des Introduteurs Teneurs de Marché

Agissant en qualité d'Introduteur - Teneur de Marché ("I.T.M."), Chef de File et seul Teneur de Livre en ce qui concerne ING BARINGS, d'Introduteur – Chef de File Associé en ce qui concerne CCF CHARTERHOUSE et de Teneur de Marché en ce qui concerne CCF SECURITIES, de la Société dans le cadre de l'admission des actions de la Société à la cote du Nouveau Marché de la Bourse de Paris et considérant que les documents qui nous ont été présentés étaient exacts et complets, et d'autre part, que les déclarations qui nous ont été faites étaient sincères, nous avons effectué les travaux suivants :

- ♦ examen des documents suivants :
 - statuts de la Société et procès-verbaux des Assemblées Générales et des réunions du Conseil d'Administration de la Société ;
 - principaux contrats et engagements dont la Société a estimé qu'ils pouvaient avoir une incidence significative sur son avenir ;
- ♦ participation à des réunions avec les dirigeants de la Société.

Les chiffres prévisionnels couvrant la période du 1^{er} décembre 1999 au 31 août 2002 ont fait l'objet de vérifications par les Commissaires aux Comptes dans les conditions décrites au paragraphe 1.4.

S'agissant de ces informations comptables prévisionnelles, nous avons examiné :

- les hypothèses à partir desquelles a été établi le plan de développement,
- le détail des produits et charges,
- l'évolution des marges.

Dans ce cadre, nous avons organisé plusieurs réunions avec la Société afin d'étudier et d'analyser le plan de développement présenté dans le prospectus définitif.

Sur ce fondement, le présent prospectus définitif ne comporte pas, à notre connaissance, de contradiction ni d'information, sur des points significatifs, que nous estimerions trompeuses par rapport aux éléments dont nous avons eu connaissance ou que nous avons demandés et obtenus.

Paris, le 8 juin 2000

ING BARINGS

Chef de File

Introduteur - Teneur de Marché et Teneur de livre

CCF CHARTERHOUSE

Chef de File Associé

Introduteur

CCF SECURITIES

Teneur de Marché

1.6 Engagements des Introduteurs – Teneurs de Marché

En qualité d'Introduteurs – Teneurs de Marché de la Société, ING BARINGS, CCF CHARTERHOUSE et CCF SECURITIES ont réalisé et diffusé une analyse financière sur GameLoft à l'occasion de son introduction sur le Nouveau Marché. Ils s'engagent à faire de même chaque année à l'issue des exercices clos les 31 août 2000, 2001 et 2002.

Enfin, ING BARINGS et CCF SECURITIES, agissant en qualité de Teneurs de Marché, assureront pendant les trois années suivant l'introduction, la tenue de marché des actions GameLoft dans le cadre de conventions de tenue de marché signées entre la Société, certains de ses actionnaires et les Introduteurs – Teneurs de Marché.

1.7 Responsables de la Communication Financière

Monsieur Gérard GUILLEMOT
Président Directeur Général
35, rue Greneta
75002 PARIS
Téléphone : (33) 1 40 28 19 21
Télécopie : (33) 1 40 28 14 15

Monsieur Christian GUILLEMOT
Directeur Général Administration
107, Avenue Henri Fréville
35000 RENNES
Téléphone : (33) 1 40 28 19 21
Télécopie : (33) 1 40 28 14 15

2 RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'OPERATION

2.1 Renseignements relatifs à l'admission des actions à la cote du Nouveau Marché

2.1.1 Nature des titres dont l'admission est demandée

Actions ordinaires toutes de même catégorie.

2.1.2 Nombre de titres dont l'admission est demandée

L'opération concerne 21 349 620 actions existantes de 5 francs de nominal, entièrement libérées, représentant un montant nominal de 106 748 100 francs, soit 16 273 642,94 euros, auxquelles s'ajouteront 2 645 305 actions nouvelles (ci-après les "**Actions Nouvelles**"), représentant un montant nominal de 13 226 525 francs, soit 2 016 370,74 euros à émettre par la Société dans le cadre de l'augmentation de capital à l'occasion de l'introduction en bourse visée au paragraphe 2.2.1 ci-après.

2.1.3 Valeur nominale des titres

5,00 (cinq) francs par action.

2.1.4 Forme

A compter de l'admission, les actions seront, au gré des actionnaires, inscrites en compte nominatif pur ou en compte nominatif administré ou au porteur chez un intermédiaire financier, et seront admises aux opérations de la Sicovam.

2.1.5 Date de jouissance

Les Actions Nouvelles jouiront des mêmes droits que les actions anciennes et porteront jouissance au 1er décembre 1999.

2.1.6 Date prévue d'introduction et de première cotation des actions

Le 8 juin 2000.

Si cette date était avancée ou reportée, la date retenue pour l'introduction en bourse serait annoncée par un avis de ParisBourse^{SBF} SA.

2.1.7 Pourcentage en capital et en droits de vote

Les actions admises représentent 100% du capital et des droits de vote de GameLoft après réalisation de l'augmentation de capital décrite au paragraphe 2.2.1 ci-après.

2.1.8 Libellé à la cote du Nouveau Marché

GameLoft.com Code APE : 642B Secteur d'activité : création de services et de contenus on line Code SICOVAM : 7960
--

2.1.9 Actions mises à la disposition du marché

Il est mis à la disposition du marché, en France et à l'étranger hors Etats-Unis d'Amérique, Canada et Japon, un nombre de 2 645 305 Actions Nouvelles d'une valeur nominale de 5 francs provenant de l'augmentation de capital décrite au paragraphe 2.2.1 ci-après, représentant 12,30 % du capital et 12,30 % des droits de vote avant

introduction, et 11,02 % du capital et 11,02 % des droits de vote après introduction.

2.1.10 Organisme financier assurant le service des titres et la centralisation du service financier

Crédit Commercial de France
Direction Titres
Avenue Robert Schumann, BP 2704
51051 Reims Cédex.
Téléphone : 03 26 48 34 34
Télécopie : 03 26 48 36 84

2.1.11 Etablissements financiers Introduteurs - Teneurs de Marché

Introduteur Chef de File - Teneur de Marché – Teneur de Livre
ING BARINGS
51, rue Vivienne
75084 Paris cedex 02
Téléphone : 01 40 41 42 32
Télécopie : 01 40 41 50 81

Chef de File Associé - Introduteur
CCF CHARTERHOUSE
103, avenue des Champs Elysées 75419 Paris cédex 8
Téléphone : 01 40 70 70 03
Télécopie : 01 40 70 72 97

Teneur de Marché
CCF SECURITIES
103, avenue des Champs Elysées 75008 Paris
Téléphone : 01 40 70 33 49
Télécopie : 01 40 70 35 54

Ci-après dénommés collectivement les "Etablissements Introduteurs".

2.2 Renseignements relatifs à l'opération

2.2.1 Cadre de l'opération et procédure d'introduction

Le Conseil d'Administration de la Société a décidé d'augmenter son capital, par l'émission d'un nombre de 2 645 305 Actions Nouvelles d'une valeur nominale de 5 francs, avec suppression du droit préférentiel de souscription et par appel public à l'épargne, en vertu de l'autorisation de l'Assemblée Générale Mixte du 25 avril 2000.

2.2.2 Procédure de diffusion

La diffusion des titres dans le cadre de l'introduction en Bourse s'est effectuée selon la procédure d'une offre à prix ouvert (ci-après l'"Offre à Prix Ouvert") associée à un placement garanti (ci-après le "Placement Garanti") préalable à l'introduction.

Pour la réalisation de cette opération, il a été procédé simultanément, selon la procédure prévue au chapitre 2 du Titre 3 des Règles de Fonctionnement du Nouveau Marché, à :

- un Placement Garanti, portant sur 2 116 244 Actions Nouvelles représentant un montant de 16 506 703,20 euros, soit 80 % du nombre total des Actions Nouvelles.
- une Offre à Prix Ouvert, portant sur 529 061 Actions Nouvelles représentant un montant de 4 126 675,80 euros, soit 20 % du nombre total des Actions Nouvelles.

2.2.3 Produits et charges relatifs à l'opération

Les charges liées à l'introduction sont égales à 7 334 260 de francs environ, compte tenu d'une augmentation de capital de 135 346 093,89 francs, prime d'émission de 122 119 568,89 francs comprise.

Lesdites charges liées à l'introduction seront immobilisées et amorties sur trois exercices.

2.2.4 But de l'émission

L'introduction de la Société au Nouveau Marché doit lui permettre de se doter des moyens financiers nécessaires :

- au financement du déploiement international de GameLoft ;
- à la mise en place d'infrastructures et acquisitions de jeux " Massivement Multijoueurs " ;
- à des achats de contenus et sociétés de contenus de jeux ;
- à des prises de participations dans des sociétés partenaires en vue d'accroître le catalogue.

2.2.5 Renseignements relatifs à l'émission des Actions Nouvelles

L'Assemblée Générale Mixte de la Société en date du 25 avril 2000 a autorisé dans sa troisième résolution le Conseil d'Administration, conformément aux dispositions de l'alinéa 3 de l'article 180-III de la loi n° 66-537 du 24 juillet 1966, à augmenter le capital social de la Société dans un délai de 26 mois à compter de la date de ladite Assemblée d'un montant nominal maximum de 10 millions d'euros, par l'émission d'actions par appel public à l'épargne avec maintien ou suppression du droit préférentiel de souscription, étant précisé que les actions seront émises en euros, prime d'émission comprise. Le Conseil d'Administration de la Société qui s'est tenu le 8 juin 2000 a décidé sur la base de cette autorisation de procéder à l'émission de 2 645 305 Actions Nouvelles au prix de 7,8 euros par action (soit environ 51,16 francs) d'une valeur nominale de 5 FRF, avec une prime globale d'émission de 122 119 568,89 francs.

2.2.6 Caractéristiques communes à l'Offre à Prix Ouvert et au Placement Garanti

2.2.6.1 Contrat de Garantie

Les Etablissements Introduceurs se sont engagés, sans solidarité entre eux, à faire souscrire ou, à défaut, à souscrire eux-mêmes un nombre maximum de 2 645 305 actions de la Société suite à l'augmentation de capital décrite au paragraphe 2.2.1, dans le cadre d'un contrat de garantie et de placement au sens de l'article 191-1 de la loi n° 66-537 du 24 juillet 1966 sur les sociétés commerciales.

2.2.6.2 Modalités de fixation du Prix d'Introduction

Le prix des actions dans le cadre de l'Offre à Prix Ouvert et dans celui du Placement Garanti est identique et fixé en euros (ci-après le " Prix d'Introduction "). Il fera l'objet d'un avis de ParisBourse^{SBF} SA.

Le Prix d'Introduction, qui est le prix d'émission des Actions Nouvelles, résulte de la confrontation des offres de titres et des demandes d'achat émises, d'une part, par les investisseurs dans le cadre du Placement Garanti selon la technique dite de " construction du livre d'ordres ", telle que développée par les usages professionnels et, d'autre part, par les investisseurs dont les ordres ont été centralisés par ParisBourse^{SBF} SA dans le cadre de l'Offre à Prix Ouvert.

2.2.6.3 Eléments d'appréciation du Prix de l'Offre à Prix Ouvert et du Placement Garanti

L'actif net par action, qui était de 6,79 francs, soit 1,03 euros avant introduction, est de environ 11,38 francs, soit 1,73 euros, après émission de 2 645 305 actions nouvelles dans le cadre de l'introduction.

Pour apprécier la valorisation de GameLoft, la méthode des comparables boursiers sur deux critères a été utilisée : Capitalisation boursière/Chiffre d'affaires et Capitalisation Boursière/Nombre de visiteurs uniques.

Multiple de chiffre d'affaires :

L'échantillon de comparables retenu intègre des sites de communauté et des portails Internet verticaux, dont le positionnement est similaire à celui adopté par GameLoft. Les quelques sites de jeux "on line" cotés se rapprochent plus aujourd'hui de "cyber marchand" (vente d'un catalogue de jeux sur Internet), tel que Gameplay, ou proposent uniquement des jeux d'argent, à l'image de Uproar coté au Nasdaq. Ils ont donc été exclus de notre échantillon, leur stratégie de développement étant trop différente pour être comparée.

D'autre part, un décalage de 8 mois été appliqué aux multiples des sociétés comparables afin de tenir compte du décalage d'activité sur le premier exercice de GameLoft (l'activité ayant commencé en milieu d'exercice).

Sociétés	Capitalisation boursière (M\$)	Chiffre d'Affaires 2001 (M\$)	Multiple <u>Capitalisation Boursière</u> / Chiffre d'affaires 2001
Zdnet	927.0	188,4	4.9
C net	3 341.0	313,0	10.7
About.com	743.2	168,0	4.4
Crafclick	28.8	2.8	10.3
Adam.com	25	10,0	2,5
Moyenne			6.6
GameLoft (M€) (1)	187.2		5,3

Source : IBES / ING BARINGS

(1) Calculs sur la base du Prix d'Introduction, soit 7,8 euros, et en appliquant un décalage de 8 mois au multiple de chiffre d'affaires, l'activité ayant débuté en milieu de premier exercice

Société	Multiple <u>Capitalisation Boursière</u> / Chiffre d'affaires 2000	Multiple <u>Capitalisation Boursière</u> / Chiffre d'affaires 2001	Multiple <u>Capitalisation Boursière</u> / Chiffre d'affaires 2002
GameLoft (2)	292.4	16.3	5.3

Source : IBES / ING BARINGS

Société	PER 2000	PER 2001	PER 2002
GameLoft (2)	NS	NS	42.1

Société	Multiple actif net 2000	Multiple actif net 2001	Multiple actif net 2002
GameLoft (2)	3.2	3.4	3.1

(2) Calculs sur la base du prix d'introduction, soit 7,8 euros, sans application d'un décalage de 8 mois du chiffre d'affaires.

Multiple de visiteurs uniques par mois :

La capitalisation boursière des sociétés comparables a été rapportée au nombre de visiteurs uniques par mois. Cet élément permet de valoriser ainsi le visiteur de la plate-forme GameLoft sachant que la publicité représente la majeure partie des revenus de GameLoft.

La comparaison par multiple de visiteurs uniques par mois ne prend en compte que l'audience du site comme critère de valorisation et représente une photographie à un instant t de la valeur d'un visiteur unique. Elle ne tient donc pas compte de la capacité de la société à transformer à moyen terme son audience en chiffre d'affaires. L'échantillon a été élargi et ce en étant moins regardant sur certains critères tels que la stratégie de développement de la Société et sa capacité à devenir rapidement bénéficiaire. Toutefois, les sites communautaires et les portails thématiques ont continué à être privilégiés et l'échantillon, les sites de commerce électronique et les portails généralistes ont été exclus.

Cette méthode constitue une bonne approche pour valoriser le potentiel d'attraction du site GameLoft sur les internautes.

A ce titre, il a été tenu compte d'un nombre de visiteurs uniques de 3 millions par mois, en appliquant toujours le même décalage induit par le démarrage de l'activité en milieu d'exercice. Cette hypothèse repose sur une moyenne de 1 million d'abonnés en fin d'exercice 2000 et de 5 millions d'abonnés en fin d'exercice 2001.

Sociétés	Visiteurs uniques par mois en millions	Capitalisation boursière (M\$)	Capitalisation boursière / Visiteurs uniques par mois
Uproar	5,076	249.6	49.2
Sportsline	5,454	411.7	75.5
Zdnet	10,226	927.0	90.7
C net	10,023	3341.0	333.3
About.com	12,329	743.2	60.3
Women.com	5,756	238.5	41.4
Ivillage	5,768	246.3	42.7
The globe	5,355	74.3	13.9
Onhealth.com	5,475	74.6	13.6
<i>Moyenne</i>			80.1
GameLoft	3	187.2	62.4

Source : MMXI / ING BARINGS

* Calculs sur la base du Prix d'Introduction, soit 7,8 euros, et en appliquant un décalage de 8 mois au multiple de chiffre d'affaires, l'activité ayant débuté en milieu de premier exercice

2.2.6.4 Calendrier indicatif de l'offre

Jeudi 18 mai 2000 :	Comité des Admissions du Nouveau Marché.
Mardi 30 mai 2000 :	Obtention du visa de la Commission des Opérations de Bourse sur le prospectus préliminaire.
Mercredi 31 mai 2000 :	Publication par ParisBourse ^{SBF} S.A. de l'avis d'admission des actions sur le Nouveau Marché, indiquant notamment les modalités de l'Offre à Prix Ouvert.
Mercredi 31 mai 2000 :	Ouverture du Placement Garanti et de l'Offre à Prix Ouvert.
Mercredi 7 juin 2000 :	Clôture du Placement Garanti et de l'Offre à Prix Ouvert.
Jeudi 8 juin 2000 :	Fixation du Prix d'Introduction pour le Placement Garanti et l'Offre à Prix Ouvert.
Jeudi 8 juin 2000 :	Obtention du visa de la Commission des Opérations de Bourse sur le prospectus définitif.
Vendredi 9 juin 2000 :	Publication par ParisBourse ^{SBF} S.A. de l'avis de résultat de l'Offre à Prix Ouvert.
Vendredi 9 juin 2000 :	Première cotation effective.

Mercredi 15 juin 2000 :

Règlement / livraison.

2.2.7 Caractéristiques principales de l'Offre à Prix Ouvert

2.2.7.1 Nombre de titres offerts à l'Offre à Prix Ouvert

20 % des actions mises à la disposition du marché ont été mis à la disposition du public dans le cadre de l'Offre à Prix Ouvert, soit un nombre de 529 061 Actions Nouvelles.

2.2.7.2 Réception, transmission et réduction éventuelle des ordres d'achat

Les personnes souhaitant participer à l'Offre à Prix Ouvert ont dû déposer leurs ordres d'achat auprès d'un intermédiaire financier habilité en France.

En application de l'article N 3.2.8 des Règles de Fonctionnement de ParisBourse^{SBF} SA, les ordres d'achat ont été décomposés en fonction du nombre de titres demandés :

- entre 1 et 100 titres inclus, ordres A,
- portant sur toute quantité de titres supérieure à 100, ordres B.

L'avis de résultat de l'Offre à Prix Ouvert qui sera publié par ParisBourse^{SBF} SA indiquera les réductions éventuelles appliquées aux ordres d'achat, étant précisé que les ordres A bénéficieront d'un taux de service privilégié dans le cas où tous les ordres d'achat ne pourraient pas être entièrement satisfaits.

Il est en outre précisé qu'au cas où l'application des taux de réduction de chacune des catégories n'a pas abouti à un nombre entier d'actions, ce nombre a été arrondi au nombre entier inférieur.

Il est précisé :

- qu'un même donneur d'ordres n'a pu émettre qu'un seul ordre d'achat. Cet ordre n'a pas été dissocié entre plusieurs intermédiaires financiers et a dû être confié à un seul intermédiaire ;
- que le montant des ordres d'achat n'a pu porter sur un nombre de titres supérieur à 20% du nombre de titres offerts dans le cadre de l'Offre à Prix Ouvert.

Les ordres d'achat passés dans le cadre de l'Offre à Prix Ouvert ont été, même en cas de réduction, irrévocables.

Les intermédiaires financiers habilités en France ont transmis à ParisBourse^{SBF} S.A. les ordres d'achat, selon le calendrier et les modalités précisés dans l'avis d'ouverture de l'Offre à Prix Ouvert qui a été publié par ParisBourse^{SBF} S.A. le 31 mai 2000.

2.2.7.3 Durée de l'Offre à Prix Ouvert

L'Offre à Prix Ouvert a été réalisée du 31 mai 2000 au 7 juin 2000 inclus et a débuté le même jour que le Placement Garanti. Les conditions définitives de l'Offre à Prix Ouvert et notamment sa date d'ouverture, ses date et heure de clôture ont été précisées dans l'avis d'ouverture de l'Offre à Prix Ouvert qui a été publié par ParisBourse^{SBF} SA.

2.2.7.4 Résultat de l'Offre à Prix Ouvert

Le résultat de l'Offre à Prix Ouvert fera l'objet d'un avis publié par ParisBourse^{SBF} SA. Cet avis précisera le taux de réduction éventuellement appliqué aux ordres d'achat en fonction des catégories d'ordres.

2.2.7.5 Règlement / Livraison des actions

Le règlement et la livraison des actions mises à disposition du marché dans le cadre de l'Offre à Prix Ouvert s'effectueront au plus tard le troisième jour de bourse qui suivra la publication par ParisBourse^{SBF} SA de l'avis

de résultat de l'Offre à Prix Ouvert.

2.2.8 Caractéristiques principales du Placement Garanti

2.2.8.1 Nombre de titres faisant l'objet du Placement Garanti

Parallèlement à l'Offre à Prix Ouvert et durant la même période que celle-ci, 80 % des Actions Nouvelles, soit 2 116 244 Actions Nouvelles, ont fait l'objet d'un placement en France et à l'étranger (à l'exception des Etats-Unis d'Amérique, du Canada et du Japon) dirigé par le Chef de File.

Ce placement a été effectué auprès d'investisseurs personnes morales et personnes physiques ainsi qu'auprès de fonds communs de placement. Chacun des établissements n'a offert les actions à la souscription qu'en conformité avec les lois et règlements en vigueur dans tous pays où il a fait une telle offre de souscription.

2.2.8.2 Durée du Placement Garanti

Le Placement Garanti, tout comme l'Offre à Prix Ouvert, a été réalisé du 31 mai 2000 au 7 juin 2000 inclus.

2.2.8.3 Traitement des ordres et réduction éventuelle

Seuls les ordres à un prix limite supérieur ou égal au Prix d'Introduction des actions offertes dans le cadre du Placement Garanti ont été pris en compte dans la procédure d'allocation. Ils ont pu faire l'objet de réduction totale ou partielle à la discrétion du Chef de File.

2.2.8.4 Résultat du Placement Garanti

Le résultat du Placement Garanti fera l'objet d'un avis publié par ParisBourse^{SBF} SA.

2.2.8.5 Règlement et livraison des actions

Le règlement et la livraison des actions interviendront au plus tard le troisième jour de bourse qui suivra la publication de l'avis de résultat du Placement Garanti par ParisBourse^{SBF} SA.

2.2.9 Contrat de tenue de marché

Un Contrat de liquidité et de tenue de marché est signé entre la Société et chacun des Teneurs de Marché, ING BARINGS et CCF SECURITIES, concernant la liquidité, l'animation et la tenue de marché au jour de l'admission des actions à la cote du Nouveau Marché de la Bourse de Paris. Dans le cadre de ce Contrat, les Teneurs de Marché pourront effectuer les opérations de contrepartie sur les actions GameLoft dans des conditions prévues par les articles 2.2.2, 2.2.4, 2.2.5 et 2.2.6 des Règles de Fonctionnement du Nouveau Marché et du Chapitre 3 Titre 4 desdites Règles de Fonctionnement. Ce contrat est conclu pour une période de trois ans prorogeable annuellement par tacite reconduction, à compter de la date d'introduction.

2.3 Renseignements généraux sur les actions admises

Les dispositions statutaires résumées ci-dessous sont celles qui sont en vigueur le jour de la première cotation des actions de la Société.

2.3.1 Droits attachés aux actions (articles 7 et 8 des Statuts)

Toutes les actions sont de même catégorie, et bénéficient des mêmes droits à l'exception des droits de vote double décrits au paragraphe 3.1.11 ci-après, tant dans la répartition des bénéfices que du boni de liquidation.

Les dividendes non réclamés dans un délai de cinq ans à compter de leur mise en paiement seront prescrits et reversés à l'Etat Français.

2.3.2 Régime de négociabilité des actions

Les actions de la Société sont librement négociables, sauf dispositions législatives ou réglementaires contraires.

2.3.3 Mode d'inscription en compte des actions (article 5 des Statuts)

Les actions seront inscrites au choix de l'actionnaire :

- s'agissant des actions nominatives, en compte nominatif pur, auprès de la Société ou de son mandataire, ou
- s'agissant des titres au porteur, en compte nominatif administré, auprès d'un intermédiaire habilité, ou au porteur identifiable chez un intermédiaire habilité.

La Société a prévu dans ses statuts, et conformément à la loi, la possibilité de rechercher auprès de l'organisme chargé de la compensation des valeurs mobilières, l'identité des titulaires des actions au porteur, la quantité des titres détenus par chacun d'eux ainsi que les restrictions dont les titres peuvent être frappés.

2.4 Régime fiscal

En l'état actuel de la législation, les dispositions suivantes résument les conséquences fiscales susceptibles de s'appliquer aux personnes physiques ou morales qui détiendront des actions de la Société. Les investisseurs doivent néanmoins s'assurer, auprès de leur conseiller fiscal habituel, de la fiscalité s'appliquant à leur cas particulier.

Les non-résidents fiscaux français doivent se conformer à la législation fiscale en vigueur dans leur Etat de résidence sous réserve de l'application d'une convention fiscale entre la France et cet Etat.

2.4.1 Résidents français

2.4.1.1 Actionnaires personnes physiques ayant leur domicile fiscal en France

a) Dividendes

Les dividendes d'actions françaises sont soumis à l'impôt sur le revenu dans la catégorie des revenus de capitaux mobiliers, pour le montant net augmenté de l'avoir fiscal d'un montant égal à 50 % du dividende, après application d'un abattement global annuel de 16 000 francs, soit 2.439,18 euros, pour les couples mariés soumis à une imposition commune, ainsi que pour les partenaires faisant l'objet d'une imposition commune à compter de l'imposition des revenus du troisième anniversaire de l'enregistrement d'un pacte civil de solidarité défini à l'article 515-1 du code civil, et de 8 000 francs, soit 1.219,59 euros pour les personnes célibataires, veuves, divorcées ou mariées avec une imposition séparée.

L'avoir fiscal est un crédit d'impôt qui vient en déduction de la cotisation d'impôt sur le revenu effectivement exigible au titre de l'année d'imposition du dividende. Dans l'hypothèse où son montant est supérieur à cette cotisation d'impôt, l'excédent est restituable au contribuable par le Trésor.

Le montant du dividende (avoir fiscal compris) est soumis :

- à l'impôt sur le revenu selon le barème progressif (déduction faite de l'abattement mentionné ci-dessus) ;
- à la Contribution Sociale Généralisée de 7,5% (article 1600 OC du CGI), déductible du revenu imposable à hauteur de 5,1 % ;
- au prélèvement social de 2% (institué par la Loi de financement de la Sécurité Sociale pour 1998) ;
- à la Contribution au Remboursement de la Dette Sociale (CRDS), au taux de 0,50 % (articles 1600 OG à 1600 OM du CGI).

b) Plus-values (article 150-OA du CGI)

Les plus-values de cession de valeurs mobilières, cotées ou non, et de droits sociaux ainsi que des droits portant sur ces valeurs ou droits, ou de titres représentatifs de telles valeurs sont imposables dès le premier

franc si le montant annuel des cessions sur ces titres par foyer fiscal excède le seuil actuellement fixé à 50.000 francs, soit 7.622,45 euros, au taux global actuel de 26% :

- 16% au titre de l'impôt sur le revenu,
- 2% au titre du Prélèvement Social,
- 7,5% au titre de la Contribution Sociale Généralisée, et
- 0,5% au titre de la Contribution au Remboursement de la Dette Sociale.

Les moins-values sont imputables exclusivement sur les gains de même nature réalisés au cours de l'année de cession ou des cinq années suivantes à condition que le seuil de 50.000 francs visé ci-dessus soit dépassé l'année de réalisation des moins-values. Pour l'application de ces dispositions, les gains de même nature s'entendent des gains nets réalisés depuis l'ouverture du plan d'épargne en actions défini à l'article 163 quinquies D du CGI en cas de retrait des titres ou des liquidités ou de rachat avant l'expiration de la cinquième année. Dans cette hypothèse, le seuil de 50.000 francs visé ci-dessus est apprécié en additionnant la valeur liquidative du plan ou la valeur de rachat pour un contrat de capitalisation à la date de sa clôture ou le montant des cessions réalisées en dehors du plan de la même année.

c) Impôt de solidarité sur la fortune

Les actions détenues par les personnes physiques dans le cadre de leur patrimoine privé seront comprises dans leur patrimoine imposable, le cas échéant, à l'impôt de solidarité sur la fortune.

d) Droits de succession et de donation

Les actions acquises par voie de succession ou de donation seront soumises aux droits de succession ou de donation en France.

e) Régime spécial des PEA

Les actions émises par des sociétés françaises sont éligibles au titre des actifs pouvant être détenus dans le cadre d'un Plan d'Epargne en Actions, institué par la loi n° 92-666 du 16 juillet 1992.

Sous certaines conditions, les dividendes perçus et les plus-values réalisées sont exonérés d'impôt sur le revenu, mais restent néanmoins soumis au prélèvement social, à la contribution sociale généralisée et à la contribution pour le remboursement de la dette sociale.

Le tableau ci-dessous résume les différents impôts applicables au 1^{er} janvier 2000 en fonction de la date de clôture du PEA :

Durée du PEA	Prélèvement social	CSG	CRDS	IR	TOTAL
Inférieure à 2 ans	2,0%	7,5%	0,5%	22,5%	32,5% (1)
Comprise entre 2 et 5 ans	2,0%	7,5%	0,5%	16,0%	26,0% (1)
Supérieure à 5 ans	2,0% (3)	7,5% (2) (3)	0,5% (4)	0,0%	10,0%

(1) sur la totalité des produits en cas de dépassement du seuil de cession.

(2) limitée à 3,4% pour les produits acquis entre le 1^{er} janvier 1997 et le 31 décembre 1997.

(3) pour les produits acquis à compter du 1^{er} janvier 1998.

(4) pour les produits acquis à compter du 1^{er} février 1996.

2.4.1.2 Opérations réalisées à titre habituel en France par des personnes physiques

En application des dispositions de l'article 92-2 du C.G.I., les profits retirés des opérations de bourse réalisées à titre habituel sont imposables selon le régime de droit commun des bénéfices non commerciaux : ils sont soumis à l'impôt sur le revenu selon le barème progressif et aux contributions sociales additionnelles. L'imposition selon le régime de l'article 92-2 du C.G.I. est toutefois limitée aux contribuables dont les opérations dépassent la simple gestion de portefeuille.

2.4.1.3 Régime fiscal applicable aux porteurs personnes physiques ayant inscrit les actions à leur actif commercial

a) dividendes

Les dividendes doivent être retranchés des résultats imposables dans la catégorie des bénéfices industriels et commerciaux. Le montant ainsi déduit doit être déclaré dans la catégorie des revenus de capitaux mobiliers et soumis à l'impôt sur le revenu au barème progressif dans les conditions indiquées au paragraphe 2.2.5.1.

b) Plus-values

Conformément aux dispositions de l'article 39 quinzies du C.G.I., les cessions de titres de portefeuille relèvent du régime des plus-values ou moins-values à court terme (imposition au barème progressif et aux contributions sociales additionnelles) ou à long terme (imposition au taux global de 26 % incluant les contributions sociales additionnelles lorsque les titres cédés peuvent être considérés comme faisant partie de l'actif immobilisé). L'Administration admet que peuvent être considérés comme tels les titres détenus depuis plus de deux ans. Il en est de même pour les titres détenus depuis moins de deux ans, à la condition toutefois que le portefeuille comprenne également d'autres titres de même nature acquis depuis plus de deux ans.

2.4.1.4 Actionnaires personnes morales soumises à l'impôt sur les sociétés ayant leur domicile fiscal en France

a) Dividendes

Les dividendes perçus, majorés de l'avoir fiscal, seront imposés à l'impôt sur les sociétés dans les conditions de droit commun, soit actuellement au taux de 33,33 %, augmenté d'une contribution additionnelle de 10%, soit un taux effectif de 36,66 % pour ce qui concerne les entreprises dont le chiffre d'affaires hors taxes est inférieur à 50 millions de francs et dont le capital social, entièrement libéré, est détenu de manière continue pendant la durée de l'exercice considéré, pour au moins 75% par des personnes physiques ou par des sociétés satisfaisant elles-mêmes à l'ensemble de ces conditions. Les autres sociétés ne satisfaisant pas les conditions de chiffre d'affaires et de participation ci-dessus sont par ailleurs soumises au paiement d'une contribution sociale de 3,3% du montant de l'impôt sur les sociétés excédant 5 millions de francs pour les exercices clos à compter du 1er janvier 2000.

L'avoir fiscal, désormais égal à 40% des sommes encaissées, peut être imputé sur l'impôt sur les sociétés mais sans possibilité de report ou de restitution en cas d'excédent.

Si la société distributrice acquitte du précompte au titre de la distribution des dividendes, les actionnaires personnes morales qui reçoivent l'avoir fiscal au taux de 40% ont, en outre, droit à un crédit d'impôt supplémentaire égal à 20% du précompte effectivement versé, à l'exclusion donc de celui acquitté par imputation des avoirs fiscaux et crédits d'impôt. Il convient de noter que le précompte qui résulterait du prélèvement sur la réserve spéciale des plus-values à long terme est exclu de ce dispositif.

Les dividendes encaissés par les personnes morales détenant au moins 10% du capital de la société distributrice ou dont le prix de revient de la participation est au moins égal à 150 millions de francs sont susceptibles de bénéficier du régime des sociétés mères et filiales prévu aux articles 145 et 216 du C.G.I. à condition que l'option en ait été exercée. Les dividendes reçus par la société mère sont exonérés d'impôt sur les sociétés sous déduction d'une quote-part de frais et charges qui est fixée forfaitairement à 5 % du produit total des participations, crédit d'impôt compris ; cette quote-part ne pouvant toutefois excéder, pour chaque période d'imposition, le montant total des frais et charges de toutes natures exposés par la société participante au cours de la même période. Dans ce cas, l'avoir fiscal qui reste égal à 50% des sommes encaissées, ne pourra pas être imputé sur l'impôt sur les sociétés dû au titre de l'exercice de distribution puisque les dividendes ne seront pas compris dans le bénéfice imposable. Mais cet avoir fiscal pourra être utilisé, dans un délai de cinq ans, pour être imputé sur le précompte dû à raison de la redistribution de ces mêmes dividendes.

b) Plus-values

Les plus-values de cession de titres en portefeuille sont soumises à l'impôt sur les sociétés au taux normal de 33,33 %, augmenté de la contribution additionnelle de 10 %, et, le cas échéant, de la contribution sociale de 3,3 % mentionnée ci-dessus pour l'exercice clos en 2000.

Toutefois, les plus-values issues de la cession de titres de participation détenus depuis plus de deux ans au moment de la cession restent, sous réserve de satisfaire à l'obligation de dotation de la réserve spéciale des plus-values à long terme, soumises au régime des plus-values à long terme, soit actuellement au taux réduit de 19 %, augmenté de la contribution additionnelle de 10 % (soit un taux effectif de 20,9 %) et pour les entreprises ne satisfaisant pas aux conditions de chiffre d'affaires et de participation visées en 2.4.1.4. a) ci-dessus, la contribution sociale de 3,3 % dans les conditions mentionnées ci-dessus.

Sont notamment présumés constituer des titres de participation, les parts ou actions de sociétés revêtant ce caractère sur le plan comptable, et, sous certaines conditions, les actions acquises en exécution d'une offre publique d'achat ou d'échange, ainsi que les titres ouvrant droit au régime fiscal des sociétés mères et filiales. Les moins-values à long terme de cession peuvent être imputées sur les plus-values de même nature de l'exercice ou des dix exercices suivants.

2.4.2 Non-résidents français (personnes physiques et morales)

a) Dividendes

Les dividendes distribués par les sociétés dont le siège social est situé en France font en principe l'objet d'une retenue à la source au taux de 25% lorsque le domicile fiscal ou le siège des bénéficiaires est situé hors de France et, en vertu du droit interne français, ces bénéficiaires n'ont pas droit à l'avoir fiscal.

Les actionnaires qui peuvent se prévaloir du bénéfice des dispositions d'une convention internationale destinée à éviter les doubles impositions en matière d'impôt sur le revenu conclue avec la France et qui respectent les procédures d'octroi des avantages conventionnels, peuvent, sous certaines conditions, bénéficier d'une réduction de tout ou partie de la retenue à la source et, éventuellement, du remboursement de l'avoir fiscal au taux de 50% si cet avoir fiscal est susceptible d'être utilisé par une personne physique ou une société assimilable sous certaines conditions à une société française bénéficiant du régime mère-fille ou au taux de 40% (majoré le cas échéant d'une partie du précompte acquitté par la société distributrice) dans tous les autres cas, (sous déduction de la retenue à la source au taux conventionnel), étant précisé que certaines des conventions conclues avec les pays considérés peuvent prévoir des règles particulières restreignant l'extension du bénéfice de l'avoir fiscal aux personnes morales ou limitant le droit au remboursement de l'avoir fiscal aux seules personnes physiques.

Il est recommandé aux investisseurs potentiels de consulter dès à présent leurs conseils en ce qui concerne les conditions dans lesquelles ils pourraient obtenir une réduction de la retenue à la source et, le cas échéant, le bénéfice de l'avoir fiscal en vertu d'une des conventions fiscales ainsi conclues avec la France.

b) Plus-values

Les personnes qui ne sont pas fiscalement domiciliées en France ou dont le siège social est situé hors de France, dont la propriété des actions n'est pas effectivement rattachée à un établissement stable en France et qui n'ont à aucun moment détenu, directement ou indirectement, plus de 25% des bénéfices sociaux de la Société à un moment quelconque au cours des cinq années qui précèdent la cession de leurs actions, ne sont en principe pas soumises à l'impôt en France à raison des plus-values réalisées à l'occasion de la cession de leurs actions.

c) Impôt de solidarité sur la fortune

En principe, l'impôt de solidarité sur la fortune ne s'applique pas aux personnes physiques domiciliées hors de France, au sens de l'article 4-B du CGI, qui possèdent directement ou indirectement, moins de 10% du capital de la Société.

2.4.3 Règles spécifiques au Nouveau Marché et Impôt de Bourse (article 14 A)

2.4.3.1 Impôt de bourse

Toutes les opérations portant sur les valeurs mobilières émises par les sociétés inscrites à la cote du Nouveau Marché sont exonérées de cet impôt.

2.4.3.2 Sociétés de capital-risque ("SCR") et fonds communs de placement à risques ("FCPR")

Les SCR et les FCPR sont, sous certaines conditions, actuellement exonérés d'impôt sur les sociétés sur l'ensemble des produits et plus-values provenant de leur portefeuille, à condition notamment que leurs actifs soient constitués à hauteur de 50% au moins de titres non cotés.

Les titres cotés sur le Nouveau Marché sont susceptibles, sous certaines conditions, d'être pris en compte pour l'appréciation de ce quota de 50%.

L'admission au quota de 50% des SCR et des FCPR des titres cotés sur le Nouveau Marché a pour effet

d'appliquer aux distributions des produits et des plus-values procurés par ces titres le régime d'exonération conditionnelle d'impôt sur le revenu applicable aux actionnaires personnes physiques (articles 163 quinquies B, 150.O.A III 1, 163 quinquies C du CGI).

2.4.3.3 Assurance-vie : contrats "DSK"

Les produits de contrats d'assurance vie dont l'unité de compte est une part ou une action d'un organisme de placement collectif en valeurs mobilières peuvent être exonérés d'impôt sur le revenu en cas de rachat au-delà d'une durée de 8 ans, si l'actif de l'OPCVM est constitué :

- pour 50% au moins d'actions cotées et de titres assimilés ;
- pour 5% au moins de placement à risques tels que des titres admis aux négociations sur le Nouveau Marché.

2.5 Place de cotation

Le Nouveau Marché de la Bourse de Paris.

Aucune autre demande d'admission n'a été déposée sur une place financière étrangère.

2.6 Tribunaux compétents en cas de litige

Les tribunaux compétents en cas de litige sont ceux du siège social lorsque la Société est défenderesse et, dans les autres cas, sont désignés en fonction de la nature des litiges, conformément aux dispositions du Nouveau Code de Procédure Civile.

3 RENSEIGNEMENTS DE CARACTERE GENERAL CONCERNANT LA SOCIETE ET SON CAPITAL

Les informations relatives aux statuts de la Société (ci-après les "Statuts") sont celles qui sont en vigueur le jour de première cotation des actions de la Société au Nouveau Marché.

3.1 Renseignements de caractère général concernant l'émetteur

3.1.1 Dénomination sociale (article 1 des Statuts)

GameLoft.com S.A.

3.1.2 Siège social (article 2 des Statuts)

Rennes (35207), 107, Avenue Henri Fréville BP 10704.

3.1.3 Forme juridique (article 1 des Statuts)

La Société est une société anonyme de droit français à Conseil d'Administration régie par la loi n° 66-537 du 24 juillet 1966 et le décret n° 67-236 du 23 mars 1967 sur les sociétés commerciales.

3.1.4 Nationalité

Française

3.1.5 Date de constitution et durée de vie

La Société a été constituée le 1er décembre 1999 pour une durée fixée à quatre vingt dix neuf années à compter de la date de son immatriculation au Registre du Commerce et des Sociétés, sauf dissolution anticipée ou prorogation, soit jusqu'au 22 février 2099.

3.1.6 Objet social (article 3 des Statuts)

La Société a pour objet en France comme à l'étranger, directement ou indirectement :

- la création de services et de contenus on line à destination des passionnés de jeux vidéo et de nouvelles technologies et toute activité s'y rapportant ;
- la participation de la société dans toute opération pouvant se rapporter à l'objet social par voie de création de sociétés nouvelles, de souscription ou d'achat de titres ou de droits sociaux ou de fusion ou autrement ;
- et plus généralement toute opération se rattachant directement ou indirectement à l'objet social ci-dessus, tout objet similaire ou connexe susceptible de favoriser le développement de la société.

3.1.7 Registre du commerce et des sociétés

R.C.S. RENNES : B 429 338 130

Code APE : 642 B

3.1.8 Consultation des documents et renseignements relatifs à la société

Les statuts, comptes et rapports, procès-verbaux d'assemblées générales peuvent être consultés au siège social dont l'adresse est mentionnée ci-dessus.

3.1.9 Exercice social (article 16 des Statuts)

Chaque exercice social commence le 1^{er} septembre et finit le 31 août de chaque année.

Par exception à ce qui précède, le premier exercice social a commencé à compter de la constitution de la société et sera clos le 31 août 2000.

3.1.10 Assemblées Générales (article 14 des Statuts)

3.1.10.1 Convocation et réunion des Assemblées Générales

Les Assemblées Générales sont convoquées et délibèrent dans les conditions prévues par la loi.

3.1.10.2 Accès aux Assemblées - Pouvoirs

Tout actionnaire a le droit, sur justification de son identité, de participer aux Assemblées en y assistant personnellement, en retournant un bulletin de vote par correspondance ou en désignant un mandataire selon les dispositions légales et réglementaires applicables, sous la condition :

- pour les titulaires d'actions nominatives, d'une inscription nominative dans les registres de la Société ;
- pour les titulaires d'actions au porteur, du dépôt aux lieux mentionnés dans l'avis de convocation, d'un certificat délivré par un intermédiaire habilité constatant l'indisponibilité de leurs actions inscrites en compte jusqu'à la date de l'assemblée.

Ces formalités doivent être accomplies cinq (5) jours au moins avant la réunion de l'Assemblée.

Le Conseil d'Administration peut réduire le délai ci-dessus par voie de mesure générale bénéficiant à tous les actionnaires.

Sous les conditions visées ci-dessus, les représentants légaux d'actionnaires juridiquement incapables et les personnes physiques représentant des personnes morales actionnaires prennent part aux assemblées, qu'ils soient ou non personnellement actionnaires.

L'accès aux Assemblées Générales Ordinaires n'est permis qu'aux personnes possédant au moins dix actions. Plusieurs actionnaires peuvent se réunir pour atteindre ce minimum et se faire représenter par l'un d'entre eux.

Dans les Assemblées Générales, le droit de vote attaché aux actions comportant un droit d'usufruit est exercé par l'usufruitier.

3.1.10.3 Feuille de présence - Bureau - Procès-verbaux

Une feuille de présence, dûment émarginée par les actionnaires présents et les mandataires et à laquelle sont annexés les pouvoirs donnés à chaque mandataire, et le cas échéant les formulaires de vote par correspondance, est certifiée exacte par le bureau de l'Assemblée.

Les Assemblées sont présidées par le Président du Conseil d'Administration ou, en son absence, par un membre du Conseil d'Administration spécialement délégué à cet effet par le Conseil d'Administration. A défaut, l'Assemblée désigne elle-même son Président.

Les fonctions de scrutateurs sont remplies par les deux actionnaires, présents et acceptants, qui disposent, tant par eux-mêmes que comme mandataires, du plus grand nombre de voix.

Le bureau ainsi composé, désigne un secrétaire qui peut être choisi en dehors des actionnaires.

Les procès-verbaux sont dressés et les copies ou extraits des délibérations sont délivrés et certifiés conformément à la loi.

3.1.10.4 Assemblées Générales Ordinaires et Extraordinaires

Les Assemblées Générales Ordinaires et Extraordinaires statuant aux conditions de quorum et de majorité prescrites par les dispositions légales et réglementaires qui les régissent, exercent les pouvoirs qui leurs sont attribués par la loi.

Il en est de même des Assemblées à forme constitutive c'est-à-dire celles appelées à délibérer sur l'approbation d'un apport en nature ou l'octroi d'un avantage particulier.

3.1.11 Droits et obligations attachés aux actions (articles 7 et 8 des Statuts)

Chaque action donne droit dans la propriété de l'actif social et dans le boni de liquidation à une part égale à la quotité de capital qu'elle représente.

Chaque fois qu'il sera nécessaire de posséder plusieurs actions pour exercer un droit quelconque, notamment en cas d'échange, de regroupement ou d'attribution d'actions, ou à la suite d'une augmentation ou d'une réduction de capital, quelles qu'en soient les modalités, d'une fusion ou de toute autre opération, les propriétaires d'actions en nombre inférieur à celui requis ne peuvent exercer leurs droits qu'à la condition de faire leur affaire personnelle du groupement et, éventuellement, de l'achat ou de la vente du nombre d'actions ou de droits formant rompus nécessaires.

L'Assemblée Générale Extraordinaire du 24 février 2000 a décidé d'accorder un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité du capital social qu'elles représentent. Ce droit de vote double est attribué à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié une inscription nominative depuis 2 ans au moins au nom du même actionnaire. Cette disposition entre en vigueur à compter de ladite assemblée.

Ce droit est conféré également dès leur émission en cas d'augmentation de capital par incorporation de réserves, bénéfiques ou primes d'émission, aux actions nominatives attribuées gratuitement à un actionnaire à raison d'actions anciennes pour lesquelles il bénéficie de ce droit.

3.1.12 Rachat par la société de ses propres actions

3.1.12.1 Cadre juridique

En application de l'article 217-2 et suivants de la loi n°66-537 du 24 juillet 1966 sur les sociétés commerciales, les dispositions suivantes ont été prises par la Société, à la suite de l'Assemblée Générale Mixte du 25 avril 2000 qui l'a autorisée à opérer en bourse sur ses propres actions.

3.1.12.2 Finalités

Conformément à la 1ère résolution de l'Assemblée Générale Mixte du 25 avril 2000 précitée, les objectifs poursuivis par l'acquisition des actions seraient, par ordre de priorité, en fonction des opportunités, les suivants :

- régularisation du cours de Bourse de l'action de la Société,
- octroi d'options d'achat d'actions aux salariés et mandataires sociaux de la Société, ou proposition d'acquisition d'actions dans les conditions prévues aux articles 443-1 et suivants du code du travail et le deuxième alinéa de l'article 208-18 de la loi du 24 juillet 1966,
- octroi de titres dans le cadre de la participation des salariés aux fruits de l'expansion,
- octroi de titres en paiement ou en échange, notamment dans le cadre d'opérations de croissance externe.

Les actions ainsi acquises pourront être conservées, cédées et plus généralement transférées par tous moyens.

3.1.12.3 Part maximale du capital susceptible d'être rachetée

La part maximale du capital dont le rachat est autorisé par l'Assemblée Générale des Actionnaires s'élève à 10% du capital de la Société, soit, au 25 avril, 2 010 000 actions.

La Société s'engage à rester en permanence dans la limite de détention directe ou indirecte de 10% de son capital, conformément aux dispositions de la loi du 24 juillet 1966 sur les sociétés commerciales.

La Société s'engage en permanence à maintenir un flottant suffisant de l'ordre de 10 % compte tenu de la dérogation obtenue de ParisBourse^{SBF} SA.

3.1.12.4 Modalités des rachats

Les actions seront rachetées et revendues par intervention sur le marché. La Société n'envisage pas de procéder à des achats ou des ventes de blocs de titres.

3.1.12.5 Prix maximum d'achat et prix minimum de vente

Le prix maximum d'achat par titre est fixé à 150% du Prix d'Introduction et le prix minimum de vente par titre à 50% du Prix d'Introduction.

En cas d'augmentation de capital par incorporation de réserves et attribution d'actions gratuites, ainsi qu'en cas de division ou de regroupement des titres, les prix indiqués ci-dessus seront ajustés par un coefficient multiplicateur égal au rapport entre le nombre de titres composant le capital avant l'opération et ce nombre après l'opération.

3.1.12.6 Durée et calendrier du programme de rachat

Conformément à la 1ère résolution de l'Assemblée Générale Mixte du 25 avril 2000 précitée, le programme ne pourra être réalisé que pendant une période maximum de 18 mois suivant la date de cette Assemblée. L'acquisition, la cession ou le transfert de ces actions pourront être effectués en une ou plusieurs fois par tous moyens, et à tout moment, le cas échéant en période d'offre publique.

3.1.12.7 Financement du programme de rachat

L'intention de la Société est d'assurer le financement des rachats d'actions sur ses propres ressources.

3.1.12.8 Incidences financières du programme

Le programme de rachat d'actions n'a pas vocation à diminuer le nombre d'actions en circulation par annulation des titres acquis. De ce fait, il ne devrait pas avoir d'incidence significative sur la situation financière de la Société et sur le résultat par action, à l'exception des résultats éventuellement réalisés lors de la revente des titres sur le marché.

3.1.13 Franchissement de seuils statutaires (article 6 des Statuts)

Tout actionnaire agissant seul ou de concert, sans préjudice des dispositions légales applicables au franchissement à la hausse ou à la baisse des seuils visés à l'article 356-1 alinéa 1 de la loi n°66-537 du 24 juillet 1966, venant à détenir directement ou indirectement 1 % au moins du capital ou des droits de vote de la Société ou un multiple de ce pourcentage inférieur ou égal à 4 %, est tenu d'informer la Société, par lettre recommandée avec avis de réception, dans le délai prévu à l'article 356-1 de la loi sus-visée.

L'information prévue à l'alinéa précédent pour tout franchissement de seuil d'un multiple de 1 % du capital ou des droits de vote est également faite lorsque la participation au capital ou aux droits de vote devient inférieure au seuil mentionné ci-dessus.

Le non respect de déclaration des seuils, tant légaux que statutaires, donne lieu à la privation des droits de vote dans les conditions prévues à l'article 356-4 de la loi sus-visée, sur demande d'un ou plusieurs actionnaires détenant ensemble au moins 5% du capital ou des droits de vote de la société.

3.1.14 Comptes annuels - Affectation et répartition des bénéfices - Paiement des dividendes (article 16 des Statuts)

Les produits de l'exercice, déduction faite des charges d'exploitation, amortissements et provisions, constituent le résultat.

Il est prélevé sur le bénéfice de l'exercice, le cas échéant diminué des pertes antérieures :

- les sommes à porter en réserve en application de la loi ou des statuts et, en particulier, 5 % au moins pour constituer le fonds de réserve légale ; ce prélèvement cesse d'être obligatoire lorsque ledit fonds atteint une somme égale au dixième du capital social ; il reprend son cours lorsque, pour une raison quelconque, la réserve légale est descendue au-dessous de cette fraction ;
- les sommes que l'Assemblée Générale, sur la proposition du conseil d'administration, jugera utiles d'affecter à toute réserve extraordinaire ou spéciale ou de reporter à nouveau.

Le solde est distribué aux actionnaires. Toutefois, hors le cas de réduction de capital, aucune distribution ne peut être faite aux actionnaires lorsque les capitaux propres sont ou deviendraient à la suite de celle-ci, inférieurs au montant du capital augmenté des réserves que la loi ou les statuts ne permettent pas de distribuer.

L'Assemblée peut, conformément aux dispositions de l'article 351 de la loi n° 66-537 du 24 juillet 1966 proposer une option du paiement du dividende ou des acomptes sur dividende en tout ou partie par remise d'Actions Nouvelles de la Société.

3.2 Renseignements de caractère général concernant le capital social

3.2.1 Capital social

Avant l'augmentation de capital concomitante à l'introduction en bourse, le capital social s'élevait à 106 748 100 francs divisé en 21 349 620 actions d'un nominal de 5 francs chacune, entièrement libérées, toutes de même catégorie.

La valeur nominale de l'action a été divisée une première fois par cinq lors de l'Assemblée Générale Extraordinaire du 24 février 2000 pour être ramenée à 20 francs, puis une seconde fois par 4, lors de l'Assemblée Générale Extraordinaire du 31 mars 2000, pour être ramenée à 5 francs.

Après l'augmentation de capital concomitante à l'introduction en bourse, le capital social s'élèvera à 119 974 625 francs divisé en 23 994 925 actions d'un nominal de 5 francs chacune.

3.2.2 Capital autorisé non émis

L'Assemblée Générale Mixte du 25 avril 2000 a décidé d'autoriser pour une durée de 26 mois à compter de cette date, le Conseil d'Administration à augmenter le capital social par appel public à l'épargne, à l'époque qu'il fixera, d'un montant nominal maximum, de 10 millions d'euros, au moyen de l'émission d'actions ou de toutes autres valeurs mobilières donnant accès, immédiatement ou à terme, au capital de la Société, à souscrire et à libérer intégralement en numéraire avec maintien ou suppression du droit préférentiel des actionnaires à la souscription desdites actions conformément aux dispositions des articles 186 de la loi n°66-537 du 24 juillet 1966 et 155 du décret n°67-236 du 23 mars 1967.

Le montant principal maximal des titres de créance ne pourra excéder 100 millions d'euros.

3.2.3 Autres titres donnant accès au capital

3.2.3.1 Bons de souscription d'actions

L'Assemblée Générale Extraordinaire du 26 mai 2000 a autorisé le Conseil d'administration en application des dispositions de l'article 339-5 de la loi n°66-537 du 24 juillet 1966, à émettre au prix de 1 franc chacun en une seule fois, et au plus tard le 7 juin 2000 un nombre maximum de 300 000 bons de souscription d'actions nouvelles de la Société.

Chaque bon sera incessible et donnera droit à la souscription de dix actions nouvelles de la Société de 5 francs de nominal chacune, au prix de 7 euros, soit un montant nominal maximum d'augmentation de capital de 15 000 000 Francs.

Les bons de souscription seront exerçables 60 jours à compter de la première cotation des actions au Nouveau Marché.

A cet effet, ladite assemblée a décidé de supprimer, pour l'émission de ces bons, le droit préférentiel de souscription des actionnaires à ces bons, et d'attribuer nominativement ces bons aux actionnaires de la société Gamez.

L'émission des 300 000 bons comporte, au profit des titulaires de ces bons, une renonciation expresse des actionnaires à leur droit préférentiel de souscription aux actions auxquelles les bons donneront le droit de souscrire.

Ces bons ont été émis dans le cadre de l'accord intervenu avec les actionnaires de la société Gamez. Les actions qui seraient souscrites suite à l'exercice desdits bons bénéficient d'une garantie délivrée par Ubi Participations, cette société garantissant le doublement de leur valeur dans trois ans à compter de la date d'introduction de GameLoft.

L'assemblée a décidé de donner tous pouvoirs au conseil d'administration aux fins de réaliser cette émission, désigner les bénéficiaires de ces bons, constater le nombre d'actions émises par suite d'exercice des bons et procéder aux formalités consécutives aux augmentations de capital correspondantes et apporter aux statuts les modifications corrélatives.

3.2.3.2 Plan d'options

L'Assemblée Générale Mixte du 25 avril 2000 a autorisé le Conseil d'Administration, en application des articles 208-1 et suivants de la loi n°66-537 du 24 juillet 1966, à consentir en une ou plusieurs fois des options donnant droit à la souscription d'actions de la Société (les "Options de Souscription") et à l'achat d'actions de la Société (les "Options d'Achat") pour une période de 5 ans à compter de ce jour.

Sont exclus du bénéfice des options, les dirigeants sociaux et les salariés de la Société et des sociétés qui lui sont liées, détenant plus de 10 % du capital conformément aux dispositions de l'article 208-6 alinéa 2 de la loi du 24 juillet 1966.

Le nombre d'actions résultant des options de souscription et des options d'achat ne saurait être supérieur à 2,5 % du montant des actions composant le capital social au moment de l'utilisation par le Conseil d'Administration et avant prise en compte des actions susceptibles d'être émises en cas de la levée des options de souscription d'actions qui seraient consenties, compte tenu des ajustements susceptibles d'être opérés.

Le délai d'exercice des options ne pourra excéder dix ans, à compter de la date d'attribution des options par le Conseil d'Administration.

La présente autorisation comporte au profit des bénéficiaires des options de souscription, renonciation expresse des actionnaires de la Société à leur droit préférentiel de souscription aux actions qui seront émises au fur et à mesure des levées d'options.

Aucune option ne pourra être attribuée par le Conseil d'Administration pendant une période de vingt (20) jours de bourse suivant la date de première cotation des actions de la Société.

Le prix de souscription ou d'achat des actions par les bénéficiaires des Options sera fixé par le Conseil d'Administration le jour où il consentira les options à leurs bénéficiaires, sans pouvoir être :

- concernant les Options de Souscription : inférieur à 80% de la moyenne des premiers cours constatés aux vingt séances de bourse précédant le jour de chaque réunion du Conseil d'Administration au cours de laquelle seraient consenties des Options de Souscription,
- concernant les Options d'Achat : inférieur à 80% du cours moyen d'achat des actions détenues par la Société au titre des articles 217-1 et 217-2 de la loi n°66-537 du 24 juillet 1966 sur les sociétés commerciales.

L'Assemblée Générale donne tous pouvoirs au Conseil d'Administration pour fixer le délai maximum de levée d'Option qui ne saurait excéder 10 années à compter de l'attribution ainsi que le délai de conservation des actions qui sera imposé aux bénéficiaires à compter de la levée d'option.

L'augmentation du capital social résultant des levées d'options de souscription sera définitivement réalisée du seul fait de la déclaration de levée d'option, accompagnée du bulletin de souscription et du paiement, en numéraire, de la somme correspondante.

3.2.3.3 BCE

L'Assemblée Générale Mixte du 25 avril 2000 a décidé, après avoir constaté que les conditions prévues par l'article 163 bis G du Code Général des Impôts sont remplies par la Société, l'émission gratuite de 50 000 bons de souscription de parts de créateur d'entreprise (les "BCE") représentant 0,23% du capital social, chaque bon donnant droit à la souscription d'une action de la Société.

A cet effet, elle a décidé de supprimer, pour ces BCE, le droit préférentiel de souscription des actionnaires à ces bons et d'attribuer ces bons à des personnes nominativement désignées.

Elle a par ailleurs décidé que :

- les 50 000 BCE permettront la souscription, aux conditions de l'article 163 bis G du Code Général des Impôts ainsi que celles ci-après définies, de 50 000 actions d'une valeur nominale de 5 francs chacune, au prix de 55 francs, soit un montant nominal total d'augmentation de capital de 250 000 francs et une prime d'émission totale de 2 500 000 francs. Les actions ainsi souscrites devront être intégralement libérées lors de leur souscription,
- conformément à l'article 163 bis G du Code Général des Impôts, les BCE seront incessibles. Ils seront émis sous la forme nominative et feront l'objet d'une inscription en compte.
- les actions nouvelles remises au souscripteur lors de l'exercice de ses BCE seront soumises à toutes les dispositions statutaires et porteront jouissance dès leur création.

Elle a en outre décidé que, conformément à la loi :

- (i) à dater de la présente assemblée, la Société s'interdit, tant qu'existeront les BCE, d'amortir son capital et de modifier la répartition des bénéfices. Toutefois, la Société pourra créer des actions à dividende prioritaire sans droit de vote, à la condition de réserver les droits des titulaires des BCE ;
- (ii) en cas de réduction de capital, les droits des titulaires des BCE quant au nombre d'actions à recevoir sur exercice des BCE seront réduits en conséquence comme si lesdits titulaires avaient exercé leurs BCE en totalité à la date de la réduction de capital, que la réduction de capital soit effectuée par diminution du montant nominal des actions ou par diminution du nombre de celles-ci.

Au cas où, tant que les BCE n'auront pas été entièrement exercés, la Société procéderait à l'une des opérations mentionnées ci-après :

- émission de titres comportant un droit préférentiel de souscription des actionnaires ;
- augmentation de capital par incorporation de réserves, bénéfices ou primes d'émission ;
- distribution de réserves en espèces ou en titres de portefeuille.

Les droits des titulaires des BCE seraient réservés dans les conditions prévues aux articles 171 à 174 du Décret n°67-236 du 23 mars 1967, étant précisé toutefois que cette réserve de droits sera effectuée sur la base du nombre d'actions auquel auraient eu droit ces titulaires s'ils avaient exercé leurs BCE en totalité à la date de réalisation de l'opération concernée. Les nouveaux droits ainsi alloués aux titulaires des BCE par l'effet de la loi ne pourront s'exercer que sous les conditions ci-dessus.

En cas de fusion par voie d'absorption de la Société, les titulaires des BCE seront avertis et recevront les mêmes informations que s'ils étaient actionnaires afin de pouvoir, s'ils le souhaitent, exercer leur droit à la souscription d'actions.

Elle a enfin décidé de donner tous pouvoirs au Conseil d'Administration aux fins de :

- désigner les bénéficiaires des bons,
- fixer les conditions d'émission des BCE, les modalités selon lesquelles les titulaires pourront souscrire les actions auxquelles ils donnent droit et en particulier le délai d'exercice des bons,
- constater le nombre d'actions émises par suite d'exercice des BCE et procéder aux formalités consécutives aux augmentations de capital correspondantes et apporter aux statuts les modifications corrélatives,
- prendre toute disposition pour assurer la protection des porteurs des BCE en cas d'opération financière concernant la Société, et ce conformément aux dispositions légales et réglementaires en vigueur,
- d'une manière générale, prendre toute mesure et effectuer toute formalité utile à la présente émission.

3.2.3.4 Actionnariat des salariés

Préalablement à l'introduction en Bourse, les actionnaires fondateurs de la Société, Messieurs Gérard Guillemot, Christian Guillemot, Yves Guillemot, Claude Guillemot et Michel Guillemot ont offert aux salariés du Groupe la possibilité d'acheter des actions GameLoft dans les conditions suivantes :

- nombre maximum d'actions à céder par les anciens actionnaires au prorata de leur participation : 150 000, soit 30 000 actions chacun ;
- le prix de cession des actions est égal au Prix d'Introduction ;
- l'acquisition des titres s'est réalisée préalablement à l'introduction en Bourse.

3.2.4 Evolution du capital social depuis la création de la Société

La Société a été créée le 1^{er} décembre 1999 sous forme de société anonyme au capital de 500 000 francs, divisé en 5 000 actions de 100 francs de valeur nominale chacune entièrement libérée. La répartition du capital social à la création était la suivante :

Actionnaires	Nombre d'actions
UBI PARTICIPATIONS SA (1)	2 494
GUILLEMOT PARTICIPATIONS SA (2)	2 494
Claude Guillemot	2
Michel Guillemot	2
Yves Guillemot	2
Gérard Guillemot	2
Christian Guillemot	2
Marcel Guillemot	1
Yvette Guillemot	1
TOTAL	5 000

(1) UBI PARTICIPATIONS, société anonyme au capital de 700 250 000 francs, détenue à 100% par la famille Guillemot, dont le siège social est situé au 61, rue Saint Hélier, 35000 Rennes, immatriculée au RCS de Rennes sous le numéro B 420 279 614.

(2) GUILLEMOT PARTICIPATIONS, société anonyme au capital de 330 250 000 francs, détenue à 100% par la famille Guillemot, dont le siège social est situé Place de l'étoile, 56910 Carentoir, immatriculée au RCS de Vannes sous le numéro B 420 547 655.

Par Assemblée Générale Extraordinaire en date du 24 février 2000, les actionnaires ont décidé de diviser par 5 la valeur nominale des actions. Suite à cette division, le capital social était constitué de 25 000 actions de 20 francs de nominal.

Par Assemblée Générale Extraordinaire en date du 30 mars 2000, les actionnaires ont décidé d'augmenter le capital social d'un montant de 100 000 000 francs :

- par apport en nature de la société UBI SOFT ENTERTAINMENT SA pour un montant de 20 000 000 de francs et rémunéré par la création de 1 000 000 d'actions nouvelles de 20 francs de nominal ;
- par apport en numéraire de la société GUILLEMOT CORPORATION SA pour un montant de 20 000 000 de francs et rémunéré par la création de 1 000 000 d'actions nouvelles de 20 francs de nominal ;
- et par apport en numéraire des membres de la famille Guillemot pour un montant de 60 000 000 de francs et rémunéré par la création de 3 000 000 d'actions de 20 francs de nominal

Au terme de cette Assemblée Générale Extraordinaire, le capital social a été porté à 100 500 000 francs divisé en 5 025 000 actions de 20 francs de valeur nominale.

Par Assemblée Générale Extraordinaire en date du 31 mars 2000, les actionnaires ont décidé de diviser par 4 la valeur nominale des actions. Au terme de cette Assemblée Générale Extraordinaire, le capital social, d'un montant de 100 500 000 francs est constitué de 20 100 000 actions de 5 francs de valeur nominale.

Par Assemblée Générale Extraordinaire en date du 28 avril 2000, les actionnaires ont décidé d'augmenter le capital social d'un montant de 1 880 000 francs par voie d'augmentation de capital réservée par apport en numéraire à certains des membres du personnel de la société GameLoft.com. Cette augmentation de capital réservée a été rémunérée par la création d'un nombre de 376 000 actions de 5 francs de nominal.

Le Conseil d'Administration de GameLoft a souhaité que les salariés du groupe puissent participer à une augmentation de capital pré-introduction afin de marquer sa reconnaissance à l'égard de leur contribution à la création et au développement du groupe. Le prix d'émission a été fixé à 25 francs, prime d'émission de 20 francs comprise.

Par Assemblée Générale Extraordinaire en date du 3 mai 2000, les actionnaires ont décidé d'augmenter le capital social d'un montant de 2 275 000 francs par voie d'augmentation de capital réservée par apport en numéraire à certains des membres du personnel des sociétés UBI SOFT ENTERTAINMENT et GUILLEMOT CORPORATION. Cette augmentation de capital réservée a été rémunérée par la création d'un nombre de 455 000 actions de 5 francs de nominal.

Le Conseil d'Administration a ensuite souhaité remercier les directeurs et responsables de filiales des Groupes Ubi et Guillemot ayant contribué à l'expansion internationale rapide du groupe. Le prix d'émission a été fixé à 30 francs, prime d'émission de 25 francs comprise.

Pour ces 2 augmentations de capital, le droit préférentiel de souscription a été supprimé.

Par Assemblée Générale Extraordinaire en date du 25 mai 2000, les actionnaires ont décidé d'augmenter le capital social d'un montant de 2 093 100 francs par voie d'augmentation de capital réservée, avec suppression du droit préférentiel de souscription, par apport en numéraire, à l'un des partenaires commerciaux de la Société, la société GameSpy Industries Inc., une société de droit californien, ayant son siège social 18002 Skypark Circle, Irvine, CA 92614-6429 USA ("GSI"). Cette augmentation de capital réservée a été réalisée au prix de 30 francs par action (prime d'émission de 25 francs par action comprise) par la création de 418 620 actions de 5 francs de nominal représentant 2 % du capital et des droits de vote de la Société à cette date.

Date	Nature de l'opération	Nbre d'actions	Nbre d'actions cumulé	Valeur nominale de l'action	Prime d'émission en francs	Montant de l'augmentation de capital (prime d'émission comprise)	
						Par apports en numéraire En FF	Par apport en nature en FF
1/12/99	Création de la société	5000	5000	100		500 000	
24/02/00	Division de la valeur nominale		25 000	20			
30/03/00	Augmentation de capital par apport en nature du " game service " de la société UBI SOFT ENTERTAINMENT (1)	1 000 000	1 025 000	20			20 000 000
30/03/00	Augmentation de capital par apport en numéraire	4 000 000	5 025 000	20		80 000 000	
31/03/00	Division de la valeur nominale		20 100 000	5			
28/04/00	Augmentation de capital réservée à personnes dénommées	376 000	20 476 000	5	7 520 000	9 400 000	
03/05/00	Augmentation de capital réservée à personnes dénommées	455 000	20 931 00	5	11 375 000	13 650 000	
25/05/00	Augmentation de capital réservée à la société GameSpy	418 620	21 349 620	5	10 465 500	12 558 600	

(1) le "game service" est la mise en œuvre de services informatiques permettant à des Internautes de jouer à plusieurs en ligne.

Opérations de réorganisation juridique engagées par la Société en 2000

Deux opérations ont été engagées en l'an 2000 :

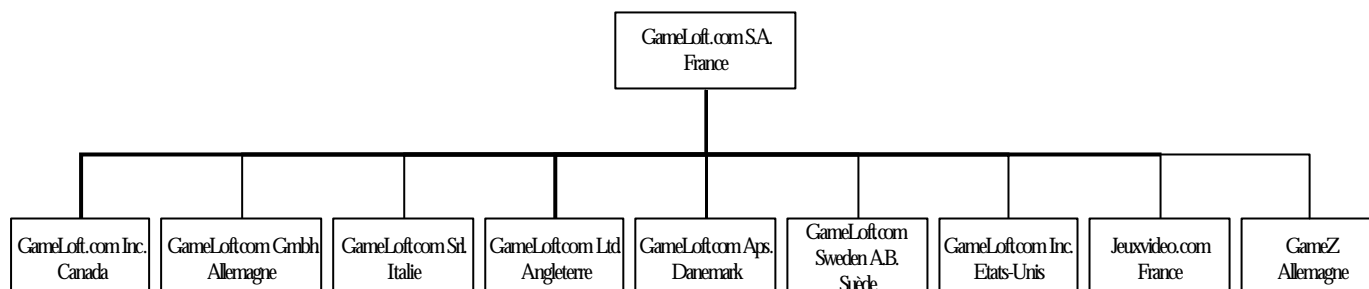
- le transfert du siège social
- l'augmentation de capital par apport en nature du " Game Service " de la société UBI SOFT ENTERTAINMENT.

L'Assemblée Générale Extraordinaire du 24 février 2000 a transféré le siège social de Paris (75002) 35, rue Greneta à Rennes (35207) 107, Avenue Henri Fréville.

L'Assemblée Générale Extraordinaire du 30 mars 2000 a approuvé l'apport du Game Service de la société UBI SOFT ENTERTAINMENT évalué à 20 000 000 de francs, et a rémunéré cet apport par l'émission de 1 000 000 d'actions de 20 francs de nominal chacune entièrement libérée.

Le rapport du Commissaire aux Apports est tenu à la disposition des actionnaires à l'adresse commerciale de GameLoft (35 rue Greneta 75002 Paris).

3.2.5 Structure de la Société à la date du 29 mai 2000



3.2.6 Répartition du capital et des droits de vote au 9 juin 2000

	<i>Répartition avant introduction</i>			<i>Répartition après introduction</i>		
	Nombre de titres	%	% DDV	Nombre de titres	%	% DDV
UBI SOFT ENTERTAINMENT S.A.	4.000.000	18,73 %	18,73 %	4.000.000	16,68 %	16,68 %
GUILLEMOT CORPORATION S.A.	4.000.000	18,73%	18,73%	4.000.000	16,68 %	16,68 %
UBI Participations S.A.	49.880	0,23 %	0,23 %	49.880	0,21 %	0,21 %
Guillemot Participations S.A.	49.880	0,23 %	0,23 %	49.880	0,21 %	0,21 %
Claude Guillemot	2.320.040	10,87 %	10,87 %	2.290.040	9,54 %	9,54 %
Michel Guillemot	2.320.040	10,87 %	10,87 %	2.290.040	9,54 %	9,54 %
Yves Guillemot	2.320.040	10,87 %	10,87 %	2.290.040	9,54 %	9,54 %
Gérard Guillemot	2.320.040	10,87 %	10,87 %	2.290.040	9,54 %	9,54 %
Christian Guillemot	2.320.040	10,87 %	10,87 %	2.290.040	9,54 %	9,54 %
Yvette Guillemot	200.020	0,94 %	0,94 %	200.020	0,83 %	0,83 %
Marcel Guillemot	200.020	0,94 %	0,94 %	200.020	0,83 %	0,83 %
GameSpy	418 620	1,96 %	1,96 %	418 620	1,75 %	1,75 %
Salariés	831 000	3,89 %	3,89 %	981 000	4,09 %	4,09 %
Public	0	0 %	0 %	2 645 305	11,02 %	11,02 %
TOTAL	21 349 620	100 %	100 %	23 994 925	100 %	100 %

Les titres GameLoft détenus par les sociétés Ubi Soft Entertainment S.A. et Guillemot Corporation S.A. seront apportés respectivement aux sociétés Ubi Ventures S.A. et Guillemot Ventures S.A.

3.2.7 Engagement de conservation des titres

3.2.7.1 Engagement des actionnaires dirigeants

Les actionnaires dirigeants se sont engagés à conserver pendant un an, 80% des actions détenues directement ou indirectement au jour de l'introduction de la Société, soit globalement 15 560 160 actions.

Cet engagement d'immobilisation sera signifié au Teneur de Compte. Ces actions resteront détenues sous la forme nominative. Les titres mis à la disposition de l'Introducteur – Teneur de Marché dans le cadre du Contrat de Tenue de Marché ne sont pas concernés par cet engagement.

3.2.7.2 *Engagement des actionnaires salariés*

Les actionnaires salariés se sont engagés à conserver 100 % des titres souscrits par ces derniers les 28 avril et 3 mai 2000 pendant une période d'un an à compter de la date de première cotation de la Société soit le 8 juin 2001.

Cet engagement d'immobilisation sera signifié au Teneur de Compte. Ces actions resteront détenues sous la forme nominative.

3.2.7.3 *Engagement de la société GameSpy*

La société GameSpy s'est engagée à ne pas céder ses titres à d'autres actionnaires qu'aux actionnaires dirigeants de GameLoft. A cette fin, les actionnaires dirigeants ont consenti, à titre personnel, à la société GameSpy une promesse d'achat, à un prix de marché, portant sur les 418 620 actions GameLoft.

Dans le cas où la société GameSpy lèverait cette promesse d'achat au cours de la première année suivant l'introduction, les actionnaires dirigeants s'engagent à conserver ces titres durant la période résiduelle entre la date de levée de cette promesse et la date correspondant à la fin de l'année suivant l'introduction de la Société.

3.2.8 Pacte d'actionnaires

Il n'existe pas à ce jour de pacte d'actionnaires.

3.2.9 Titres et actifs nantis

Néant.

3.3 Dividendes

La Société n'a procédé à aucune distribution de dividendes depuis sa création. La Société a, par ailleurs, l'intention d'affecter tous les fonds disponibles au financement de ses activités et de sa croissance et n'a, en conséquence, pas l'intention de distribuer des dividendes dans un futur proche.

Conformément aux dispositions légales, les dividendes et acomptes sur dividendes sont prescrits dans un délai de cinq ans au profit de l'Etat.

4 RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ACTIVITE, L'EVOLUTION RECENTE ET LES PERSPECTIVES D'AVENIR DE GAMELOFT

4.1 Présentation de la Société

4.1.1 Fiche d'identité

GameLoft est un centre de services et de contenus sur Internet destiné aux passionnés de jeux vidéo. Implanté mondialement, il est composé d'un réseau de sites totalement adaptés à la culture de chaque pays.

GameLoft permet aux joueurs de se rencontrer, d'échanger et de s'informer en utilisant des applications logicielles spécifiques. Sa mission est de rassembler les fans de jeux, les créateurs, les développeurs ainsi que tous ceux qui se reconnaissent dans ces communautés d'intérêts.

GameLoft développe une approche originale qui consiste à nouer des partenariats avec les producteurs de contenu et les grands portails de l'Internet, et réaliser des acquisitions de sites locaux leaders en terme d'audience, dans le but de générer rapidement une croissance très importante du trafic sur son site et devenir ainsi le premier acteur mondial de ce secteur.

4.1.2 Origine et historique

La Société a été créée le 1^{er} décembre 1999 avec un capital de 500.000 francs principalement apportés par Ubi Participations S.A. et Guillemot Participations S.A..

Une augmentation de capital de 100.000.000 de francs a eu lieu le 30 mars 2000 afin de porter à 100.500.000 francs le capital de la Société. Cette augmentation de capital permet à GameLoft.com S.A. d'accélérer son déploiement sur tous les marchés d'importance (Europe, Amérique du Nord, Asie).

Le développement de GameLoft s'appuie en parallèle sur l'intégration des acteurs locaux ayant déjà développé depuis plusieurs années un trafic important. Ainsi GameLoft a procédé à l'acquisition de Jeuxvidéo.com et Gamez, deux sociétés leader respectivement en France et en Allemagne avec 15 et 20 millions de pages vues mensuelles. Ces sites constituent une base de développement tant en chiffre d'affaires qu'en résultats et perspectives de croissance dans ces pays importants.

4.1.3 L'équipe dirigeante de GameLoft

Gérard Guillemot – Président Directeur Général de GameLoft

Gérard Guillemot, 38 ans, est le co-fondateur en 1985 de Guillemot Corporation dont il assure la responsabilité des achats de jeux pour micro-ordinateurs. En 1986, il crée ensuite avec ses frères la société Ubi Soft. Il y exerce la fonction de Directeur Général Edition et Marketing pendant 6 ans, met en place de nombreux accords de licence et distribution avec des partenaires de tous pays. Il crée ensuite avec son frère Michel les studios de production d'Ubi Soft. Ceux-ci regroupent plus de 1200 personnes réparties dans le monde entier, entre l'Amérique du Nord, l'Asie et l'Europe. Il assure ensuite la Direction des Studios nord-américains pendant 2 ans. Il a été diplômé de l'EDHEC en 1984.

Pascale Mounier – Directrice Administratif et Financier

Pascale Mounier, 37 ans, a travaillé 8 ans à la Direction Administrative et Financière du groupe Sanofi-Synthélabo Recherche regroupant 4600 personnes réparties dans une vingtaine de pays à travers le monde. Après avoir dirigé le Contrôle de Gestion, elle y a exercé la fonction de Secrétaire Générale et s'est occupée des opérations de fusion de Sanofi et Synthélabo, ainsi que de l'acquisition du laboratoire américain Sterling Winthrop. Elle a débuté sa carrière chez HEWLETT-PACKARD dans l'informatique puis le contrôle de gestion et a également travaillé au titre de conseil en gestion et organisation pour le Crédit Lyonnais et un certain nombre de PME. Elle a été diplômée d'HEC en 1984.

Christophe Derennes – Directeur de la Production

Christophe Derennes, 34 ans, a mené toute sa carrière chez Ubi Soft à différents postes de gestion et d'administration. Il a été responsable de l'informatisation du siège Ubi Soft à Paris et y a encadré l'équipe de l'informatique de gestion pendant 5 ans. Il a été à l'origine de l'implantation canadienne d'Ubi Soft en 1997 et en a assuré le poste de Directeur des Opérations. Cette filiale est passée en 3 ans de 2 à 400 personnes.

Nicolas Pajot – Directeur Editorial

Nicolas Pajot, 28 ans, est entré en 1997 chez Ubi Soft en tant que Chef de Projet Internet et Game Service. Il a développé avec son équipe l'activité online pour l'ensemble du Groupe, en particulier les services de jeux multijoueurs d'Ubi Soft pour lesquels il assurait la responsabilité éditoriale et technique. Passionné de jeu vidéo, il est membre actif des communautés hard core gamers aux Etats-Unis. Consultant en Marketing, il a travaillé auparavant pour Transit International et Paperboard Inc. Il est diplômé d'HEC Montréal en 1996.

Alexandre Thabet – Directeur Business Développement

Alexandre Thabet, 27 ans, est entré en 1998 chez Ubi Soft en tant que Chef de Projet. Il a assuré le développement du jeu de course Speed Devils sur Dreamcast, meilleure vente Ubi Soft sur Dreamcast en 1999. Auparavant co-fondateur et Directeur Commercial d'une société de distribution de matériel informatique au Canada, il a également travaillé à des missions de conseil sur la prospection de marché en Australie pour le Groupe canadien de télécommunications Nortel. Il possède un MBA de l'Université de Melbourne (1998), et un BA d'HEC Montréal.

Feisal Maroof - Directeur des Services d'E-commerce

Feisal Maroof, 27 ans, a travaillé de 1995 à 1997 comme analyste dans la banque d'investissement Citicorp Securities de New York. Diplômé d'un MBA de l'Université de Columbia, il entre en 1999 chez Guillemot Corporation en tant que Responsable des Etudes de Marché nord-américaines. Passionné de jeux vidéo et d'Internet, il est fondateur d'une communauté internationale dédiée au jeu Quake.

Emmanuelle Garrido – Directrice des Programmes

Emmanuelle Garrido, 26 ans, est entrée chez Ubi Soft en 1997 en tant que chef de produit Edutainment. Elle a effectué le lancement marketing de nombreux titres d'éditeurs tiers comme Bayard Presse et Discovery Channel et a pris en charge la gamme Rayman Edutainment en 1998. En 1999, elle est devenue Responsable Marketing du département Edutainment. Garante de la cohérence éditoriale du catalogue, elle avait pour rôle d'identifier les titres intéressants pour Ubi Soft tant en France qu'à l'étranger et de définir, en relation avec les éditeurs-tiers, les projets de nouveaux CD-Roms. Elle a été diplômée d'HEC en 1996.

Fabien Senneron – Directeur Technologies

Fabien Senneron, 28 ans, est entré chez Ubi Soft en 1995 en tant que Responsable des développements réseaux. En 1998, il devient responsable informatique des projets sous licence Playmobil et encadre alors une équipe d'une trentaine d'ingénieurs. Il est chargé par la suite de coordonner le développement du nouveau moteur de jeux Open Space tout en assurant les activités R&D dans les domaines des réseaux, de la 3D et du son. Il possède une Maîtrise d'Informatique et un DEA d'Intelligence Artificielle (1995).

Emmanuelle Pommeret – Directrice Général France

Emmanuelle Pommeret, 29 ans, a lancé en 1995 le département multimédia des Editions Hatier. En 1997, elle rejoint le groupe IMP (International Masters Publishers), Vpciste suédois, en tant que Responsable Diversification. Elle entre ensuite chez Ubi Soft en 1998 comme Responsable de la Coordination des équipes de production françaises et devient Directrice Générale de Ludimédia, filiale spécialisée dans la conception de jeux vidéo en 1999. Elle possède une maîtrise de Lettres Modernes et un DESS IAE en gestion et marketing.

4.2 Le marché d'Internet lié à la pratique des jeux vidéo

4.2.1 Internet et les joueurs

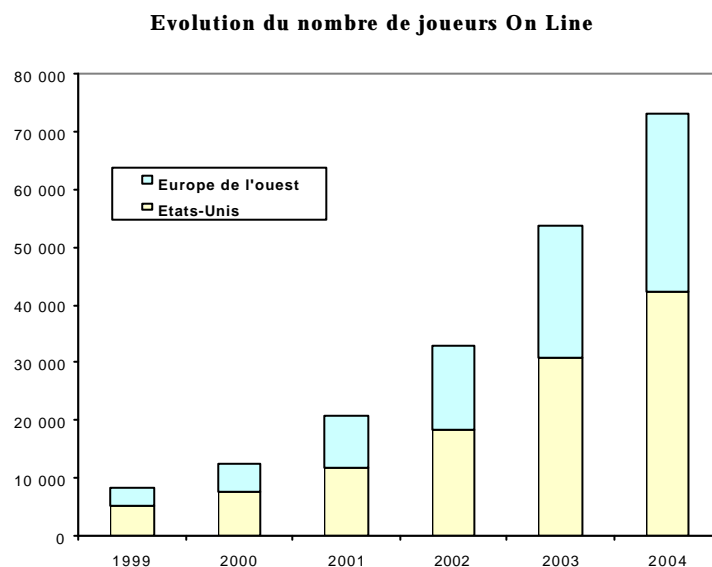
4.2.1.1 Pratique du jeu online : un phénomène culturel majeur

Le jeu vidéo s'est établi, à l'instar de la musique et du cinéma, comme une pratique culturelle majeure. Etre un "gamer" aujourd'hui, c'est être passionné par l'univers du jeu, et reconnaître ainsi son appartenance à un mouvement culturel mondial, qui se caractérise par :

- une implication importante de l'individu dans l'activité ludique interactive, que ce soit en termes de durée, d'énergie ou de budget ;
- un aspect fortement communautaire, structuré autour des notions de performance, de confrontation, d'entraide et de défi.

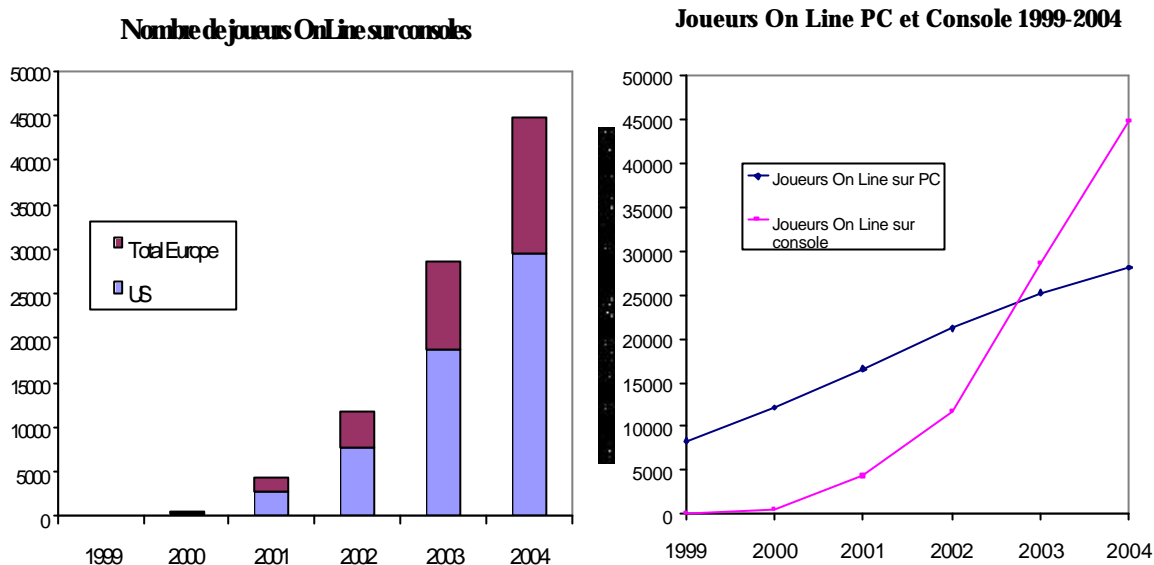
a) Une croissance exponentielle du nombre de joueurs en ligne

Le nombre de joueurs en ligne devrait passer d'environ 10 millions en 1999 à près de 73 millions en 2004.



Source : Datamonitor

b) La montée en puissance des consoles de nouvelle génération



Source : Datamonitor

Source Datamonitor

Jusqu'ici réservé exclusivement au PC, le monde du jeu online s'ouvre aux consoles de nouvelle génération disposant de connexions à l'Internet. Le nombre de joueurs online sur console ne cesse d'augmenter et dépassera même le nombre de joueurs PC avant 2003.

c) Profil démographique des joueurs

Le public des joueurs de jeux vidéo est constitué à 75% d'hommes. La répartition par tranche d'âge se décline ainsi:

Groupe d'âge	%
15-17 ans	21.7
18-20 ans	10.9
21-24 ans	23.0
25-34 ans	19.6
35-49 ans	16.4
50-64 ans	4.4
65 ans et +	1.9

Source : MEDIANGLE

75% des joueurs de jeux vidéo online sont situés dans la tranche d'âge 15-35 ans, cible privilégiée pour de nombreux annonceurs.

4.2.1.2 Les grandes catégories de jeux

Les jeux peuvent être classés en quatre catégories distinctes :

- a) Les jeux d'action, qui mettent à l'épreuve la dextérité et les réflexes du joueur (ex : jeux d'arcade, jeux de course, etc.) ;
- b) Les jeux de simulation, dont la finalité est de reproduire la réalité avec la plus grande précision possible (ex :

simulateurs de vol) ;

c) Les jeux de stratégie, exploitant la capacité de réflexion du joueur (ex: " wargames ", ou jeux d'échecs)

d) Les jeux de rôles qui, en permettant au joueur de revêtir une personnalité virtuelle, mettent en avant les aspects sociaux (ex: " Dungeons & Dragons ").

La tendance actuelle est clairement aux jeux "multi-joueurs ", qui ajoutent une dimension importante à l'expérience ludique : être confronté à de véritables êtres humains.

4.2.1.3 L'évolution de l'Internet

L'Internet voit ses infrastructures s'étendre et s'améliorer autant au niveau technique (les connections haut-débit), qu'économique (un prix fixe et peu élevé pour l'accès) ou qualitatif (la garantie d'un certain niveau de qualité de connexion).

S'ajoutant à cette profonde transformation, la multiplication des plateformes connectées à l'Internet (Pc, console, télévision, téléphone, etc.) rend l'Internet inévitable et omniprésent. Il fait partie tout naturellement de l'environnement du gamer et se positionne, pour eux, comme le point de rencontre privilégié.

4.2.2 Les activités liées à l'univers des jeux online

Le jeu online s'organise autour de trois grands pôles d'activités : le "match-making" (la rencontre virtuelle), le développement de communautés, et l'hébergement de mondes persistants.

4.2.2.1 Le " Match-making " (agence de rencontre virtuelle)

Les activités de "match-making" consistent à faciliter les rencontres entre joueurs dans le but d'organiser des parties de jeux online. Cette activité englobe également l'hébergement et la mise à disposition de serveurs de jeux organisés sous forme de "salles de jeux virtuelles".

4.2.2.2 Le développement de communautés

Les activités de développement de communautés visent à regrouper et à organiser les joueurs passionnés autour d'intérêts communs. Les sites de communautés prennent en charge la "vie " du jeu en fournissant à leurs membres un bouquet de contenus spécialisés et exhaustifs.

Pour ce faire, ces sites misent sur l'implication de l'utilisateur en tant que fournisseur de contenu (le gamer étant spontanément producteur de contenus lié à ses jeux favoris), ainsi que sur la proximité des développeurs avec lesquels ils entretiennent des relations privilégiées.

4.2.2.3 L'hébergement de mondes persistants

Un nouveau phénomène tend à s'imposer : celui des jeux uniquement online (qui ne peuvent se jouer que connectés à l'Internet) : par exemple les jeux à large échelle, qui permettent aux utilisateurs de se confronter à plusieurs centaines d'autres joueurs simultanément au sein d'un monde virtuel "persistant" (qui continue à exister même lorsque le joueur n'est pas présent).

Ces jeux se basent sur le développement des aspects sociaux (coopération, organisation, discussion) en fournissant aux joueurs des structures crédibles nécessaires à leur vie online : règles de fonctionnement, légendes, héros, etc. Pour triompher, les participants s'organisent souvent spontanément en clans ou tribus virtuels.

L'activité de cette troisième catégorie consiste à mettre à disposition une infrastructure permanente pour héberger non seulement les programmes, mais également les données de tous les joueurs.

4.2.3 L'environnement concurrentiel actuel

4.2.3.1 Les agrégateurs de contenu

Qu'ils soient généralistes ou spécialisés, les agrégateurs de contenu ont pour rôle de regrouper, trier et distribuer virtuellement des éléments de contenu online.

4.2.3.1.1 Les portails généralistes

Il s'agit des fournisseurs d'accès Internet (Wanadoo, AOL) ainsi que des grands portails et sites généralistes (YAHOO, VOILA!, MultiMania). Ces pôles importants de trafic sur le net proposent aux internautes (ainsi qu'à leurs abonnés) une série de services et de contenus couvrant une large palette d'intérêts (cinéma, musique, finance, vie quotidienne, etc.).

L'objectif de rétention et de fidélisation du trafic et des clients ("stickiness") impose le développement d'un contenu généraliste de haute qualité au sein duquel le jeu prend une place importante (ex : Yahoo Games, hébergé par YAHOO).

Leur "business model" est basé sur la vente de publicité ainsi que sur le commerce électronique.

4.2.3.1.2 Les portails de jeux spécialisés

Les portails 'hobbyistes', bâtis et administrés par des passionnés, fournissent un contenu et des services hautement spécialisés sur des sujets précis (et souvent pointus), très ciblés "gamer" et organisés autour de communautés d'intérêts fortes. Pour ce faire, ces portails fédèrent une large série de sites affiliés (ex : UGO, GameSpy, IGN).

En mettant l'accent sur l'esprit de partage (l'utilisateur participant activement à la vie du site), et en exploitant leur position privilégiée au carrefour entre développeurs et utilisateurs, ces sites sont en mesure de présenter un contenu pertinent, complet, évolutif et crédible.

Les portails agrégateurs de contenu :

	Généralistes	Spécialistes
Qui sont-ils ?	YAHOO, Wanadoo, AOL, etc...	GAMESPY, IGN, UGO
Leurs objectifs	La rétention et la fidélisation du trafic et de leurs clients	Drainer du trafic Augmenter leur base d'abonnés
Leur cible	La grande masse des internautes	Les passionnés de jeu
Leur business model	Revenus publicitaires Revenus de e-Commerce Revenus générés par l'exploitation du trafic	Revenus publicitaires Revenus de e-Commerce

4.2.3.2 Les éditeurs de jeux

Ce deuxième groupe d'acteurs comprend, d'une part, les éditeurs et développeurs de jeux "traditionnels" qui oeuvrent sur des plates-formes majoritairement offline, et, d'autre part, leurs homologues purement Internet.

4.2.3.2.1 Editeurs “ traditionnels ”

Les éditeurs “ traditionnels ” de jeux vidéo (Infogrammes, Konami, Ubi Soft...) publient et distribuent leurs produits dans le commerce. Leur présence sur internet revêt trois formes distinctes :

- a) L'exploitation online de sites sur les produits qu'ils distribuent : elle est directement liée à leurs activités commerciales et répond généralement à des impératifs de promotion et de marketing (ex : sites de présentation de produit).
- b) Le développement de certains services gratuits, éléments de valorisation de leurs produits (ex : service de matchmaking “ Battlenet ” de Havas).
- c) L'hébergement de jeux online dont l'accès est payant, basé sur un modèle d'abonnement ou de “ pay-per-play ” (ex : le jeu “ EverQuest ” hébergé par SONY).

L'objectif online des éditeurs de jeux vidéo est, à l'heure actuelle, triple : tout d'abord, faire la promotion de leur catalogue de jeux, ensuite tirer un revenu de l'exploitation et l'hébergement des jeux online payants, et enfin enrichir le contenu de leurs jeux en les dotant d'une “ extension ” Internet.

Leur “ business model ” se base majoritairement sur les ventes de jeux additionnelles générées par les services offerts et des revenus d'abonnements.

4.2.3.2.2 Editeurs online

Les éditeurs online offrent une série de jeux grand public destinés à divertir l'utilisateur en l'espace de quelques minutes. Ils mettent à la disposition des internautes une grande quantité de jeux classiques dont les règles de fonctionnement sont bien connues : jeux de cartes, de mots, de plateau, etc.

Leur objectif principal est de drainer du trafic sur le site, afin de générer des revenus de publicité online.

Les éditeurs de jeux :

	“Traditionnels” / offline	Online
Qui sont ils ?	Infogrammes, SONY, Ubi Soft, etc.	Uproar, Pogo
Leurs objectifs	Faire la promotion de leurs produits Vendre des abonnements à leurs jeux Enrichir le contenu des jeux de leur catalogue	Drainer du trafic
Leur cible	Leurs consommateurs	La grande masse des internautes
Leur business model	Revenus des ventes additionnelles de leurs jeux Revenus des abonnements	Revenus publicitaires

4.2.3.2.3 Commerçants électroniques

Les e-tailers (commerçants électroniques) déploient aujourd'hui des sites très attractifs, riches en contenus et en informations dans le but de promouvoir leurs activités commerciales et de drainer du trafic. GamePlay.com, EBWorld ou MicroMania offrent ainsi une série de services gratuits à leurs clients (“ matchmaking ”, site d'information, etc.).

Leur “ business model ” se base sur les revenus tirés de la vente online des jeux, ainsi que sur les revenus publicitaires générés sur le site.

Les commerçants électroniques

Qui sont ils ?	GamePlay.com, EBWorld, MicroMania
Leurs objectifs	Faire la promotion de leur service de e-Commerce Augmenter leurs ventes
Leur cible	Les consommateurs
Leur business model	Revenus des ventes de jeux Revenus publicitaires

4.2.3.3 Positionnement de GameLoft

GameLoft se positionne d'emblée comme un portail de jeux spécialisé doté d'une présence mondiale, qui s'appuie sur quatre activités :

- Le développement d'un contenu spécialisé concernant les centres d'intérêt propres aux gamers (les jeux, les applications, les créateurs, etc.).
- La création et le support de services et d'applications logicielles à l'usage des gamers (service de "matchmaking", administrateur de tribu virtuelle, régleur d'ordinateur, etc.).
- La prise en charge de l'hébergement de jeux à large échelle se déroulant dans des mondes persistants ("massively multiplayer online games").
- Le déploiement de ces activités sur une base internationale en mettant en avant une philosophie à la fois globale et localisée (la "culture gamer" déclinée et adaptée dans chaque région du globe).

Le business model de GameLoft est basé sur la vente de publicité et le commerce électronique ainsi que sur les revenus des services d'e-commerce (ventes aux enchères) et des abonnements.

4.3 L'offre de service GameLoft

La stratégie de GameLoft est de couvrir un ensemble de thèmes de jeux aussi complet que possible afin de satisfaire les attentes de toutes les grandes catégories de joueurs.

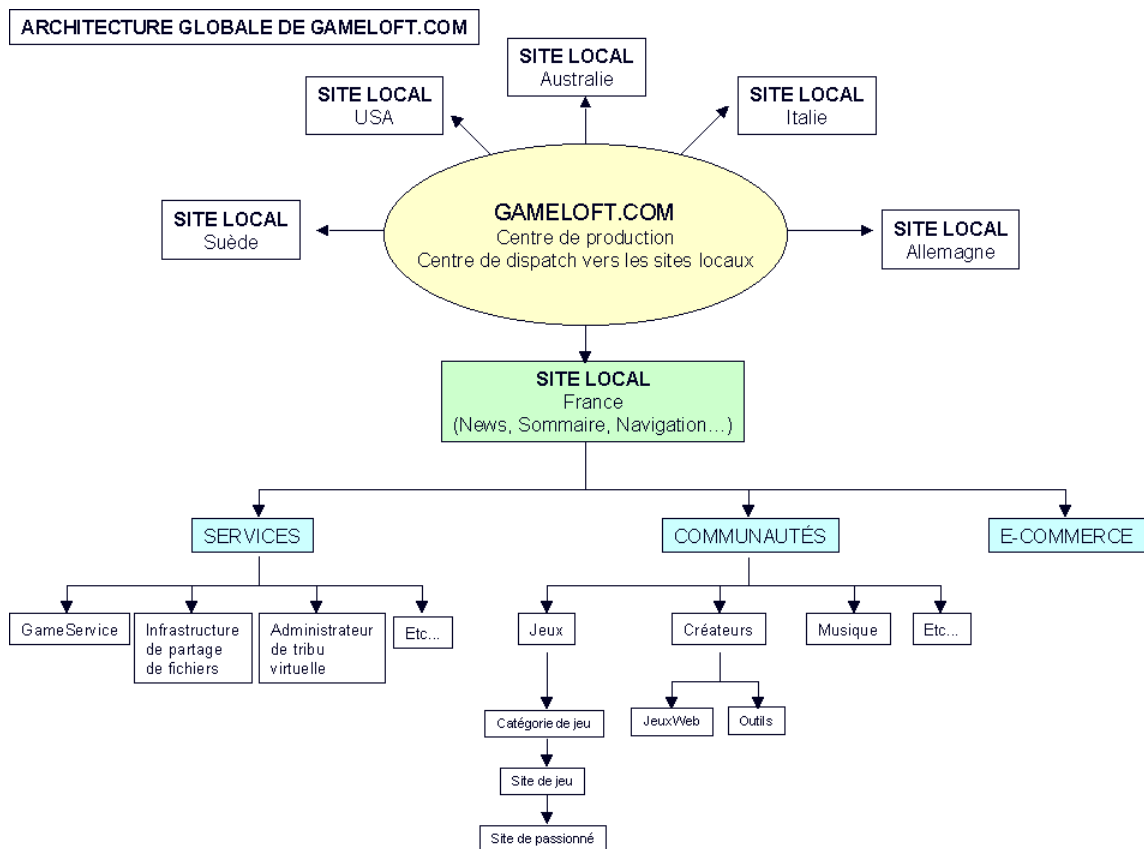
4.3.1 Les sites GameLoft

GameLoft est un réseau de sites répartis dans le monde, supportés par des équipes locales, dont la mission est de développer un contenu adapté à chaque pays et aux gamers qui y vivent. Comprendre les cultures locales permet à GameLoft de réagir rapidement et de façon adéquate aux demandes de chaque région, afin de rester en phase avec tous ses utilisateurs (même langue, même façon d'appréhender le jeu, etc.)

Architecture des sites GameLoft

Chacun des sites locaux est structuré selon le modèle suivant :

- Les sites de communautés : il s'agit d'un réseau de sites regroupant les joueurs autour de pôles d'intérêt spécifiques (ex: les jeux marquants, les créateurs d'applications pour gamers, la musique, etc.).
- Les services : il s'agit d'applications logicielles venant supporter les contenus destinés aux gamers (ex: "matchmaking", outils de communication, services d'échange de fichiers, etc.).
- Les services de commerce électronique : il s'agit de services marchands destinés aux joueurs (ex: un système d'enchères de matériels de jeu).



4.3.2 Les sites de communautés

Conçue comme un système de poupées russes, chaque section de contenus présente de l'information qui remonte du site d'un fan jusqu'à la "vitrine" de GameLoft : la page d'accueil du réseau ou des sites de catégories de jeux. Les conditions pour être hébergé sur GameLoft : parler du jeu, réactualiser souvent son site et mettre le logo GameLoft.

La section "jeux" des sites de communautés peut typiquement contenir quatre niveaux :

- Le niveau du réseau GameLoft, qui présente une information très filtrée provenant d'une sélection pertinente de l'ensemble des contenus des sites qu'il héberge.
- Le niveau des sites de catégories de jeux (ex : Jeux d'action 3D) : le contenu est, à ce niveau, plus spécifique et traite uniquement d'une catégorie de jeux en particulier.
- Le niveau des sites d'un jeu (ex : le site de Quake) présente uniquement des éléments spécifiques à un jeu précis.
- Le niveau des sites de "fans" (ex : le site du fan de "Quake") : au niveau le plus bas de l'arborescence sont hébergés les sites de "fans" qui traitent avec grande précision des points extrêmement précis du jeu.

Le projet Gameloft - Un site de communautés



Chacun des niveaux bénéficie de la richesse des sites situés à des niveaux plus bas pour assurer une couverture optimale des sujets traités, du plus pointu au plus général.

Le contenu présenté dans les sites de communautés provient donc de deux sources :

- a) GameLoft : il s'agit du contenu éditorial développé par les équipes de la Société.
- b) Les joueurs eux-mêmes : il s'agit du contenu fourni par les sites de fans hébergés par GameLoft.

4.3.3 Les services et les applications : la charpente du site

GameLoft assure le développement de services aux joueurs "branchés", basés sur des applications logicielles spécifiques, afin de fidéliser les utilisateurs autour d'outils puissants, utiles à leur vie de "gamer".

4.3.3.1 Pour jouer

Ces services visent l'amélioration des conditions de rencontre et de jeu en ligne.

- a) L'agent de rencontre virtuel et l'avatar ("Matchmaking agent & Avatar")
Service permettant de trouver les meilleures sessions de jeux (connexion et compatibilité des adversaires), et de tenir à jour la "personnalité de joueur" des utilisateurs.
- b) Le renifleur de serveurs ("Server Sniffer")
Service scrutant l'Internet à tout instant afin de dénicher des "sessions de jeux" (tables de jeu virtuelles).
- c) Le régleur automatique d'ordinateur pour une connexion optimale ("Connection Optimizer")
Service permettant d'assurer que les paramètres de réglage de l'ordinateur soient maîtrisés et optimisés afin de maximiser la qualité de connexion et l'expérience de jeu.

4.3.3.2 Pour s'organiser

Ces services facilitent l'organisation et l'administration des individus, de leurs groupes sociaux et des événements qui s'y rattachent.

a) L'administrateur de tribus virtuelles ("Clan Manager")

Service permettant d'organiser des tribus virtuelles dans le but de jouer en équipe, ainsi que de favoriser l'organisation et le développement des communautés.

b) Le calendrier des événements ("Global Calendar")

Service permettant de suivre et de mettre à jour tous les événements globaux, locaux, de clans, individuels, etc.

4.3.3.3 Pour communiquer

Cette famille de services a pour but de faciliter les échanges et interactions entre les joueurs.

a) La liste d'amis ("Buddy List")

Service permettant de savoir ce que font, à tout instant, tous nos amis. Ce service permet ainsi d'entrer en communication avec eux, de les rejoindre rapidement, d'échanger avec eux, etc.

b) Le dialogue en temps réel ("Chat")

Service permettant de discuter avec ses amis en temps réel.

c) Le télé-avertisseur ("Pager")

Service permettant d'envoyer de courts messages à un ou plusieurs destinataires avec une garantie de livraison. Des connections avec les téléphones cellulaires (ainsi que d'autres plates-formes) sont envisagées.

d) Les services de communication à large bande ("Broadband communication tools")

Services de communication utilisant pleinement les possibilités des connexions à haut-débit : utilisation de la voix (talkie-walkie virtuel, téléphonie Internet) et de la vidéo (vidéo conférence).

4.3.3.4 Pour échanger et partager

Ces services facilitent le partage et la mise en commun de ressources entre utilisateurs.

a) Transfert de fichiers ("Peer-to-peer file transfer")

Service permettant l'échange de fichiers entre deux personnes.

b) Infrastructure de partage et mise en commun de fichiers ("File sharing infrastructure")

Service permettant d'obtenir l'accès à une base extrêmement étendue de fichiers en favorisant le partage, l'organisation et la mise en commun de fichiers entre tous les utilisateurs connectés.

4.3.3.5 Pour s'informer

Ces services permettent la diffusion rapide et efficace d'informations liées aux sujets présentés par GameLoft.

a) La barre d'information ("News Ticker")

Service fournissant aux utilisateurs, à la minute, des nouvelles ciblées (en fonction des préférences des utilisateurs).

b) Le service de nouvelles sur les jeux ("Real-time game news")

Service fournissant, en temps réel, des informations pratiques sur tous les jeux supportés par GameLoft.

c) Le tabloïd virtuel ("The Gossip Machine")

Système permettant d'échanger, de publier et de commenter les rumeurs et informations provenant de joueurs

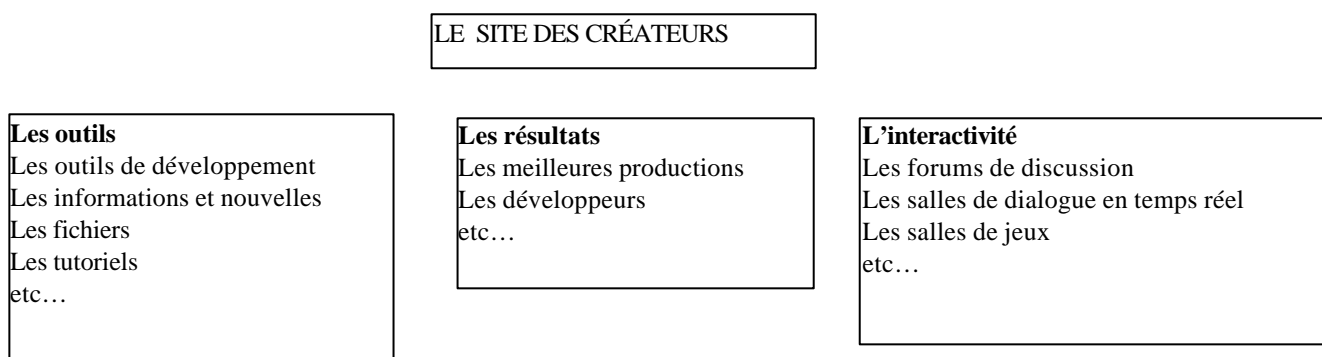
passionnés.

4.3.3.6 La communauté des créateurs

GameLoft assure le développement d'une communauté de créateurs de services, d'applications pour joueurs et de jeux en fédérant les passionnés de programmation, de "bidouille" et de création autour d'un site dédié. L'objectif du site est de devenir le centre de référence pour tous les créateurs d'applications et de jeux sur l'internet.

L'Internet regorge de développeurs indépendants passionnés par les jeux, qui travaillent spontanément sur des applications visant à améliorer l'expérience du joueur online, mais manque cruellement d'un point de rencontre structuré pour cette communauté.

Le site bénéficie de la double expertise de GameLoft en matière de développement d'applications et de jeux, ce qui lui confère pertinence et légitimité.



4.4 Le modèle économique

Le modèle économique de GameLoft repose sur des revenus de publicité et d'e-commerce qui sont générés par un trafic massif (les hypothèses de revenus ainsi que leur répartition font l'objet d'un développement spécifique dans la partie 5.2 du présent prospectus). Ce trafic est obtenu par la mise à disposition d'un nombre très important de pages couvrant des sujets variés et il est accéléré par la mise en place systématique de partenariats avec de grands portails nationaux.

4.4.1 Le site de communautés : contenus et recrutements peu coûteux

L'objectif de GameLoft est de mettre à la disposition des joueurs passionnés un espace de création et d'échanges organisé qui favorise la production spontanée de contenus par les utilisateurs. Ces services, spécialisés et sans cesse adaptés aux dernières nouveautés, attirent constamment de nouveaux fans.

4.4.2 L'approche "Business to Business"

Les partenaires visés par GameLoft sont de deux types :

Les "ISPs" (Internet Service Providers : fournisseurs d'accès à Internet ("FAI")) : ils proposent des connexions à Internet.

Les portails : ils regroupent différents thèmes et rubriques sur un même site.

Les fournisseurs d'accès et les grands portails sont très intéressés par la qualité et l'originalité de l'offre

GameLoft et par sa capacité à drainer et fidéliser un public cible.

4.4.2.1 Les fournisseurs d'accès

Les fournisseurs d'accès proposent des connexions à l'Internet dont l'offre se différencie par le prix, le type de connexion, la couverture géographique et les services offerts.

Ce secteur est caractérisé par un grand nombre d'acteurs :

Pays	Population (en millions)	Nombre d'abonnés (en millions)	Nombre d'utilisateurs	Nombre de FAI	Nombre d'abonnés/ Nombre de FAI
Belgique	10,16	0,3	0,43	140	2 143
Italie	57,61	1,1	3,1	500	2 200
Espagne	39,34	1,8	2,5	600	3 000
Suisse	7,26	0,5	1,2	150	3 333
Finlande	5,15	0,5	1,4	65	7 692
Pays-Bas	15,70	1	1,9	130	7 692
France	58,89	1,6	2,2	200	8 000
Norvège	4,4	0,6	1,2	60	10 000
Royaume Uni	59,1	3	10,6	300	10 000
Allemagne	82,26	6,5	8,1	600	10 833
Suède	8,9	1,6	2,9	80	20 000

Source : *Journal du Net*

En dehors des pays du Nord de l'Europe, où le marché des ISP est plus concentré du fait d'une plus grande maturité de l'Internet, on constate :

- un marché atomisé avec un nombre important d'ISP,
- un taux moyen d'abonnés par ISP relativement faible.

Face à cette situation, deux stratégies complémentaires s'imposent aux ISP pour accroître le nombre de leurs utilisateurs et par conséquent leur rentabilité :

- le rapprochement et la concentration,
- l'enrichissement et la différenciation du contenu afin d'attirer plus de clients, de les fidéliser et de réduire le taux de résiliation ("Churn").

Cette stratégie est en adéquation avec le profil de leurs revenus. En effet, les ISP qui interviennent aujourd'hui sur un marché extrêmement concurrentiel recherchent constamment des moyens de valoriser et de différencier leur offre.

Le Business Model des ISP repose sur 4 catégories de revenus :

- les abonnements,
- les reversements télécoms,
- la publicité, le sponsoring ...
- l'e-commerce (direct ou indirect au travers du reversement d'une marge d'intermédiation).

GameLoft est pour les ISP un moyen de différencier leurs offres et par là même, d'accroître leurs revenus. Dans cette optique, l'apport de GameLoft aux ISP se fait sur ces 4 niveaux de revenus :

- Modèles concentrés sur les abonnements : il ne se justifie que si l'ISP est en position d'offrir un contenu étoffé. GameLoft permet d'enrichir la gamme de contenus offerts et donc, d'étendre la cible de l'ISP.

- Les reversements télécoms : ils sont proportionnels au temps passé. Le contenu permet d'augmenter la durée de connexion (Stickiness) et donc d'accroître leurs revenus.

- La publicité : le niveau de revenu est directement lié au niveau d'audience et de ciblage du site (ex. : le Coût Pour Mille pages vues ("CPM") varie de 10 à 31 euros pour une bannière positionnée sur un portail, 19 à 55 euros pour des sites de contenus et 50 à 90 euros pour un site à contenu vertical, *source : Jupiter Communication*). Ces éléments mettent en évidence l'intérêt de GameLoft dont l'audience est ciblée.

- l'e-commerce : nécessite une audience parfaitement identifiée et ciblée pour permettre une adéquation de l'offre au profil des internautes présents.

4.4.2 Les portails

Les portails peuvent être considérés comme des pôles stratégiques sur l'Internet. Ils génèrent du trafic en offrant une gamme de contenus et services. La cible de ces portails varie entre un public très large pour les portails généralistes et horizontaux (yahoo, AOL.com...) à très spécifique pour les portails thématiques et verticaux (site pour femmes gamer...).

Plusieurs ISP ont un portail attaché à leur service.

Parmi les principaux portails européens, seul Yahoo gagne de l'argent aujourd'hui. L'ensemble des portails a une nécessité absolue d'augmenter sa part d'audience (sur le modèle de la télévision) et donc la qualité de son contenu afin de maximiser les revenus qui sont de deux ordres :

- la publicité ; et
- l'e-commerce.

Dans cette optique, GameLoft apportera aux portails les moyens d'augmenter leurs revenus par :

- une augmentation de leur audience par un contenu de qualité ;
- une augmentation de la durée de connexion des internautes, et donc de leur fidélité ;
- une offre ciblée, permettant de maximiser le prix de vente des espaces publicitaires, et d'augmenter leurs revenus e-commerce par une offre en adéquation avec le profil des internautes.

4.4.3 Les sources de revenus

L'objectif de GameLoft est de se positionner en tant que partenaire des portails généralistes et des ISP en intégrant dans l'offre de ces derniers la plate-forme de contenus et de services spécialisés GameLoft.

L'essentiel des revenus de GameLoft proviendra du partage des revenus générés par ces partenariats.

Les sources de revenus sont de divers ordres :

4.4.3.1 La publicité et le marketing direct

Le public de GameLoft étant très spécialisé, la société est en mesure de proposer aux annonceurs une cible très bien déterminée, et de ce fait, de négocier des prix de bandeau de publicité élevés. Par ailleurs, cette cible se situe parmi les consommateurs les plus intéressants.

L'univers et les technologies du jeu vidéo permettent en outre de réaliser des espaces publicitaires originaux et variés, renforçant l'impact des messages (animation, son, interactivité,...).

Parmi les services GameLoft, le gamer pourra demander à être exposé à des annonces ou informations publicitaires concernant un domaine précis pour lequel il a un attrait particulier : abonnements à des jeux persistants, achats de matériel pour mettre à niveau son équipement, ou autres. Cette démarche intentionnelle présente une forte valeur commerciale du fait de la démarche pro-active du gamer.

GameLoft, par l'intermédiaire d'une équipe commerciale dédiée, met en œuvre tous les moyens nécessaires à une bonne appréhension et compréhension de son public, de manière à rentabiliser au maximum ses espaces publicitaires.

4.4.3.2 Commissions sur le e-commerce

En combinant l'offre de ses partenaires locaux à celle d'Ubi Shop et de Guillemot Shop, GameLoft compte offrir une sélection de produits à la fois adaptée à sa cible, ses partenaires et ses différents marchés locaux.

4.4.3.3 Revenus d'hébergement

GameLoft disposant d'une base de serveurs dans tous les grands pays représente une opportunité pour les éditeurs qui souhaitent apporter une meilleure connexion à leurs clients pour leurs jeux à large échelle. GameLoft, en mutualisant les frais d'hébergement avec plusieurs jeux ainsi qu'avec ses propres sites propose une solution plus économique pour des éditeurs n'atteignant pas la taille critique locale pour s'implanter.

4.4.3.4 Autres sources de revenus

D'autres revenus seront générés via différentes applications et services tels que des jeux d'abonnement, des services de ventes aux enchères pour gamer (e-bay), du pay-per-play, etc. L'ensemble des revenus sera partagé entre ses différents partenaires ISP et portails mais aussi fournisseurs de contenus et services.

4.5 La stratégie de développement

La stratégie de développement de GameLoft s'articule autour de deux phases successives. La première est de se construire une position d'acteur leader du marché, en créant la référence en matière de jeux online dans de nombreux pays. La seconde est de s'appuyer sur cette position pour déployer un éventail de services à forte valeur ajoutée et d'étendre l'offre à d'autres domaines.

4.5.1 Objectifs et moyens de départ

4.5.1.1 Objectifs

GameLoft a pour but de prendre la position de leader dans les principaux marchés, et ce dès la première année. Compte tenu de la particularité du monde de l'Internet, cette ambition requiert :

- la mise en place d'une organisation internationale puissante, le plus rapidement possible, pour exploiter et maintenir l'avance sur les concurrents
- la création d'une plate-forme de jeux reconnue et riche en contenus, pour générer un trafic très important.

L'objectif de GameLoft est de compter plus d'un million de membres à la fin du premier exercice, puis cinq et quinze millions pour les deux exercices suivants.

4.5.1.2 Atouts

4.5.1.2.1 GameLoft : une émanation des groupes Ubi Soft Entertainment et Guillemot Corporation

Du fait de son adossement aux Groupes Ubi Soft Entertainment et Guillemot Corporation au démarrage de son activité, GameLoft dispose d'atouts d'importance :

- a) Une mise de fonds de départ conséquente pour permettre de créer les fondamentaux d'une structure solide :
- recrutement de profils de seniors et d'experts sur lesquels la société peut s'appuyer pour se construire,
 - installation des entités dans les pays de départ,
 - constitution du studio de production.
- b) Un support approprié pour un déploiement international d'envergure sur tous les marchés d'importance (Europe, Amérique du Nord, Asie), par la présence des Groupes Ubi Soft et Guillemot dans plus de 16 pays :
- bonne appréhension du marché local et de ses spécificités ;
 - liens privilégiés avec tous les acteurs locaux : médias, institutionnels, partenaires technologiques, etc. ;
 - expérience des structures entrepreneuriales et du marché du travail locaux.

GameLoft s'est ainsi implanté dans 8 pays en 6 mois d'exercice.

- c) De nombreuses opportunités d'acquisition de contenus du fait de la notoriété des Groupes Ubi Soft et Guillemot et de leur bonne connaissance des communautés de développeurs :
- négociation de contrats d'exploitation ou d'hébergement de jeux,
 - relations privilégiées avec des sites de communauté importants,
 - contacts avec des développeurs d'applications.

4.5.1.2.2 GameLoft : un bon " timing "

C'est le moment approprié pour commencer une activité de jeux Internet, sachant que le secteur arrive tout juste à maturité aux Etats-Unis, confirmant la validité du créneau, tout en restant un secteur peu occupé pour le moment.

L'effervescence du marché américain autour du jeu online et l'arrivée de consoles de nouvelle génération dotées de fonctionnalités online laissent présager, avec une assez bonne visibilité, l'extension du phénomène en Europe et en Asie dans un futur très proche.

4.5.2 Première étape de développement

La première étape de développement de GameLoft vise à atteindre un premier palier de croissance, constituant une base de référence à partir de laquelle s'appuiera le développement ultérieur.

La stratégie de développement de cette phase consiste à mener en parallèle, et avec un rythme soutenu :

1. la constitution d'une offre de contenus ;
2. la constitution d'un réseau commercial international, chargé également d'adapter l'offre aux spécificités locales ; et
3. la signature d'accords de partenariat avec des fournisseurs d'accès et de grands générateurs de trafic.

4.5.2.1 Constitution d'une offre de contenu et de services spécialisés

Dans cette première étape de développement, l'offre GameLoft est alimentée par quatre canaux, qui, mis en oeuvre simultanément, doivent permettre d'étayer rapidement le contenu et les services à destination des gamers :

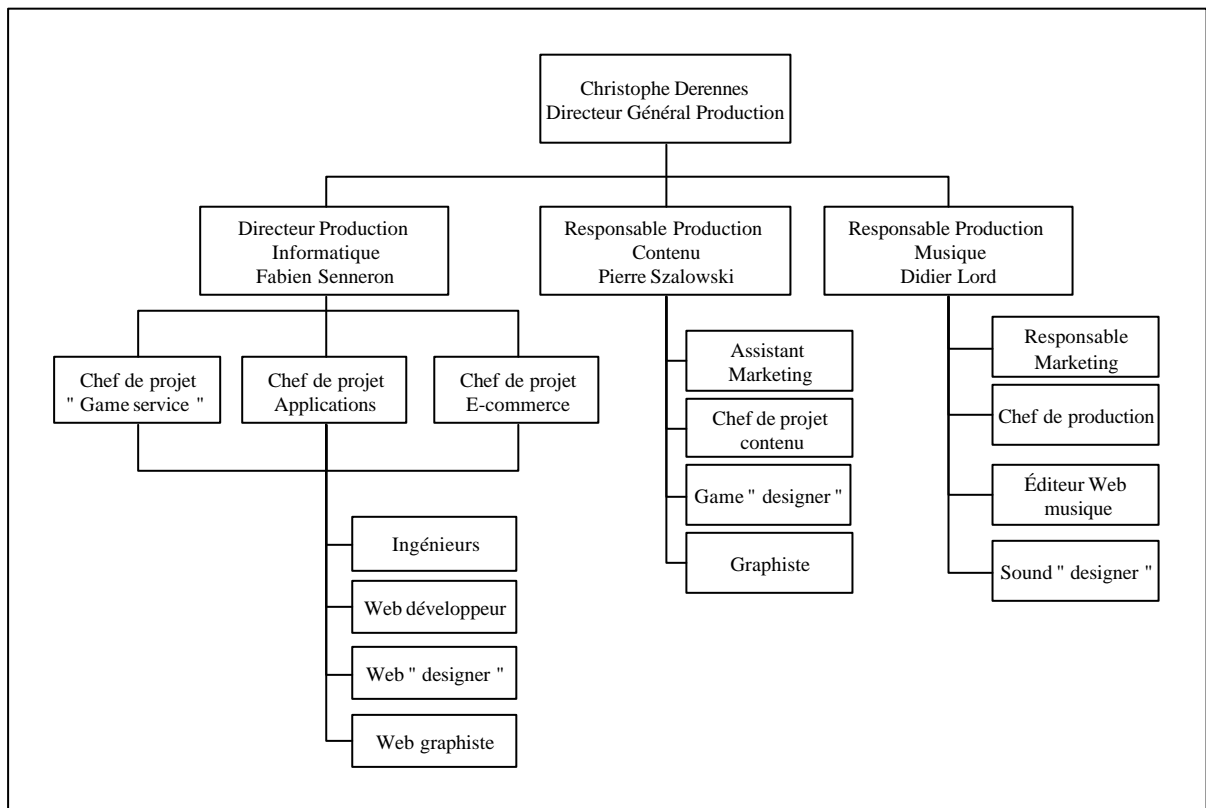
- le studio de production interne ;
- des acquisitions de sociétés dans divers pays ;
- la signature de licences d'exploitation ; et
- l'alimentation du site par les utilisateurs eux-mêmes.

4.5.2.1.1 Création d'un studio de production interne

L'offre de services GameLoft est développée à partir d'un studio de production interne basé à Montréal (Canada), dont la mission principale est de fournir des applications exclusives et du contenu de très haut niveau pour tous les pays. La qualité et la diversité du service destiné aux gamers étant fondamentales pour le projet, l'ambition de GameLoft est de doter ce centre de spécialistes expérimentés, qui seront à même de piloter et orienter les travaux de l'ensemble de l'équipe, et coordonner, si nécessaire, des équipes locales de développement basées dans chaque filiale.

Ce studio est composé actuellement de 30 designers et ingénieurs, et l'équipe doit s'étoffer rapidement pour atteindre 80 personnes à la fin de l'année.

La localisation géographique de ce centre permettra de profiter des subventions du gouvernement canadien, et d'en réduire, de ce fait, significativement les coûts.



4.5.2.1.2 Opérations en capital

La croissance externe permet de faire rapidement un effet de levier sur l'offre, par :

- achat ou prise de participations dans des sociétés de contenus de jeux (sites de communautés, de contenus, de jeux thématiques),
- achat ou prise de participations dans des sociétés oeuvrant dans des domaines connexes (sociétés spécialisées dans le développement d'applications).

Outre l'exploitation du contenu, les synergies avec GameLoft seront recherchées, tant en termes d'activité que d'organisation, augmentant de ce fait la vitesse d'implantation, les perspectives de revenus, et réduisant les coûts d'exploitation.

4.5.2.1.3 Accords de licences ou d'acquisition de contenus

L'acquisition de licences d'exploitation de sites de contenus ou d'applications permet d'accélérer le développement de la plate-forme GameLoft. Ces accords sont travaillés activement soit sur le plan international (via la structure de Business Développement), soit sur le plan local (via les filiales).

A ce jour, des négociations sont en cours pour des achats de licences d'un certain nombre de contenus. Se référer aux annexes pour les accords signés à ce jour.

4.5.2.1.4 Alimentation du site par les utilisateurs eux-mêmes

L'essence même d'un site de communautés est de faire participer les utilisateurs à son enrichissement. La stratégie de GameLoft autour de ce phénomène est de stimuler la création, de trier les contenus et de les présenter de manière à en faire profiter l'ensemble des utilisateurs.

La pratique de ce mouvement communautaire au plan international est l'une des grandes originalités du projet GameLoft :

- elle démultiplie l'offre des sites locaux,
- elle permet le partage des meilleurs contenus,
- elle permet de générer un trafic important.

4.5.2.2 Constitution d'un réseau mondial d'équipes locales

Bien que l'Internet abolisse les notions de frontières, GameLoft souhaite disposer de relais locaux par l'intermédiaire de filiales propres. En effet, ce point apparaît comme un élément clé en terme d'offre pour les gamers :

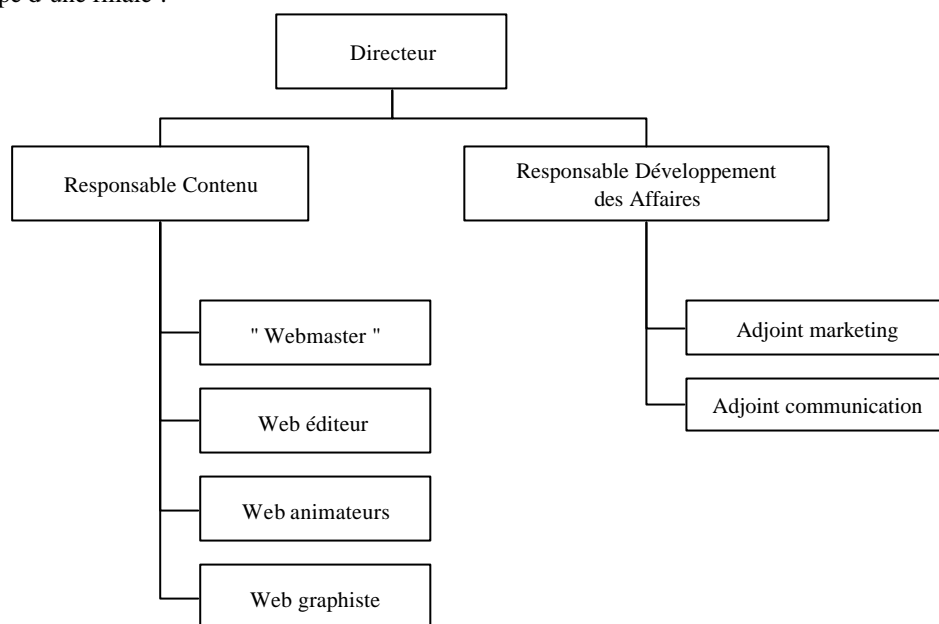
- 0 - fournir des services dans la ou les langues du pays ou de la région,
- 1 - minimiser les temps de réponse,
- 2 - coller au plus près à l'évolution du marché local.

En outre, cette présence internationale offre une position de choix pour être à l'affût des opportunités locales, gage de richesse et de diversité du service et du contenu fourni aux gamers.

Chaque filiale locale est organisée en centre de profit, et dispose de ce fait d'une large autonomie en termes de moyens. Elle est chargée d'appliquer la politique et les méthodes définies par le Groupe GameLoft, et œuvre selon ses procédures opératoires, tant sur le plan commercial que sur le plan administratif.

GameLoft a aujourd'hui des salariés dans 8 pays et sera présent dans 15 pays avant la fin de l'année.

Organigramme type d'une filiale :



4.5.2.3 *Partenariats avec des fournisseurs d'accès et de grands générateurs de trafic*

Du fait d'une part de la qualité et de l'originalité de son offre et d'autre part des perspectives de génération de trafic, GameLoft est en bonne position vis-à-vis des fournisseurs d'accès et des portails généralistes pour négocier des accords de partenariat équilibrés.

Ces accords, souvent exclusifs, développent la notoriété du site et sont le point de départ d'un trafic important.

L'enjeu en terme de revenus du Business to Business est considérable, c'est pourquoi GameLoft s'appuie sur une structure centrale dédiée : le Business Développement. La mission principale de cette équipe est de rechercher, susciter et entretenir des relations privilégiées avec tous les acteurs du Business to Business, et de nouer, lorsqu'ils sont en adéquation avec la stratégie du Groupe, les accords commerciaux ad hoc, visant :

- des commissions sur publicité ;
- des commissions sur e-commerce ; et
- des commissions sur vente aux enchères.

En relais à cette structure internationale, les filiales disposent également d'un pôle de Business Développement plus axé sur les acteurs de chaque marché local ou régional.

L'objectif du site de chacun des pays est de démarrer son activité avec un accord de partenariat de ce type.

Un certain nombre d'accords sont conclus à ce jour, de nombreux autres sont en négociation (Se référer aux annexes pour les accords signés à ce jour).

4.5.3 **Seconde étape de développement**

La seconde étape de développement de GameLoft consiste à s'appuyer sur le trafic existant pour :

a) Enrichir l'offre de contenus GameLoft en hébergeant et en exploitant des grands jeux persistants à large échelle.

b) Mettre en place une infrastructure de commerce électronique et vendre des services spécialisés aux utilisateurs.

c) Étendre l'utilisation des applications développées à d'autres thèmes et communautés d'intérêt.

Du fait de la concrétisation à ce jour d'accords significatifs entre GameLoft et divers types de partenaires, cette deuxième étape est d'ores et déjà amorcée.

4.5.3.1 Hébergement de grands jeux persistants à large échelle

Ces jeux, qui permettent à des centaines de joueurs de s'affronter ou de coopérer dans des mondes persistants, constituent une force importante sur le marché des jeux en ligne. Fonctionnant sur un système d'abonnement, ils seront pour GameLoft une importante source de revenus.

4.5.3.2 Exploitation du trafic généré

GameLoft utilisera le trafic généré comme un puissant levier de développement et d'exploitation de services payants tels que :

a) La mise en place de services de commerce électronique :
par exemple, un système de ventes aux enchères spécialisé pour les gamers.

b) La vente de services spécialisés :
par exemple, des abonnements spéciaux donnant accès à des services "premium", comme l'accès à des serveurs dédiés de haute qualité, ou à un système de sauvegardes sur serveurs centraux.

4.5.3.3 Extension de l'utilisation des applications

Les applications logicielles et services développés par GameLoft pour les joueurs peuvent voir leur utilisation élargie à d'autres sphères d'intérêts. Il est ainsi envisageable de les transposer à des domaines autres que le jeu.

Une infrastructure de partage de fichiers, par exemple, peut servir autant à un joueur (qui veut échanger ses derniers fichiers) qu'à une famille (qui veut mettre en partage photos et vidéos).

Les applications logicielles seront ainsi adaptées aux besoins de nouveaux utilisateurs. Il sera alors envisageable de développer des sites de contenu, ainsi que des communautés autour de ces nouvelles utilisations.

4.6 Rôle de la Société

La Société a pour fonction de définir la stratégie générale du groupe et de coordonner l'activité des différentes filiales.

Filiales	Pays	Capital	Date de création	Adresse
GameLoft.com Inc	Canada	1000 CAD	8/10/99	5505 Bd St Laurent suite 5000 Montréal
GameLoft.com Inc	US (NY)	1000 USD	3/03/00	45, West 25 th Street 9 th Floor New York NY 10010
GameLoft.com GmbH	Allemagne	50 000 DM	En cours	Zimmerstr.19 40215 Dusseldorf
GameLoft.com A/S	Danemark	500 000 DKK	23/03/00	Nordre Fasanjev,108, 4 th , 2000 Frederiksberg
GameLoft.com SrL	Italie	20 000 000 Lires	31/03/00	Viale Cassala 22, 20143 Milano
GameLoft .com AB	Suède	500 000 SEK	En cours	Birgen Jarlsgadart 16. Box 7418 S 10391 Stockholm

La Société est également propriétaire des marques déposées.

Marques	Pays	Date et n° de dépôt	Classes
GAMELOFT	France/INPI	18/02/00 00/30 11071	9, 16, 25, 28, 38, 41
	Europe /OHMI ¹	24/12/99 001438746	9,16, 25, 28, 38, 41
GAMELOFT	US	21/06/99	9
GAMELOFT	Canada	16/07/99	

Des recherches d'antériorité ont été effectuées autour de la marque GameLoft et n'ont fait apparaître aucun droit antérieur sur cette marque susceptible de remettre en cause son exploitation.

GameLoft est donc propriétaire de l'ensemble des marques relatives à son activité.

GameLoft a demandé une extension de sa marque dans de nombreux pays dont les Etats-Unis, le Brésil, et le Royaume Uni.

GameLoft a déposé plusieurs noms de domaine dont GAMELOFT.COM et GAMELOFT.NET.

¹ La marque communautaire a été créée par le règlement n°40/94 du Conseil des Communautés Européennes. Les demandes de marques communautaires sont présentées auprès de l'Office d'Harmonisation du Marché Intérieur (OHMI) à Alicante en Espagne. Seules les personnes physiques ou morales membres de l'UE ou parties à la convention de Paris ou qui disposent d'un siège, d'un domicile ou d'un établissement dans l'UE, peuvent prétendre à la marque communautaire. L'enregistrement d'une marque communautaire confère à son titulaire un droit exclusif uniforme sur l'ensemble du territoire communautaire de l'UE durant dix ans à compter de la date de dépôt.

Par le biais de ses filiales, elle a également enregistré les noms de domaines locaux :

PAYS	NOMS DE DOMAINES
France	GAMELOFT.fr
Allemagne	GAMELOFT.de
UK	GAMELOFT.co.uk
Italie	GAMELOFT.it
Canada	GAMELOFT.qc.ca
Chine	GAMELOFT.co.cn
Danemark	GAMELOFT.dk

Par ailleurs, le Game service, apporté par Ubi Soft Entertainment, a été déposé auprès de l'Agence pour la Protection des Programmes (APP) qui est l'organisation européenne des auteurs de logiciels et concepteurs en technologie de l'information. Un dépôt du Game service intitulé "dépôt des sources" a été effectué (L'APP entend par source : programme source informatique, matériaux préparatoires, dossier d'analyse et de conception²). L'APP a délivré un certificat d'identification portant le numéro suivant : IDDN.FR.001.290007.00.SP.1999.40000.

4.7 Analyse des risques

4.7.1 Risque lié à la concurrence

GameLoft se trouve en concurrence sur son marché avec d'autres acteurs importants tels que Microsoft, Havas et Electronic Arts. La plupart de ses concurrents sont des acteurs internationaux, GameLoft anticipe que cette concurrence persiste et s'amplifie assez rapidement. Ces concurrents pourraient réaliser rapidement des investissements stratégiques de grande ampleur susceptibles de concurrencer GameLoft. Ces initiatives placeraient la Société, compte tenu de ses moyens limités, dans une situation de désavantage compétitif notamment en terme de stratégie internationale, de maintien de son avance en terme d'offre ou de promotion de nouveaux produits.

4.7.2 Risques liés au réseau Internet

Le réseau Internet par son protocole IP, ses différents acteurs dans le cadre de la mutualisation de la bande passante et l'absence de réseau propriétaire, représente un risque pour la société GameLoft qui ne peut garantir la bonne diffusion de ses données à travers le réseau Internet.

4.7.3 Risques liés à la maîtrise de la croissance

La capacité de la Société à gérer efficacement sa croissance lui imposera de mettre en œuvre, améliorer et utiliser efficacement l'ensemble de ses ressources. Toute croissance d'activité significative risque de soumettre la Société, ses dirigeants et ses équipes à une forte tension. En particulier, la Société devra continuer à développer ses infrastructures, ses procédures financières et d'exploitation, remplacer ou mettre à niveau ses systèmes d'information, recruter massivement, former, motiver, gérer et retenir les collaborateurs clés. La Société a recruté au cours de ces derniers mois plusieurs collaborateurs clés. L'incapacité pour l'équipe de direction à gérer efficacement la croissance aurait un effet négatif important sur le chiffre d'affaires de la Société, ses résultats et sa situation financière.

² Définition donnée sur le certificat délivré par l'APP

4.7.4 Risques liés à la non réalisation du business plan et au risque consécutif de chute de la valorisation

La société GameLoft prévoit une augmentation importante des ventes et profits dans les années à venir. Bien que les business plan de la Société soient fondés sur des analyses de marchés approfondies, rien ne permet d'assurer que ces prévisions internes se révéleront exactes.

Si le succès escompté n'est pas atteint dans un certain délai, cela pourrait avoir un effet néfaste sur la valeur des actions en bourse de GameLoft.

4.7.5 Risques liés à la dépendance vis-à-vis des collaborateurs clés

Le succès de la Société dépend de manière significative du maintien de ses relations avec ses collaborateurs clés. Leur départ ou leur indisponibilité prolongée, pour quelque raison que ce soit, pourrait affecter la Société. Le succès futur de la Société dépendra également de sa capacité à attirer, former, retenir et motiver des collaborateurs disposant de fortes compétences techniques.

La perte d'un ou plusieurs collaborateurs ou dirigeants clés de la Société ou l'incapacité d'attirer de nouveaux collaborateurs de haut niveau pourrait avoir un effet négatif important sur le chiffre d'affaires de la Société, ses résultats et sur sa situation financière.

4.7.6 Risques liés à la création récente

La création récente de la Société rend son évaluation et ses perspectives particulièrement difficiles. Les perspectives de développement de GameLoft doivent être considérées à la lumière des risques qu'encourent fréquemment les sociétés qui sont dans la première phase de leur développement.

Pour prévenir ces risques, la Société doit notamment parvenir à imposer la qualité de son contenu, augmenter son audience, développer et adapter de façon satisfaisante sa stratégie commerciale, continuer à développer et adapter son infrastructure, fournir un service adaptable, fiable, et qui soit supérieur à celui de ses concurrents, recruter, conserver et motiver des collaborateurs qualifiés et réagir au développement de ses concurrents.

C'est dans ce cadre que GameLoft a d'ores et déjà acquis les sociétés Jeuxvideo.com et Gamez, sociétés et sites dédiés aux jeux vidéo, leaders en France et en Allemagne. Ces sociétés assurant une audience, en croissance, et de premier plan au niveau européen.

Par ailleurs, GameLoft a signé un accord exclusif avec la société GameSpy (500.000 visiteurs / jour), lui assurant l'utilisation du contenu développé par cette société (1.500 sites organisés en planètes, par thème couvrant toutes les grandes catégories de jeux vidéo) sur l'Europe, la Chine, l'Australie et le Canada.

Dans le cadre de la politique suivie par GameLoft de développement d'un contenu fort et d'un trafic important sur sa plate-forme, les accords signés avec les sociétés Kasparovchess, Bell Canada-Sympatico, Scandinavia Online et Italia Online permettent à GameLoft.com d'être dès à présent le premier site mondial dédié aux joueurs.

4.7.7 Risques concernant la signature des contrats

Les contrats GameSpy, Kasparovchess, Jeuxvideo.com, Gamez, Scandinavia Online et Italia Online ont fait l'objet d'une signature.

L'accord avec Bell Canada-Sympatico est complètement négocié mais en-cours de closing, et soumis à l'approbation du management de Bell Canada-sympatico.

4.7.8 Dépendance vis-à-vis du développement de la publicité et du commerce en ligne

Le développement des revenus de la Société dépend en grande partie du développement parallèle de la publicité et du commerce en ligne. Une des sources principales de revenus de la Société provient de la vente d'espaces publicitaires sur son site et la Société entend développer cette source de revenus dans le futur.

Les revenus provenant de la publicité représenteront 76,5 % au 31 août 2000 et 63,2 % au 31 août 2001 du chiffre d'affaires net de la Société.

La capacité de la Société à générer des revenus significatifs provenant de la publicité dépendra notamment de la large adoption de l'Internet comme vecteur de publicité, du développement du nombre d'utilisateurs accédant aux services de la Société, et de la capacité de la Société à développer une stratégie marketing adaptée. Il ne peut ainsi y avoir aucune garantie que les annonceurs continueront à acheter des espaces publicitaires à des tarifs équivalents à ceux pratiqués actuellement, et que la Société sera capable d'attirer de nouveaux annonceurs. Enfin, le marché de la publicité sur Internet est encore trop récent pour pouvoir pleinement juger de son efficacité par comparaison aux médias traditionnels.

De plus, la multiplication des emplacements publicitaires sur Internet devrait tirer vers le bas le coût pour mille (CPM) à moyen terme. Toutefois, la Société estime que cette baisse des prix devrait se concentrer sur les sites à faible audience ou peu spécialisés. Les sites dont la popularité et la fréquentation seront établies devraient constituer des supports de publicité incontournables pour annonceurs. De même, la Société estime que les sites ayant une connaissance fine de leurs visiteurs seront en mesure de négocier des prix plus élevés.

Le développement des revenus de la Société dépend également en grande partie du développement continu de l'utilisation d'Internet pour effectuer des achats de produits ou services. L'utilisation d'Internet comme moyen efficace d'effectuer des transactions de détail est encore à un stade récent de développement, et la demande des consommateurs pour des produits et services introduits récemment sur Internet est encore incertaine.

4.7.9 Risques liés aux problèmes de liquidité et de volatilité des cours

L'expérience montre qu'un manque de liquidités dû à un nombre relativement bas d'actions mises sur le marché, entraîne souvent des fluctuations de prix disproportionnées.

De plus, il est possible pour quelques investisseurs d'avoir une influence majeure sur la valeur des actions, tout comme leurs commandes peuvent faire pression sur l'équilibre courant du marché.

Historiquement, les cours des titres des sociétés cotées sur le Nouveau Marché ont également été très volatiles. Le cours de l'action de la Société pourrait se trouver substantiellement affecté par toute annonce future de la Société ou de ses concurrents, ou par la modification des réglementations des marchés financiers en France.

L'attention des investisseurs est également attirée sur le fait que le Nouveau Marché a connu ces dernières années de très importantes fluctuations en termes de prix et de volume qui ont considérablement affectées les cours des titres d'un grand nombre de sociétés, ces fluctuations n'ayant parfois aucun lien avec la performance opérationnelle des sociétés. Ces importantes fluctuations de marché peuvent avoir une incidence défavorable sur le cours de l'action de la Société.

Il n'est pas possible de garantir que les mécanismes de liquidité mis en place à l'occasion de l'introduction en bourse seront suffisants pour écarter des fluctuations importantes du cours de l'action GameLoft et établir une liquidité de l'action. Dans le cadre de l'opération, les actions mises sur le marché représenteront, après l'augmentation de capital concomitante à l'introduction, 11,02 % du capital de la Société, soit 2 645 305 actions.

4.7.10 Risques liés à la nécessité d'obtenir des capitaux supplémentaires

Pour les sociétés qui opèrent sur des marchés en pleine croissance, et plus spécialement le marché de l'Internet, il est souvent impossible de faire des prévisions financières exactes à moyen ou long terme. Etant donné les changements rapides dus à la concurrence, à des repositionnements ou à des changements stratégiques, des besoins supplémentaires en capitaux peuvent être nécessaires à GameLoft.

La Société estime que la croissance de son activité pourrait rendre nécessaire un nouveau recours aux marchés financiers. Une telle augmentation de capital pourrait entraîner la dilution de la participation des actionnaires ne souscrivant pas à l'augmentation de capital.

4.7.11 Risques liés aux acquisitions futures et à l'intégration des acquisitions

La Société prévoit de procéder dans le futur à des acquisitions de sociétés. Ces acquisitions pourraient entraîner une dilution de l'actionnariat actuel de la Société, la constitution d'une dette à long terme, des pertes éventuelles, la constitution de provisions liées à la nécessité de constater une survalueur ou à d'autres immobilisations incorporelles. Elles pourraient aussi avoir un impact négatif sur sa rentabilité.

En outre, toute acquisition implique un certain nombre de risques liés notamment aux difficultés d'intégration des activités, des technologies, des produits, des structures de services et des équipes de la société rachetée.

Par ailleurs, la nécessité pour les dirigeants d'avoir à se focaliser sur ces difficultés au détriment d'autres problèmes de l'entreprise, le risque lié à l'intervention sur des marchés où la Société a peu d'expérience, la gestion d'entités géographiquement éloignées et culturellement différentes et la perte éventuelle de collaborateurs clés de la société rachetée pourraient avoir un effet négatif important sur le chiffre d'affaires de la Société, ses résultats et sa situation financière.

4.7.12 Risques liés à la nature des affirmations positives sur l'avenir

Le présent prospectus contient certaines affirmations positives concernant l'avenir. Ces affirmations renvoient à des événements futurs ou aux performances financières futures de la Société. Elles renvoient également à des risques connus et inconnus, à des incertitudes, et à d'autres facteurs qui sont susceptibles d'engendrer une distorsion entre les résultats réels de GameLoft ou de l'industrie au sein de laquelle elle opère en général et ceux contenus explicitement ou implicitement dans ces affirmations en termes de niveaux d'activité, de performances et de succès. Ces affirmations n'ont qu'une valeur de prévision. Les éléments ou résultats réels constatés peuvent s'avérer différents. Plusieurs éléments, notamment les risques soulignés dans la rubrique "facteurs de risques" doivent être pris en considération lors de l'évaluation de ces affirmations. Ces facteurs peuvent provoquer des différences entre les résultats réels de GameLoft et l'une ou l'autre des affirmations figurant dans le présent prospectus préliminaire.

Bien que GameLoft considère que les attentes reflétées dans ses affirmations positives concernant l'avenir soient raisonnables, elle ne peut garantir les résultats futurs, les niveaux d'activité, la performance ou encore les succès de la Société.

4.7.13 Risques liés à la non antériorité d'actions mises sur le marché

Avant cette offre, les actions de la Société n'ont jamais été cotées.

4.7.14 Risques de dépendance à l'égard de certains contrats

Ce risque est développé de manière spécifique pour chacun des contrats signés dans les annexes concernant les partenariats.

4.7.15 Risques de dépendance à l'égard de certains actionnaires

Il n'y a pas de convention réglementée visée par l'article 101 de la Loi du 24 juillet 1966 ; par contre, il existe un accord d'assistance administrative (comptable, social et juridique) entre GameLoft et Ubi Soft Entertainment qui fait l'objet de facturations mensuelles.

4.8 Litiges

A la connaissance de la Société, il n'existe pas de faits exceptionnels, litiges ou arbitrages susceptibles d'avoir, ou ayant eu dans un passé récent, un impact négatif significatif sur l'activité, les résultats, la situation financière, le patrimoine de la Société et de ses filiales.

5 DONNEES CHIFFREES

5.1 Comptes sociaux GameLoft.com S.A.

5.1.1 Compte de résultat au 29/02/2000

En KF	29/02/2000
Chiffre d'affaires	0
Achats, variation de stock et autres charges externes	224
Salaires	0
Charges sociales	0
Charges d'exploitation	224
Résultat d'exploitation	-224
RESULTAT NET	-224

5.1.2 Bilan au 29/02/2000

En KF	29/02/2000 Net
ACTIF	
Immobilisations incorporelles	5
Immobilisations financières	4
Total	9
Autres créances	49
Disponibilités	492
Total	541
TOTAL	550
PASSIF	
Capital	500
Réserves	0
Résultat	-224
Total	276
Dettes fournisseurs	274
Total	274
TOTAL	550

5.1.2.1 Règles et méthodes comptables

A. Principes comptables

Les conventions générales comptables ont été appliquées dans le respect du principe de prudence conformément aux règles de base :

- continuité de l'exploitation
- permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre
- indépendance des exercices
- et conformément aux règles générales d'établissement et de présentation des comptes annuels.

La méthode de base retenue pour l'évaluation des éléments inscrits en comptabilité est la méthode des coûts historiques.

B. Règles et méthodes comptables

Immobilisations incorporelles

Elles comprennent les frais de constitution de la Société ; ces frais seront amortis à la clôture de l'exercice au 31 août 2000.

Immobilisations financières

La valeur de la participation est appréciée à la fin de chaque exercice en fonction de la situation nette ou de la capacité bénéficiaire de la filiale à cette date. Une provision pour dépréciation est constatée s'il y a lieu.

Rapport des Commissaires aux Comptes sur la situation comptable arrêtée à la date du 29/2/2000

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de votre société, nous avons vérifié les documents comptables de la société GameLoft.com S.A. couvrant la période du 1^{er} décembre 1999, date de sa création, au 29 février 2000 tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Nous avons effectué notre audit selon les normes de la profession ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir une assurance raisonnable que les comptes ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'établissement de la situation comptable, et à apprécier sa présentation d'ensemble.

Nous certifions que les comptes arrêtés à la date du 29 février 2000 sont réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat, ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à cette date.

Fait à Rennes, le [____] juin 2000

LES COMMISSAIRES AUX COMPTES

André METAYER

Roland TRAVERS

5.2 Comptes consolidés pro forma au 15 mai 2000

5.2.1 Compte de résultat consolidé au 15 mai 2000

Compte de résultat en KF	15/05/2000 (estimé)
Chiffre d'affaires	1 322
Production immobilisée	2 449
Produits d'exploitation	3 771
Autres charges externes	2 429
Impôts et taxes	74
Marketing	1 712
Salaires	3 724
Charges sociales	705
Charges d'exploitation	8 644
Résultat d'exploitation	- 4 873
Résultat exceptionnel	0
Résultat avant impôt	- 4 873
Impôt sur les bénéfices	0
RESULTAT NET	- 4 873

5.2.2 Bilan consolidé au 15 mai 2000

En KF	15/05/2000 (e) Net
ACTIF	
Fonds commercial *	276 578
Immobilisations incorporelles	2 449
Autres immobilisations incorporelles	12 000
Total	291 027
Clients	326
Autres créances	0
Disponibilités	26 673
Total	26 999
TOTAL	318 026
PASSIF	
Capital	119 039
Prime d'émission	142 839
Réserves	0
Résultat	-4 873
Total	257 005
Dettes fournisseurs	1 021
Avances en comptes courants	60 000
Total	61 021
TOTAL	318 026

- le fonds de commerce est notamment constitué à hauteur de 80 MF pour Jeuxvideo.com et 176 MF pour Gamez (prise de participation de 100%).

5.2.3 Annexe aux comptes consolidés

1. Principes comptables

a. Principes de consolidation

Les comptes des sociétés contrôlées de façon exclusive par la Société sont consolidés par intégration globale.

Les éliminations des opérations intra-groupe sont réalisées pour toutes les sociétés du groupe suivant les règles applicables en matière de consolidation.

Toutes les transactions significatives entre les sociétés consolidées, ainsi que les résultats internes non réalisés compris dans l'actif immobilisé des sociétés consolidées sont éliminés.

b. Immobilisations incorporelles

Fonds de commerce

Le fonds de commerce comprend tous les éléments incorporels (clientèle, parts de marché, savoir faire....) permettant d'exercer l'activité de la société et son développement.

En cas de valorisation du fonds de commerce inférieure à sa valeur comptable, une provision pour dépréciation serait pratiquée.

Ce fonds de commerce ne sera pas amorti.

Immobilisations incorporelles

Les frais de recherche et développement sont portés dans les immobilisations incorporelles. Ces frais concernent principalement le développement de nouveaux logiciels destinés à être exploités sur les différents sites en ligne. Ils feront l'objet d'amortissement en linéaire sur 3 ans à compter de la mise en ligne des produits et logiciels développés correspondant à ces frais.

c. Clients et comptes rattachés

Les clients et comptes rattachés ont été évalués à leur valeur nominale. Ils font l'objet, le cas échéant, d'une provision pour dépréciation en fonction de l'espérance de recouvrabilité des créances à la clôture.

d. Impôts sur les sociétés

Certains retraitements apportés aux comptes annuels des sociétés consolidées, afin de les mettre en harmonie avec les principes comptables utilisés pour les comptes consolidés, ainsi que certains décalages d'imposition dans le temps existant dans les comptes annuels, dégagent des différences temporaires entre le résultat fiscal et le résultat comptable retraité.

Ces différences temporaires, ainsi que celle résultant de l'élimination des résultats internes donnent lieu à la constatation d'impôts différés dans les comptes consolidés selon la méthode du report variable.

e. Indemnités de départ à la retraite

A leur départ à la retraite, les salariés du groupe doivent recevoir une indemnité calculée selon les dispositions de la convention collective dont ils dépendent. Compte tenu de la faible moyenne d'âge du personnel, la politique du groupe est de ne pas constituer de provision au titre des droits théoriquement acquis, mais de prendre en charge le coût correspondant dans l'exercice de départ en retraite effectif des salariés.

2. Périmètre de consolidation

a. Sociétés retenues dans le cadre des comptes consolidés du groupe GameLoft.com au 15 mai 2000

SOCIETE	Pays	Société consolidée	Pourcentage de contrôle	Méthode	Date d'entrée dans le périmètre	Durée de détention par la mère
GAMELOFT.COM S.A.	France	Oui	Société mère	Intégration Globale	1 ^{er} décembre 1999	
GAMELOFT.COM Inc	Canada	Oui	100 %	Intégration Globale	24 février 2000	2,5 mois
L'ODYSSEE INTERACTIVE S.A.R.L (Jeuxvideo.com)	France	Oui	80 %	Intégration Globale	2 mai 2000	15 jours
GAMEZ AG.de	Allemagne	Oui	100 %	Intégration Globale	20 avril 2000	1 mois

Le pourcentage de contrôle de Gamez est de 25% à la date du 15 mai ; il est passé à 100% au 26 mai.

Pour l'établissement des comptes pro-forma, nous avons considéré que Gamez était détenue à hauteur de 100% au 15 mai

2000.

Il s'agit donc d'une intégration globale à la date d'établissement des comptes consolidés pro forma.

Impact sur le résultat consolidé pro forma :

-	Jeuxvideo.com: +122 KF
-	Gamez: -836 KF

3. Notes sur le bilan

I. Immobilisations incorporelles

Il s'agit de la production interne facturée par GameLoft.com Inc au Canada pour le travail effectué sur les différentes applications gérées par le studio canadien.

Le résultat interne est retraité lors de la consolidation de manière à être annulé.

II. Disponibilités

Le poste disponibilités ne comprend que des disponibilités en comptes bancaires.

III. Capitaux propres

Capital

Le capital de la société GameLoft.com S.A. est composé au 15 mai 2000 de 23.807.745 actions d'une valeur nominale de 5 francs chacune.

Variation du capital

Capital au 29.02.00	500
Augmentation de capital en nature " game service "	20 000
Augmentation de capital en numéraire	80 000
Augmentation de capital réservée à personnes dénommées	18 539
Capital au 15.05.00	119 039

4. Notes sur le compte de résultat

I. Achats, variations de stock et charges externes

Les autres charges externes comprennent principalement les locations immobilières, les loyers, les frais d'assurance.

II. Engagements hors bilan

- Cautions données : néant
- Sûretés réelles sur emprunt : néant
- Cautions reçues : néant
- Crédit-bail : néant

- Effets escomptés non échus : néant
- Indemnités de départ en retraite : du fait de la moyenne d'âge des effectifs, les engagements liés aux départs en retraite ne sont pas significatifs.
- Factoring : néant

5.2.3.1 Comptes sociaux de L'Odysée Interactive (Jeuxvideo.com)

Cette société a été acquise à hauteur de 80% le 2 mai 2000 par GameLoft.

Compte de résultat en KF	31/12/1999	Du 01/01/2000 au
	12 mois	31/03/2000 estimation 3 mois
Ventes de marchandises	312	18
Production vendue de services	2 338	1 118
Chiffre d'affaires	2 650	1 136
Autres produits	29	2
Produits d'exploitation	2 679	1 138
Achats de marchandises	248	9
Autres charges externes	954	121
Impôts et taxes	9	4
Salaires	371	164
Charges sociales	110	69
Dotations aux amortissements	25	9
Charges d'exploitation	1 717	376
Résultat d'exploitation	962	762
Résultat exceptionnel	-7	0
Résultat avant impôt	955	762
Impôt sur les bénéfices	73	254
RESULTAT NET	882	508

5.2.3.2 Informations sur Gamez et Jeuxvideo.com

	Nombre de pages vues		Chiffre d'affaires publicitaire net mensuel (en FF)		
	Gamez	Jeuxvideo.com	Gamez	Jeuxvideo.com	Cumulé
05/99	1 036 869	4 137 851	10 122	128 000	138 122
06/99	833 675	4 020 709	33 688	117 000	150 688
07/99	642 251	4 131 740	22 645	84 000	106 645
08/99	903 286	3 858 984	37 374	64 000	101 374
09/99	675 140	4 817 159	33 674	161 000	194 674
10/99	1 847 251	5 885 443	70 294	163 000	233 294
11/99	5 026 253	7 181 371	116 459	197 000	313 459
12/99	7 934 992	9 142 442	191 447	303 000	494 447
01/00	9 517 855	12 440 000	153 331	312 000	465 331
02/00	18 969 942	13 748 884	270 536	234 000	504 536
03/00	19 443 390	14 016 469	247 737	359 000	606 737
04/00	19 881 663	15 556 655	375 095	209 000	584 095

GameLoft.com détient 100% du chiffre d'affaires publicitaire net mensuel de Gamez et 80% de celui de Jeuxvideo.com.

5.2.3.3 *RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDES PRO FORMA*

Monsieur le Président du Conseil d'Administration,

En notre qualité de Commissaires aux Comptes de la société GameLoft.com SA, vous nous avez demandé d'examiner les comptes consolidés pro forma couvrant la période du 1^{er} décembre 1999 au 15 mai 2000, tels qu'ils sont joints au présent rapport, établis à l'occasion de votre projet d'introduction en bourse des titres de votre société sur le Nouveau Marché de la Bourse de Paris.

Ces comptes consolidés pro forma ont été établis sous votre responsabilité le 25 mai 2000, à partir des comptes historiques de votre société au 29 février 2000 qui sont présentés avec les comptes pro forma, et qui ont fait l'objet, de notre part, d'un audit selon les normes de la profession. Ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir une assurance raisonnable que ces comptes ne comportent pas d'anomalies significatives. Notre audit nous a conduit à exprimer une opinion sans réserve ni observation sur ces comptes semestriels arrêtés à la date du 29 février 2000.

Nous avons effectué notre examen des comptes consolidés pro forma selon les normes de la profession. Ces normes requièrent une évaluation des procédures mises en place pour le choix des conventions et l'établissement des comptes consolidés pro forma, ainsi que la mise en œuvre de diligences permettant d'apprécier si les conventions retenues sont cohérentes, de vérifier la traduction chiffrée de ces dernières et de s'assurer de la conformité des méthodes comptables utilisées avec celles suivies pour l'établissement des derniers comptes semestriels arrêtés à la date du 29 février 2000.

Les comptes consolidés pro forma ont vocation à traduire l'effet sur des informations financières historiques de la réalisation, à une date antérieure à sa survenance réelle ou raisonnablement envisagée, d'une opération ou d'un événement donné. Ils ne sont toutefois pas nécessairement représentatifs de la situation financière ou des performances qui auraient été constatées si l'opération ou l'événement était survenu à une date antérieure à celle de sa survenance réelle ou envisagée.

A notre avis, les conventions retenues constituent une base raisonnable pour présenter les effets de votre projet d'introduction en bourse des titres de votre société sur le Nouveau Marché de la Bourse de Paris dans les comptes consolidés pro forma, leur traduction chiffrée est appropriée et les méthodes comptables utilisées sont conformes à celles suivies pour l'établissement des comptes semestriels arrêtés à la date du 29 février 2000. Ces comptes consolidés pro forma sont établis en conformité avec les principes du groupe.

A Rennes, le [____] juin 2000

Les Commissaires aux Comptes,

5.3 Prévisions chiffrées sur 3 ans

5.3.1 Compte de résultat prévisionnel

En KF	31/08/2000 (e) 9 mois	31/08/2001 (p)	31/08/2002 (p)
Publicité et marketing direct	3 205	47 583	128 935
Commissions sur e.commerce	984	13 775	59 036
Ventes aux enchères	0	3 936	13 119
Services et hébergements	0	10 000	30 000
Chiffre d'affaires	4 189	75 294	231 090
Production immobilisée	7 745	22 874	33 543
Subventions d'exploitation	3 380	11 970	18 491
Produits d'exploitation	15 314	110 138	283 124
Autres charges externes	5 566	13 404	17 850
Marketing	6 500	20 000	30 000
Bande passante	59	572	2 232
Impôts et taxes	222	651	952
Redevances partenaires de contenus	849	12 609	34 168
Commissions ISP portail sur e.commerce	197	2 755	11 807
Coûts d'hébergement	0	5 000	15 000
Salaires	11 624	55 534	102 932
Charges sociales	1 880	10 336	19 893
Dotations aux amortissements	4 704	10 427	17 759
Dotations aux provisions	42	329	1 339
Charges d'exploitation	31 643	131 617	253 932
Résultat d'exploitation	- 16 329	-21 479	29 192
Résultat financier	328	1 967	0
Résultat avant impôt	- 16 001	-19 512	29 192
Impôt sur les bénéfices	0	0	0
RESULTAT NET (dont 283KF d'intérêts minoritaires)	-16 001	- 19 512	29 192

L'intégration des sociétés a été retenue en fonction de la date d'acquisition des titres (le 2 mai 2000 pour Jeuxvideo.com, le 25 mai pour Gamez, la date de création pour les autres filiales du groupe).

Nous avons tenu compte d'un pourcentage d'intérêt de 100% pour Gamez et de 80% pour Jeuxvideo.com.

L'impact sur les résultats consolidés prévisionnels successifs est le suivant :

- GAMELOFT.COM : -15MF, -16,5MF; +15MF
- GAMEZ : -2MF, -6MF; +4MF
- JEUXVIDEO.COM : +1MF; +2,5MF; +10MF

5.3.2 Bilan prévisionnel

En KF	31/08/2000 Net (e)	31/08/2001 Net (p)	31/08/2002 Net (p)
ACTIF			
Fonds commercial	276 578	276 578	276 578
Frais de recherche et développement	7 745	28 037	51 374
Frais d'introduction en Bourse	4 373	2 187	0
Frais d'établissement	45	256	331
Logiciels bureautique	2 161	2 264	3 585
Autres immobilisations incorporelles	10 333	6 333	2 333
Immobilisations corporelles	345	333	385
Total	301 580	315 988	334 586
Clients et comptes rattachés	4 968	21 833	66 440
Autres créances	4 000	12 000	20 000
Disponibilités	81 252	81 930	78 440
Total	90 220	115 763	164 880
TOTAL	391 800	431 751	499 466
PASSIF			
Capital	132 265	132 265	132 265
Prime d'émission	264 959	264 959	264 959
Réserves	0	-16 001	-35 513
Résultat	-16 001	-19 512	29 192
Total*	381 223	361 711	390 903
Dettes fournisseurs	9 452	14 551	28 328
Dettes sociales et fiscales	1 125	5 489	10 235
Comptes courants actionnaires	0	50 000	70 000
Total	10 577	70 040	108 563
TOTAL	391 800	431 751	499 466

* dont 238KF d'intérêts minoritaires.

5.3.3 Plan de financement

En KF	31/08/2000	31/08/2001	31/08/2002
Besoins :			
Investissements			
Frais de recherche et développement	7 745	22 874	33 543
Frais d'établissement	137	270	100
Fonds commercial	276 578	0	0
Frais d'introduction en Bourse	6 560	0	0
Logiciels bureautique	2 882	1 647	2 642
Autres immobilisations incorporelles	12 000	0	0
Immobilisations corporelles	382	43	72
	Total :	306 284	24 834
		306 284	24 834
Variation du BFR	- 1 567	15 732	35 422
Dividendes	0	0	0
		304 717	40 566
		304 717	40 566
Total des besoins :	304 717	40 566	71 779
Ressources:			
Capacité d'autofinancement	- 11 255	-8 756	48 289
Apports en fonds propres*	397 224	0	0
Avances en comptes courants actionnaires	0	50 000	20 000
Emprunts Moyen terme	0	0	0
	Total des ressources :	385 969	41 244
		385 969	41 244
Différence ressources – besoins :	81 252	678	-3 490
Différence cumulée :	81 252	81 930	78 440

* ces fonds permettront à GameLoft de faire des acquisitions (ou prises de participations) dans divers pays, ce qui facilitera son implantation internationale.

5.3.4 Hypothèses retenues

Les principales hypothèses sont explicitées ci-après.

Il est à noter que seuls les éléments relatifs aux contrats faisant l'objet d'une signature définitive ont été intégrés dans le Business Plan.

5.3.4.1 Revenus et coûts

Les différents revenus de GameLoft sont :

- la publicité et le marketing direct ;
- les commissions sur le e-commerce ;
- les ventes aux enchères ; et
- les revenus d'hébergement.

5.3.4.1.1 REVENUS PUBLICITAIRES ET MARKETING DIRECT

Coût par mille ("CPM")

Le coût par mille ou CPM est le prix payé par les annonceurs (=client final) pour 1000 pages Internet vues (ou "banner impressions").

Le CPM qui se pratique actuellement pour des sites Internet spécialisés est d'environ 50 à 90 euros.

Nos hypothèses de CPM ont pris en compte la très grande diversité de tarifs pratiqués. Cependant, bien que GameLoft puisse revendiquer un public cible extrêmement précis, nos hypothèses se situent plutôt dans la fourchette basse de ce secteur.

L'équipe commerciale GameLoft dédiée à ces revenus publicitaires permettra d'assurer une bonne valorisation des espaces publicitaires.

Par ailleurs, le gamer pourra, sur demande, être exposé à des bannières extrêmement spécialisées qui correspondront à ses souhaits d'équipement futur. Ces bannières, se rapprochant de l'acte d'achat, remontent le rendement moyen des pages vues (abonnements à des jeux persistants, achats de matériel, ...).

Hypothèses GameLoft

	<i>CPM (en euros)</i>
1 ^{er} exercice	30
2 ^{ème} exercice	30
3 ^{ème} exercice	30

Le CPM de Jeuxvideo.com est 38,4 €hors taxes, celui de Gamez est de 18 €hors taxes.

CPM net

Le coût par mille net correspond au CPM net de la commission de l'annonceur. C'est le montant sur lequel le chiffre d'affaires de GameLoft est calculé.

Les frais d'agence sont de 30% en moyenne. Cette commission varie selon la valeur ajoutée et la nature de l'agence : le concessionnaire de publicité peut n'être qu'un intermédiaire entre son client et l'afficheur, ou il peut offrir des services complémentaires tels que la tenue de statistiques plus ou moins complexes, une proportion plus ou moins grande de publicités récurrentes, la possibilité de réaliser des échanges de bandeaux publicitaires, etc... Dans ce cas, sa commission peut s'élever jusqu'à 40% pour des volumes conséquents.

GameLoft considère que son positionnement et sa capacité à distinguer les différentes cibles constituant ses visiteurs le met dans une bonne position de négociation vis à vis des agences de publicité, et lui permet de ce fait de réduire les commissions d'agence. Les hypothèses retenues sont les suivantes :

Hypothèses GameLoft

	<i>Commission des agences de publicité</i>
1 ^{er} exercice	42%
2 ^{ème} exercice	38%
3 ^{ème} exercice	35%

A titre d'exemple, Jeuxvideo.com verse 30 % de commission et Gamez, 50 % à leur agences respectives.

Taux de bannières payées

Les revenus publicitaires de GameLoft sont grevés par un taux d'abattement, décroissant avec le temps, afin de prendre en compte les bannières payées par rapport à l'ensemble de l'espace publicitaire disponible sur le site.

Cet abattement est conséquent, mais est le reflet de réalités que nous anticipons, et qui s'estomperont progressivement au fur et à mesure que GameLoft se développera et qu'en parallèle, l'Internet continuera à s'installer comme outil de la vie quotidienne :

- augmentation du trafic GameLoft, argument clé dans la négociation avec les agences,
- croissance de l'offre GameLoft en nombre et variété de pages de contenus,
- disponibilité progressive d'études sur le public GameLoft permettant une action de vente d'espaces publicitaires proactive, et une meilleure position de prix liée à un ciblage plus affiné,
- demande de plus en plus forte d'achat d'espaces publicitaires sur internet.

Nous traduisons l'abattement par l'application d'un taux de bannières payées, basé sur l'ensemble du potentiel d'espaces publicitaires disponibles chez GameLoft.

Hypothèses GameLoft

	<i>Taux de bannières payées</i>
1 ^{er} exercice	30%
2 ^{ème} exercice	50%
3 ^{ème} exercice	60%

Il est à noter que l'abattement pratiqué comprend également les bannières publicitaires, correspondant à des offres commerciales des agences de publicité. Ces dernières sont en effet très réticentes à baisser leur CPM, et préfèrent, pour une campagne de publicité avec un budget déterminé, offrir un supplément de pages plutôt que de baisser les prix.

Le taux de bannière payée de Jeuxvideo.com est de 45 % et celui de Gamez est de 25 %.

Commissions portails généralistes/ISP

Pour un accord de co-marques normal, non exclusif, pour un site d'information, les commissions prélevées par les portails généralistes sont de 80%. En effet, c'est le portail qui apporte tout le trafic au site, qui se contente de mettre à jour ses pages.

Lorsque le site apporte des services à valeur ajoutée, les accords deviennent des accords de partenariat 50 – 50, où le portail généraliste reconnaît au site une notoriété intrinsèque et donc une force réelle d'attraction de trafic.

GameLoft se situe dans cette dernière catégorie de sites, et noue des accords de partenariat de ce type avec la plupart des ISP/Portails généralistes dans de nombreux pays.

Dans les pays dans lesquels GameLoft acquiert des portails de jeux ayant déjà un trafic important, un accord national avec un partenaire ISP ou portail généraliste ne devient plus nécessaire, et est remplacé par des accords de partenariats plus légers ou ponctuels s'ajoutant à la gestion en direct de la publicité. La part de revenus pour GameLoft est dans ce cas plus importante. Ces accords restent cependant très intéressants pour accélérer le trafic sur le site.

Notre hypothèse de revenus se base sur des accords 50-50 sur 40% de son marché.

Les 60% du marché restant seront répartis entre une gestion directe de la publicité par GameLoft (à hauteur de 2/3) et des accords de partenariats ponctuels (pour le tiers restant) avec 75% de commissions.

La commission portail est donc évaluée à 35% en moyenne environ.

Hypothèses GameLoft

	<i>Commission ISP/portails généralistes</i>
1 ^{er} exercice	35%
2 ^{ème} exercice	35%
3 ^{ème} exercice	30%

Redevances pour les partenaires de contenus

Il s'agit du reversement d'une partie des recettes de publicité sous forme de commissions aux partenaires fournisseurs de contenus.

Cette commission se calcule à partir du nombre de pages du partenaire contenues dans le site le concernant, l'autre partie provenant des équipes éditoriales GameLoft.

GameLoft estime être en mesure de construire son business plan sur le modèle suivant :

<i>Catégorie</i>	<i>Proportion du trafic total GameLoft</i>	<i>Assiette</i>	<i>Taux de redevance à la page</i>	<i>Taux de redevance site</i>
1	15%	90%	50%	45%
2	50%	70%	50%	35%
3	15%	50%	30%	15%
4	20%	100%	-	-

Catégorie 1 : accords avec des partenaires ayant des sites à très forte valeur ajoutée, ciblant une offre de joueurs très particulière et cernée. La valeur ajoutée de GameLoft dans ce type de partenariat est surtout l'offre d'une plate-forme de distribution mondiale. L'assiette de la redevance est très forte, car GameLoft fournit peu de pages en proportion de celles du partenaire. GameLoft attend environ 15% de son trafic total dans cette catégorie.

Catégorie 2 : accords où la force du partenaire de contenus est moindre en proportion de la valeur ajoutée GameLoft, qui fournit un bon nombre de pages et de services autour du contenu du partenaire. La redevance est élevée parce que la valeur du contenu est aussi très élevée. Cette catégorie devrait représenter environ 50% du trafic total.

Catégorie 3 : accords de complément de gamme pour GameLoft, avec une faible redevance compte tenu de l'enjeu et du poids qu'ils représentent. Cette catégorie devrait couvrir 15% du trafic total.

Catégorie 4 : il s'agit du contenu réalisé par les équipes éditoriales de GameLoft dans les différents pays.

Cette catégorie représente les 20% du trafic restant.

Pour être complet, GameLoft aura conçu 44% des pages du site, avec les pages associées aux contenus des catégories 1, 2, 3.

La moyenne pondérée de toutes ces données donne une redevance moyenne du site de 26,5%. Nous prenons en compte l'étalement dans le temps de l'arrivée des pages GameLoft.

Nombre de pages vues

Pour le mois d'avril, la répartition actuelle des pages vues par pays était la suivante (en prenant en compte Jeuxvideo.com et GameZ) :

France	44%
Allemagne	56%
Canada	0%
Italie	0%
Scandinavie	0%
UK	0%
Espagne	0%
USA	0%
Japon	0%
Chine	0%
TOTAL Monde	100%

GameLoft estime la répartition suivante de pages vues par pays, au bout de 18 mois d'activité :

France	23%
Allemagne	29%
Canada	8%
Italie	8%
Scandinavie	8%
UK	4%
Espagne	4%
USA	8%
Japon	4%
Chine	4%
TOTAL Monde	100%

Hypothèses GameLoft

	<i>Nombre de pages vues en milieu d'exercice (moyenne mensuelle, en millions)</i>
1 ^{er} exercice	16
2 ^{ème} exercice	100
3 ^{ème} exercice	200

La moyenne mensuelle de 16 millions de pages vues la première année correspond à une moyenne mensuelle de 48 millions de pages sur 3 mois rapportée aux 9 mois du premier exercice.

En avril 2000, Jeuxvideo.com et Gamez totalisaient ensemble plus de 35 millions de pages vues (15 millions pour Jeuxvideo.com et 20 millions pour Gamez).

5.3.4.1.2 REVENUS E-COMMERCE

Nombre d'abonnés

	<i>Millions d'abonnés en fin d'exercice</i>	<i>Millions d'abonnés en milieu d'exercice</i>
1 ^{er} exercice	1	0,3
2 ^{ème} exercice	5	3
3 ^{ème} exercice	15	10

Le positionnement de GameLoft qui propose une multitude d'applications logicielles est très propice à la contraction d'abonnements de la part de ses utilisateurs. Il est en effet nécessaire de s'abonner pour utiliser une application logicielle (Game Service, ...).

En avril 2000, Jeuxvideo.com totalisait 500 000 visiteurs uniques et Gamez totalisait 850 000 visiteurs uniques. Ces visiteurs uniques représentent, pour GameLoft, un potentiel important d'abonnés. En effet, chaque visiteur unique de ces deux sites recevra par courrier électronique une présentation du site GameLoft.com et il sera ainsi offert à chaque visiteur unique la possibilité de devenir membre de GameLoft.com.

Chiffre d'affaires e-commerce

Les hypothèses prises sont celles d'un revenu e-commerce de 5, puis 7, puis 9 euros par abonné et par an, sur lequel GameLoft perçoit une commission de 10%. Dans ce secteur, les commissions se négocient entre 5 et 15%. La vente elle-même est effectuée par des partenaires.

Lorsque le trafic est apporté par un partenaire ISP ou portail généraliste (sur 40% du total), le revenu e-commerce est partagé pour moitié entre GameLoft et le générateur d'audience.

Jeuxvideo.com réalise un chiffre d'affaires e-commerce de 50 000 francs par mois.

5.3.4.1.3 REVENUS DES VENTES AUX ENCHERES

Le service de vente aux enchères de GameLoft sera mis en ligne à partir du deuxième exercice. Le revenu associé à ce service peut être estimé à une commission de 2% sur un montant moyen de transaction de 100 USD. Nous estimons qu'environ 10% de nos abonnés feront appel à ce service une fois par an.

0	<i>Nombre de transactions (en milliers)</i>
1 ^{er} exercice	-
2 ^{ème} exercice	300
3 ^{ème} exercice	1 000

5.3.4.1.4 REVENUS ET COÛTS D'HEBERGEMENT

GameLoft, du fait de sa présence dans de nombreux pays avec une infrastructure commerciale, éditoriale et technique, sera un partenaire de choix pour les éditeurs de jeux à large échelle (massively multiplayer online games ou mondes persistants).

Les objectifs de revenus sont fixés à 10 MF pour le 2^{ème} exercice et 30 MF pour le 3^{ème}, avec des coûts correspondants de 50%.

1FRF/EUR = 6,55957

1er exercice du 01/12/99 au 31/08/00	2ème exercice du 01/9/00 au 31/08/01	3ème exercice du 01/9/01 au 31/08/02
--	--	--

REVENU PUBLICITE ET MARKETING DIRECT

PARAMETRES			
CPM brut en EUR	30	30	30
Commission agence pub	42%	38%	35%
CPM net en EUR	17	19	20
% bannières payées	30%	50%	60%
Commission accord portail/ISP	35%	35%	30%
Nombre de pages vues (moyenne mensuelle sur l'exercice, en millions)	16	100	200
Nombre de pages vues payées (annuel, en millions)	43	600	1 440
Revenu annuel brut (en kEUR)	1 296	18 000	43 200
Revenu annuel net de commission d'agence (en kEUR)	752	11 160	28 080
Revenu annuel net de commission portail/ISP (en kEUR)	489	7 254	19 656
REVENU PUBLICITE ET MARKETING DIRECT (en kFRF)	3 205	47 583	128 935

REVENU E-COMMERCE

Dépenses par abonné et par an (en EUR)	5	7	9
Nombre d'abonnés en milieu d'exercice (en millions)	0,3	3,0	10,0
Commission GameLoft	10%	10%	10%
Revenu e-commerce (en kEUR)	150	2 100	9 000
REVENU E-COMMERCE (en kFRF)	984	13 775	59 036

REVENU VENTE AUX ENCHERES

Montant moyen d'une transaction (en EUR)	100	100
Nombre de transactions (en millions)	0,3	1,0
Commission GameLoft	2%	2%
Revenu vente aux enchères (en kEUR)	600	2 000
REVENU VENTE AUX ENCHERES (en kFRF)	3 936	13 119

REVENU DE SERVICES ET HEBERGEMENT

REVENU SERVICES ET HEBERGEMENT (en kFRF)	10 000	30 000
---	---------------	---------------

Chiffre d'affaires total GameLoft (en MFRF)	4,2	75,3	231,1
--	------------	-------------	--------------

5.3.4.2 Production immobilisée

Elle correspond à la facturation du studio de production à la société mère (subventions comprises) des frais de recherche et développement.

5.3.4.3 Subventions d'exploitation

Le Canada octroie des subventions équivalentes à environ 50% du salaire brut aux sociétés qui créent des emplois, investissent dans la formation de leurs employés et dans la recherche et développement rattaché aux nouvelles technologies (multimedia, Internet...).

5.3.4.4 Charges de personnel

Les frais de personnel ont été définis en fonction de l'évolution des effectifs et des taux de cotisations patronales au sein des entités du groupe.

5.3.4.5 Immobilisations et amortissements

Les frais de recherche et développement sont portés dans les immobilisations incorporelles. Ces frais concernent principalement le développement de nouveaux logiciels destinés à être exploités sur les différents sites en ligne. Ils feront l'objet d'amortissement en linéaire sur 3 ans à compter de la mise en ligne des produits et logiciels développés correspondant à ces frais.

Les immobilisations corporelles sont amorties en linéaire sur une période de 3 à 10 ans.

5.3.4.6 Marketing

La dépense a été estimée en fonction du budget marketing et des différents salons sur lesquels sera présent GameLoft :

au 31/08/00 : budget marketing de 1M€

au 31/08/01 : budget marketing de 1M€ et présence sur 10 salons (200.000€ pour chaque salon)

au 31/08/02 : budget marketing de 2.5M€ et présence sur 10 salons (200.000€ pour chaque salon).

5.3.4.7 Impôt sur les sociétés

Compte tenu des reports déficitaires, il n'a pas été tenu compte d'un impôt sur les sociétés.

5.3.4.8 Produits financiers

Il s'agit du placement des fonds levés lors de l'introduction en Bourse.

5.3.4.9 Capitaux propres

Le montant du capital social avant introduction est de 106 748 100 francs, correspondant à un nombre de 21 349 620 actions de 5 francs de nominal.

Ce capital a été en partie utilisé pour effectuer une prise de participation dans Jeuxvidéo.com.

Il est prévu une augmentation de capital dans le cadre de l'introduction de la Société au Nouveau Marché d'un montant global, prime d'émission comprise, de 135 millions de francs.

Les frais d'introduction en Bourse sont estimés à 1 million d'euros (environ 4,5 % des fonds levés). Ils sont immobilisés et amortis sur 3 ans.

5.3.4.10 Fonds commercial et autres immobilisations incorporelles

Au 30 mars 2000, Ubi Soft a effectué un apport en nature de son Game Service pour 20 MF.

Cet apport a été décomposé en fonds commercial pour 8 MF (non amortissable) et en autres immobilisations incorporelles pour 12 MF (amorti en linéaire sur 5 ans).

Nous avons également intégré les prises de participations des sociétés consolidées par intégration globale.

5.3.5 Rapport des Commissaires aux Comptes sur les comptes prévisionnels de la période allant du 1^{er} décembre 1999 au 31 août 2002

Vous nous avez demandé d'examiner les comptes prévisionnels couvrant la période du 1er décembre 1999 au 31 août 2002, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Ces comptes prévisionnels ont été établis sous votre responsabilité le 15 avril 2000, à partir des hypothèses traduisant la situation future que vous avez estimée la plus probable à la date de leur établissement.

Nous avons effectué notre examen selon les règles de la profession. Ces normes requièrent une évaluation des procédures mises en place pour le choix des hypothèses et l'établissement des comptes prévisionnels ainsi que la mise en œuvre de diligences permettant d'apprécier si les hypothèses retenues sont cohérentes, de vérifier la traduction chiffrée de ces dernières, de s'assurer du respect des principes d'établissement et de présentation applicables aux comptes prévisionnels et de la conformité des méthodes comptables qui seront utilisées lors de l'établissement des comptes consolidés au 31 août 2000. Il n'entre pas dans notre mission de mettre à jour le présent rapport pour tenir compte des faits et circonstances postérieurs à sa date de signature.

Nous avons vérifié la validité des hypothèses retenues en tenant compte des éléments suivants :

- contrats signés ou en cours de négociation ;
- études réalisées par des instituts de recherche sur l'évolution du marché des jeux online, du nombre d'internautes dans le monde, en particulier en Europe, la diffusion de la publicité en ligne et l'utilisation de la commercialisation électronique (e-commerce). Ces études portent généralement sur les 4 ou 5 ans à venir ;
- la population des joueurs et leur comportement ;
- l'évolution des supports (PC, consoles).

C'est à partir de l'examen approfondi de ces sources d'informations que nous avons pu exprimer notre avis sur les hypothèses retenues.

Nous n'avons pas relevé d'éléments de nature à remettre en cause les hypothèses retenues pour établir ces comptes prévisionnels, étant précisé que nous ne pouvons apporter d'assurance sur leur réalisation.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la traduction chiffrée de ces hypothèses, sur le respect des principes d'établissement et de présentation applicables aux comptes prévisionnels, sur la conformité des méthodes comptables qui seront utilisées lors de l'établissement des comptes consolidés au 31 août 2000.

Enfin, nous rappelons que, s'agissant de prévisions présentant par nature un caractère incertain, les réalisations différeront, parfois de manière significative, des informations prévisionnelles présentées.

Fait à Rennes, le [____] juin 2000

Les Commissaires aux Comptes,

André METAYER

Roland TRAVERS

6 RENSEIGNEMENTS CONCERNANT L'ADMINISTRATION ET LA DIRECTION DE GAMELOFT

6.1 Conseil d'Administration et direction du Groupe

Nom	Entrée en fonction	Date de fin du mandat
Gérard Guillemot Président du Conseil d'Administration	Assemblée Générale constitutive du 1 ^{er} décembre 1999	A l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 août 2002
Christian Guillemot Directeur Général	Assemblée Générale constitutive du 1 ^{er} décembre 1999	A l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 août 2002
Claude Guillemot Directeur Général	Assemblée Générale constitutive du 1 ^{er} décembre 1999	A l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 août 2002
Yves Guillemot Directeur Général	Assemblée Générale constitutive du 1 ^{er} décembre 1999	A l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 août 2002
Michel Guillemot Directeur Général	Assemblée Générale constitutive du 1 ^{er} décembre 1999	A l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 août 2002
Marcel Guillemot Administrateur	Assemblée Générale constitutive du 1 ^{er} décembre 1999	A l'issue de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 août 2002

6.2 Mandats exercés par les Administrateurs

Monsieur Gérard GUILLEMOT

Administrateur et Président Directeur Général de la société GameLoft.com S.A.
Nommé le 1^{er} décembre 1999. Son mandat expirera lors de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 août 2002.

Autres fonctions:

Président de GameLoft.com Inc (Canada)
Président de GameLoft.com Inc (New York)
Administrateur de GameLoft.com A.S (Danemark)
Président de GameLoft.com GmbH (Allemagne)
Gérant de GameLoft.com S.r.L (Italie)

Administrateur et Directeur Général Edition de UBI SOFT ENTERTAINMENT S.A.
Dont le siège est situé : 61, rue St Hélier 35000 Rennes
Adresse commerciale : 28, rue Armand Carrel 93100 Montreuil sous Bois
N° RCS : 335 186 094 RCS RENNES

Administrateur et Directeur Général de UBI PARTICIPATIONS S.A.
Dont le siège est situé : 61, rue St Hélier 35000 Rennes
N° RCS : 420 279 614 RCS RENNES

Administrateur et Directeur Général de GUILLEMOT CORPORATION S.A.
Dont le siège est situé : Place de l'Etoile 56910 Carentoir
N° RCS : 414 196 758 RCS VANNES

Administrateur et Directeur Général de GUILLEMOT PARTICIPATIONS S.A.
Dont le siège social est situé : Place de l'Etoile 56910 Carentoir
N° RCS : 420 547 655 RCS VANNES

Administrateur et Directeur Général conception Logiciels de LUDI WAP S.A.
Dont le siège social est situé : 107, Avenue Henri Fréville BP 10704 35027 Rennes Cedex 02
N° RCS : 429 660 513 RCS RENNES

Administrateur et Directeur Général de UBI VENTURES S.A.
Dont le siège social est situé : 107, Avenue Henri Fréville BP 10704 35027 Rennes Cedex 02
N° RCS : 429 959 612 RCS RENNES

Administrateur et Directeur Général de GUILLEMOT VENTURES S.A.
Dont le siège social est situé : Place de l'Etoile 56910 Carentoir
N° RCS : non communiqué pour l'instant.

Monsieur Yves GUILLEMOT

Administrateur et Directeur Général Stratégies et Développement.
Nommé le 1^{er} décembre 1999. Son mandat expirera lors de l'Assemblée Générale Ordinaire de l'exercice clos le 31 août 2002.

Autres fonctions:

Administrateur de GameLoft.com Inc (Canada)

Administrateur et Président Directeur Général de UBI SOFT ENTERTAINMENT S.A.

Administrateur et Président Directeur Général de UBI PARTICIPATIONS S.A.

Administrateur et Directeur Général de GUILLEMOT CORPORATION S.A.

Administrateur et Directeur Général de GUILLEMOT PARTICIPATIONS S.A.

Administrateur et Directeur Général commercialisation de LUDI WAP S.A.

Administrateur et Directeur Général de UBI VENTURES S.A.

Administrateur et Directeur Général de GUILLEMOT VENTURES S.A.

Monsieur Michel GUILLEMOT

Administrateur et Directeur Général Développement.
Nommé le 1^{er} décembre 1999. Son mandat expirera lors de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 août 2002.

Autres fonctions:

Administrateur de GameLoft.com Inc (Canada)

Administrateur et Directeur Général de UBI SOFT ENTERTAINMENT S.A.

Administrateur et Directeur Général de UBI PARTICIPATIONS S.A.

Administrateur et Directeur Général de GUILLEMOT CORPORATION S.A.

Administrateur et Directeur Général de GUILLEMOT PARTICIPATIONS S.A
Président Directeur Général de LUDI WAP S.A.
Administrateur et Directeur Général de UBI VENTURES S.A.
Administrateur et Directeur Général de GUILLEMOT VENTURES S.A.

Monsieur Claude GUILLEMOT

Administrateur et Directeur Général Directeur Général Technologies.
Nommé le 1^{er} décembre 1999. Son mandat expirera lors de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 août 2002.

Autres fonctions:

Administrateur de GameLoft.com Inc (Canada)
Président Directeur Général de GUILLEMOT CORPORATION S.A.
Administrateur et Président Directeur Général de GUILLEMOT PARTICIPATIONS S.A.
Administrateur et Directeur Général de UBI PARTICIPATIONS S.A.
Administrateur et Directeur Général de UBI SOFT ENTERTAINMENT S.A.
Administrateur et Directeur Général conception accessoires de LUDI WAP S.A.
Administrateur et Directeur Général de UBI VENTURES S.A.
Administrateur et Directeur Général de GUILLEMOT VENTURES S.A.

Monsieur Christian GUILLEMOT

Administrateur et Directeur Général Administration.
Nommé le 1^{er} décembre 1999. Son mandat expirera lors de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 août 2002.

Autres fonctions :

Administrateur de GameLoft.com Inc (Canada)
Administrateur de GameLoft.com A.S (Danemark)
Administrateur et Directeur Général de UBI SOFT ENTERTAINMENT S.A.
Administrateur et Directeur Général de UBI PARTICIPATIONS S.A.
Administrateur et Directeur Général de GUILLEMOT CORPORATION S.A.
Administrateur et Directeur Général de GUILLEMOT PARTICATIONS S.A.
Administrateur et Directeur Général Administration de LUDI WAP S.A.
Administrateur et Président Directeur Général de UBI VENTURES S.A.
Administrateur et Président Directeur Général de GUILLEMOT VENTURES S.A.

Monsieur Marcel GUILLEMOT

Nommé le 1^{er} décembre 1999. Son mandat expirera lors de l'Assemblée Générale Ordinaire statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31 août 2002.

Administrateur de GUILLEMOT CORPORATION S.A.

Administrateur de UBI PARTICIPATIONS S.A.

Administrateur de LUDI WAP S.A.

6.3 Intérêt des Dirigeants

6.3.1 Rémunération des dirigeants

Il n'est pas prévu de jetons de présence au titre de l'exercice 1999/2000.

La rémunération du Conseil d'Administration s'élève à 15 000 francs bruts mensuels.

6.3.2 Plan d'options d'achat et de souscription d'actions

Les dirigeants ne bénéficient d'aucune option d'achat et de souscription d'actions.

6.3.3 Informations sur les opérations conclues avec les membres des organes d'administration et de direction

Néant

6.3.4 Prêts et garanties accordés ou constitués en faveur des organes d'administration et de direction

Néant

6.4 Intéressement du personnel

6.4.1 Contrat d'intéressement et de participation

La société n'a pas mis en place de contrat d'intéressement ou de participation aux résultats de l'entreprise.

6.4.2 Options conférées au personnel sur des actions de la Société

L'Assemblée Générale Mixte du 25 avril 2000 a autorisé le Conseil d'Administration à mettre en place des plans de souscription et d'achat d'actions (se référer au paragraphe 3.2.3.2).

6.4.3 Bons de souscription de parts de créateurs d'entreprises

L'Assemblée Générale Mixte du 25 avril 2000 a décidé d'une émission de bons de souscription de parts de créateurs d'entreprise (se référer au paragraphe 3.2.3.3).

7 ANNEXES : ACCORDS A CE JOUR

7.1 ANNEXE 1: Accords avec les partenaires de contenus

7.1.1 ANNEXE 1.1 : GameSpy

7.1.1.1 *Objet*

Droit exclusif d'exploitation du contenu des pages GameSpy pour l'Europe, le Canada francophone, l'Australie et la Chine.

7.1.1.2 *Rôles des partenaires*

GameLoft localise et publie l'ensemble du contenu du réseau GameSpy en Europe, au Canada français, en Australie et en Chine, déployant ainsi rapidement des sites riches et crédibles dans ces régions du monde.

7.1.1.3 *Eléments clés de l'accord*

Type : partenariat, acquisition de contenus.

Etendue : Europe, Chine, Canada français et Australie.

Durée : 3 ans renouvelable plus 1 an d'exploitation après la dernière année.

Redevance : sur le revenu net publicitaire avec un minimum garanti sur les 3 premières années.

GameSpy prend une participation au capital de GameLoft à hauteur de 418 620 actions, qui correspond à 2 % du capital de la Société avant prise de participation.

7.1.1.4 *Données sur le partenaire*

GameSpy Industries développe et héberge des sites de communautés d'intérêt pour "gamers" passionnés. Structuré comme un système de poupées russes, le réseau GameSpy (riche de plusieurs milliers de pages) est en mesure d'offrir une grande quantité de contenus spécialisé couvrant tous les jeux importants du moment, du plus spécifique au plus global.

En faisant appel à la communauté, GameSpy mise sur la créativité et l'énergie des passionnés de jeux vidéo. Fournissant eux-mêmes informations et fichiers, ils assurent aux sites exhaustivité, pertinence et la garantie d'être toujours d'actualité.

Ce site de communautés est le leader mondial dans le domaine du jeu vidéo. Publié en anglais, il concentre actuellement son trafic sur le public nord-américain.

Trafic estimé actuel : entre 400.000 et 500.000 visiteurs uniques par jour, 4 millions d'abonnés.

7.1.1.5 *Risque*

Une moindre performance dans le contenu éditorial ferait perdre à GameSpy son statut de leader, impactant de ce fait GameLoft.

L'accord avec GameSpy a été signé le 27 avril 2000.

7.1.2 ANNEXE 1.2. Kasparov Chess

7.1.2.1 *Objet*

Droit exclusif d'exploitation du contenu des pages Kasparov Chess pour le monde hors Etats-Unis, Russie et Israël, associé au développement de la notoriété de la marque Kasparov Chess sur ces territoires.

7.1.2.2 *Rôles des partenaires*

Kasparov Chess apporte un contenu spécialisé et certifié par les professionnels du jeu d'échecs. Il met à disposition l'ensemble du contenu de son site de communauté et l'adapte à chaque pays. GameLoft localise, met en ligne et exploite l'ensemble de ces contenus dans tous les pays qui concernent l'accord.

7.1.2.3 *Éléments clés de l'accord*

Accord de représentation sur 3 ans renouvelable plus 1 an d'exploitation après la dernière année.
Redevance sur le revenu net publicitaire avec un engagement à publier le contenu dans 15 pays avant la fin de la première année de l'accord.

7.1.2.4 *Données sur le partenaire*

Site de communauté leader mondial dans le domaine du jeu d'échecs, construit et géré par le champion du monde des échecs, M. Kasparov. Ce site offre, autour du jeu d'échecs, la visualisation des meilleures parties, une école de jeu d'échecs, le soutien permanent de M. Kasparov et de grands maîtres, une facilité de match-making, un forum, un 'chat', etc...

Le premier mois de sa mise en ligne aux Etats-Unis, le site a compté plus de 9 millions de pages vues.
En 1999, un concours organisé par TheZone de Microsoft proposant aux enfants du monde entier de défier M. Kasparov a généré plus de 250.000 visiteurs uniques par jour durant toute la durée de l'événement.

7.1.2.5 *Risques*

L'accord avec Kasparov a été signé le 2 mai 2000.

7.2 ANNEXE 2 : Prise de participation dans des portails de jeux

7.2.1 ANNEXE 2.1. : Jeuxvideo.com

7.2.1.1 Opération

Prise de participation dans le capital de Jeuxvideo.com à hauteur de 80% pour GameLoft.

7.2.1.2 Présentation de la société

Jeuxvideo.com est le portail leader du jeu vidéo en France, et l'un des tous premiers sites du divertissement français tous sites confondus. Il cumule plus de pages vues que l'ensemble de ses concurrents français réunis dans le domaine des jeux vidéo. Site essentiellement axé sur les informations et les notations concernant les jeux, il fournit aussi des astuces et des solutions couvrant la quasi-totalité des jeux micro et vidéo du commerce.

Constitué d'une équipe éditoriale très restreinte, sa popularité est due à la pertinence et l'actualité de son propos.

15 millions de pages vues mensuelles et 1,7 millions de visites par mois.

7.2.1.3 Objectifs

Développer avec ses dirigeants l'activité de Jeuxvideo.com dans sa philosophie actuelle en France et dans les pays dans lesquels est présent GameLoft pour en faire une activité complémentaire en synergie avec le Groupe.

7.2.1.4 Risques

Le contrat a été signé le 2 mai 2000.

7.2.2 ANNEXE 2.2 : Gamez

7.2.2.1 Opération

Acquisition de 100 % du capital de la société GAMEZ par GameLoft.

Le contrat d'acquisition prévoit que la société aura acquis au plus tard le 15 juin 2000 50,216 % du capital de la société GameZ et acquerra 49,784 % du capital de ladite société ultérieurement.

7.2.2.2 Présentation de la société

Gamez est aujourd'hui le premier site de communauté de langue allemande consacré au jeu vidéo. Totalisant plus de 20 millions de pages vues par mois, il couvre la plupart des jeux populaires en Allemagne. Son audience a crû en moyenne de 40% par mois pendant toute l'année 1999. Sa grande force est sa capacité à repérer et intégrer les meilleurs sites de passionnés du pays dans sa communauté.

7.2.2.3 Objectifs

Faire de Gamez la base du développement allemand de GameLoft.

7.2.2.4 Risques

L'accord avec Gamez a été signé le 25 mai 2000.

7.3 ANNEXE 3 : Accords commerciaux avec des ISP ou des portails généralistes

7.3.1 ANNEXE 3.1 : Sympatico-Lycos et Bell Actimedia (Canada)

7.3.1.1 Les partenaires

La co-entreprise **Sympatico-Lycos** lancera en mai prochain sur Internet son guichet unique à travers le Canada. **Sympatico** est actuellement le plus important fournisseur d'accès Internet du pays avec plus de 600 000 clients alors que son portail (Sympatico.ca) est déjà l'un des plus visités avec 75 millions de pages vues et 2.8 millions de visiteurs par mois. Quant à **Lycos**, son réseau intégré de sites attire un public diversifié grâce à une vaste gamme de services et est l'un des plus visités sur Internet au monde.

Bell Actimedia est une filiale à part entière de Bell Canada, la plus importante entreprise de télécommunications du Canada. Bell Actimedia fournit des solutions de commerce électronique aux petites et moyennes entreprises, des services d'édition de bases de données et d'annuaires imprimés et sur Internet. La société gère une clientèle de plus de 320 000 annonceurs ainsi qu'une base de données de plus de 2.5 millions d'abonnés. Bell Actimedia est entre autres responsable de la stratégie commerciale du portail **Sympatico** ainsi que de sa mise au marché et sa diffusion.

7.3.1.2 L'accord

7.3.1.2.1 GameLoft

GameLoft co-marquera son site et ses applications avec Sympatico-Lycos et mettra en place à ses frais une infrastructure suffisante pour servir les usagers canadiens. GameLoft installera les serveurs, fournira les applications et sera responsable de la gestion et du bon fonctionnement du site. GameLoft effectuera également la promotion des services et des sites de Sympatico-Lycos et Bell Actimedia à travers son site, ses applications et les jeux vidéo.

7.3.1.2.2 Sympatico-Lycos

Sympatico-Lycos assurera la promotion du site et de la marque GameLoft, offrant :

- une visibilité privilégiée de GameLoft sur le portail Sympatico.ca,
- un espace exclusif dans la section jeux.sympatico.ca,
- l'utilisation de la revue " Sympatico " destinée à la clientèle.

Sympatico-Lycos s'engage également à être responsable de la gestion et la commercialisation de tous les espaces publicitaires de la plate-forme co-marquée GameLoft-Sympatico, incluant le Game service ainsi que le site GameLoft-Sympatico.

7.3.1.2.3 Bell Actimedia

Bell Actimedia s'engage à promouvoir la plate-forme co-marquée GameLoft-Sympatico par :

- 1) l'inclusion de l'application Game service de GameLoft ainsi que des démonstrations de jeux dans tous ses kits de connexion Internet haut débit et bas débit, et ce pour les territoires canadiens,
- 2) la création d'un kit co-marqué GameLoft-Sympatico spécialisé pour gamers dont le contenu et les services seront spécialement ciblés pour cette clientèle.

7.3.1.3 Généralités

Revenus publicitaires : les deux parties recevront chacune une part des revenus publicitaires générés sur le site GameLoft-Sympatico.

Revenus *e-commerce* : GameLoft paiera à Sympatico-Lycos une partie des ventes brutes en-ligne générées à partir du site.

La durée de l'entente est d'un an, renouvelable.

Entente exclusive bipartite pour le territoire canadien.

7.3.1.4 Risques

L'accord avec Bell Canada est complètement négocié mais est en cours de closing, et soumis à l'approbation du management de Bell Canada.

Cet accord n'ayant pas à ce jour fait l'objet d'une signature définitive, il n'a pas été pris en compte dans les éléments servant de base à l'établissement du Business Plan.

La Société informera le Marché sans délai de la signature, ou le cas échéant, de la rupture des négociations relatives à ce contrat.

7.3.2 ANNEXE 3.2 : Scandinavia Online

7.3.2.1 Les partenaires

Scandinavia Online (SOL) est le plus important portail généraliste pour l'ensemble des quatre pays scandinaves. Offrant aux internautes un large éventail de services tels qu'informations, jeux et carrières, l'ensemble de ses sites attire mensuellement plus de 7 millions d'utilisateurs uniques et génère 93 millions des pages vues. **SOL** offre également plusieurs sites personnalisés visant des clientèles précises, tels **Kvasir** (un moteur de recherche attirant mensuellement 600 000 visiteurs uniques sur 8 millions de pages), **NetStation** (site destiné aux 12 à 25 ans comptant plus de 150 000 usagers inscrits) et **Bid2Day** (le plus important site de mise aux enchères de la région avec 8,4 millions de pages vues par mois). **SOL** prévoit également de lancer d'ici peu un fournisseur d'accès Internet (ISP).

7.3.2.2 L'accord

7.3.2.2.1 GameLoft

GameLoft co-marquera ses sites et ses applications avec SOL et mettra en place à ses frais une infrastructure suffisante pour servir les usagers danois, norvégiens, suédois et finlandais. GameLoft installera les serveurs, fournira les applications et sera responsable de la gestion et du bon fonctionnement des sites. GameLoft effectuera également la promotion des services et des portails de SOL à travers son site, ses applications et les jeux vidéo.

7.3.2.2.2 SOL

SOL assurera la promotion du site et de la marque GameLoft par :

- 1) une visibilité privilégiée de GameLoft sur ses différents portails,
- 2) un espace exclusif dans ses sections jeux,
- 3) la présence de GameLoft aux événements ou SOL sera représenté,
- 4) l'envoi de "news letter" et "direct mails" à tous les abonnés de SOL,
- 5) la création et distribution régulière de CD co-marqués SOL-GameLoft dans des magazines spécialisés.
- 6) la création d'un kit de connexion Internet haut débit spécialisé pour gamer et co-marqué GameLoft-SOL qui inclura l'application Speed GameLoft, des démos de jeux, jeux gratuits, un tarif intéressant pour une connexion Internet de qualité.

SOL s'engage également à être responsable de la gestion et la commercialisation de tous les espaces publicitaires de la plate-forme co-marquée GameLoft-SOL, incluant le Game service ainsi que les sites GameLoft-SOL.

7.3.2.3 Généralités

Revenus publicitaires : les deux parties recevront chacune une part des revenus publicitaires générés sur les sites GameLoft-SOL.

Revenus *e-commerce* : GameLoft paiera à SOL une partie des ventes brutes en-ligne générées à partir des sites.

La durée de l'entente est d'un an, renouvelable.

Entente exclusive bipartite pour les territoires danois, norvégiens, suédois et finlandais.

7.3.2.4 Risques

L'accord avec Scandinavia Online a été signé pour le Danemark le 20 avril 2000.

7.3.3 ANNEXE 3.3 : Italia Online

7.3.3.1 Les partenaires

Avec 135 millions de pages vues par plus de 3,7 millions de visiteurs uniques, Italia Online (IOL) représente le plus important portail de toute l'Italie. Ayant une audience de presque la moitié de tous les internautes italiens, IOL bénéficie d'une forte communauté avec 320 000 inscriptions (Digiland), d'un puissant moteur de recherche (Arianna), d'un site de nouvelles (News2000) et d'un site marchand (Mall).

IOL est la propriété de Infostrada, la 2ème plus grande société de télécommunications italienne avec plus de 3 200 employés et un chiffre d'affaires de 1 400 milliards de liras italiennes (706 millions \$ US) en 1999. Les fournisseurs d'accès Internet d'Infostrada comptent plus de 2 millions de clients, dont 1.8 million d'abonnés à son service gratuit, Libero. L'entreprise est également un leader national dans la fourniture de solutions *e-commerce* et l'hébergement de sites corporatifs avec plus de 20 000 clients.

7.3.3.2 L'entente

7.3.3.2.1 GameLoft

GameLoft co-marquera ses sites et ses applications avec IOL et mettra en place à ses frais une infrastructure suffisante pour servir les usagers italiens. GameLoft installera les serveurs, fournira les applications et sera responsable de la gestion et du bon fonctionnement du site. GameLoft effectuera également la promotion des services et du portail de IOL à travers son site, ses applications et les jeux vidéo.

7.3.3.2.2 IOL

IOL assurera la promotion du site et de la marque GameLoft par :

- le fait que GameLoft devient la section jeu du portail IOL exclusive,
- l'annonce, via e-mail et news letter aux 2,4 millions d'abonnés IOL et Infostrada du lancement de cette plate-forme co-marquée,
- une visibilité importante sur le site IOL via publicité, espace réservé... ,
- la création et les distributions fréquentes de CD co-marqués incluant le GameService et d'autres contenus pour gamers (Jeux, applications, MP3...),
- la promotion de GameLoft à tout événement où IOL ou Infostrada sont présents.

IOL s'engage également à être responsable de la gestion et la commercialisation de tous les espaces publicitaires de la plate-forme co-marquée GameLoft-IOL, incluant le Game service ainsi que les sites GameLoft-IOL.

Infostrada

Infostrada s'engage à promouvoir la plate-forme co-marquée GameLoft-IOL par :

- 1) l'inclusion systématique du Game Service de GameLoft dans tous ses kits de connexion Internet.
- 2) par la création d'un kit haut débit co-marqué GameLoft-IOL spécialisé pour gamers dont le contenu et les services et tarifs seront spécialement ciblés pour cette clientèle.

7.3.3.3 Généralités

Revenus publicitaires : GameLoft percevra une partie des revenus publicitaires générés sur les sites GameLoft-IOL.

Revenus *e-commerce* : GameLoft paiera à IOL une commission sur les ventes brutes en-ligne générées à partir des sites.

Durée de l'entente de deux ans, renouvelable.

Entente exclusive bipartite pour les territoires italiens.

7.3.3.4 Risques

L'accord avec Italia Online est signé.