



INTRODUCTION
EN BOURSE
OFFERING CIRCULAR



RightPeople

searching for the right people





Public Limited Company
au capital de 554 089 £
Soit 698 152 €

Registered Company No. 5537502

Siège social : 72 New Bond Street
Mayfair, London W1S 1RR
UNITED KINGDOM

DOCUMENT D'INFORMATION

Jun 2008

EUROPE FINANCE ET INDUSTRIE
INVESTMENT BANKING



EUROPE FINANCE ET INDUSTRIE
SECURITIES

Avertissement / Warning

Ce Document d'Information est réalisé dans le cadre d'une opération de Placement exclusivement réservée à des Investisseurs Qualifiés tels qu'ils sont définis par l'article L. 411-2 du Code monétaire et financier. Cette opération, préalable à une demande d'inscription au Marché Libre d'Euronext Paris, prendra la forme d'une augmentation de capital.

This Offering Circular is part of a Placement exclusively reserved to "Certified Investors" as defined in article L.411-2 of the French Code monétaire et financier. This placement, undertaken prior to a listing on the Marché Libre of Euronext Paris S.A., will take the form of an Increase of Capital.

Des exemplaires du présent Document d'Information sont disponibles sans frais au siège de la société Right People ainsi qu'auprès d'EUROPE FINANCE ET INDUSTRIE.

TABLE DES MATIERES

| | |
|--|-----------|
| CHAPITRE 1: PERSONNES RESPONSABLES | 8 |
| 1.1. RESPONSABLE DU DOCUMENT D'INFORMATION | 8 |
| 1.2. ATTESTATION DU RESPONSABLE DU DOCUMENT D'INFORMATION | 8 |
| CHAPITRE 2: CONTROLEURS LEGAUX DES COMPTES | 9 |
| 2.1. COMMISSAIRE AUX COMPTES TITULAIRE | 9 |
| 2.2. COMMISSAIRE AUX COMPTES SUPPLEANT | 9 |
| CHAPITRE 3: PROCEDURES DE L'OPERATION DE PLACEMENT RESERVE A DES INVESTISSEURS QUALIFIES ET DE L'INTRODUCTION EN BOURSE | 10 |
| 3.1. PROCEDURE DE L'OPERATION | 10 |
| 3.2. CARACTERISTIQUES DU PLACEMENT RESERVE A DES INVESTISSEURS QUALIFIES | 11 |
| 3.2.1. <i>Personnes habilitées à émettre des ordres dans le cadre du Placement réservé à des Investisseurs Qualifiés</i> | 11 |
| 3.2.2. <i>Ordres susceptibles d'être émis dans le cadre du Placement réservé à des Investisseurs Qualifiés</i> | 12 |
| 3.3. DEMANDE DE COTATION DIRECTE | 12 |
| CHAPITRE 4: MOTIVATIONS DE L'INTRODUCTION EN BOURSE | 13 |
| 4.1. USAGE DES FONDS LEVES | 13 |
| 4.2. MOTIVATIONS DE L'INTRODUCTION EN BOURSE | 13 |
| CHAPITRE 5: FACTEURS DE RISQUES | 14 |
| 5.1. RISQUES LIES A L'ACTIVITE | 14 |
| 5.1.1. <i>Risques clients</i> | 14 |
| 5.1.2. <i>Risques liés à la concurrence et à l'évolution du marché</i> | 14 |
| 5.1.3. <i>Risques technologiques</i> | 14 |
| 5.2. RISQUES LIES A L'ORGANISATION DE LA SOCIETE | 14 |
| 5.2.1. <i>Dépendance vis-à-vis des collaborateurs clés</i> | 14 |
| 5.2.2. <i>Dépendance à l'égard des principaux actionnaires</i> | 14 |
| 5.2.3. <i>Aptitude de l'organisation à réaliser la croissance</i> | 15 |
| 5.2.4. <i>Risques liés à la croissance externe</i> | 15 |
| 5.3. RISQUES DE MARCHE | 15 |
| 5.3.1. <i>Risque de liquidité</i> | 15 |
| 5.3.2. <i>Risque de taux</i> | 15 |
| 5.3.3. <i>Risque de change</i> | 15 |
| 5.4. RISQUES JURIDIQUES | 15 |
| 5.4.1. <i>Risques liés à la propriété intellectuelle</i> | 15 |
| 5.4.2. <i>Risques liés aux normes et à la réglementation applicable et à la confidentialité des données</i> | 15 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 5.5. | RISQUES INHERENTS A L'OPERATION..... | 16 |
| 5.6. | ASSURANCES ET COUVERTURES DE RISQUES | 16 |
| 5.7. | FAITS EXCEPTIONNELS ET LITIGES | 16 |
| CHAPITRE 6: INFORMATIONS CONCERNANT LA SOCIETE | | 17 |
| 6.1. | HISTOIRE ET EVOLUTION DE LA SOCIETE..... | 17 |
| 6.1.1. | <i>Dénomination sociale et nom commercial de la société.....</i> | 17 |
| 6.1.2. | <i>Lieu et numéro d'enregistrement de la société.....</i> | 17 |
| 6.1.3. | <i>Date de constitution et durée.....</i> | 17 |
| 6.1.4. | <i>Siège social de la Société, forme juridique, législation régissant ses activités</i> | 17 |
| 6.1.5. | <i>Historique de la Société.....</i> | 17 |
| 6.2. | INVESTISSEMENTS | 18 |
| 6.2.1. | <i>Principaux investissements effectués par la société pendant les 3 dernières années</i> | 18 |
| 6.2.2. | <i>Investissements envisagés.....</i> | 18 |
| CHAPITRE 7: RENSEIGNEMENTS CONCERNANT LES ACTIVITES | | 19 |
| 7.1. | PRESENTATION GENERALE ET METIERS DE RIGHT PEOPLE | 19 |
| 7.1.1. | <i>L'activité de RIGHT PEOPLE.....</i> | 19 |
| 7.1.2. | <i>Produits et services.....</i> | 19 |
| 7.1.3. | <i>Une technologie qui protège la vie privée et aux capacités d'inter-connection considérables.....</i> | 20 |
| 7.2. | MARCHES ET TENDANCES..... | 21 |
| 7.2.1. | <i>Le marché des réseaux sociaux en pleine expansion.....</i> | 21 |
| 7.2.1.a. | <i>Définition.....</i> | 21 |
| 7.2.1.b. | <i>La cartographie du marché des réseaux sociaux</i> | 21 |
| 7.2.1.c. | <i>Les acteurs majeurs des réseaux sociaux</i> | 22 |
| 7.2.1.d. | <i>Une maturité de l'utilisation des réseaux sociaux.....</i> | 22 |
| 7.2.1.e. | <i>Des usages qui s'installent sociologiquement au niveau mondial au-delà des cultures.....</i> | 22 |
| 7.2.1.f. | <i>Des chiffres annonçant un développement durable.....</i> | 23 |
| 7.2.1.g. | <i>L'avenir du marché des réseaux sociaux.....</i> | 23 |
| 7.2.2. | <i>Le marché de la publicité en ligne.....</i> | 24 |
| 7.2.2.a. | <i>Définition.....</i> | 24 |
| 7.2.2.b. | <i>Les liens sponsorisés font référence.....</i> | 24 |
| 7.2.2.c. | <i>Contexte.....</i> | 24 |
| 7.2.2.d. | <i>La publicité sur Internet touche tous les secteurs de l'économie.....</i> | 24 |
| 7.2.2.e. | <i>Les acteurs.....</i> | 25 |
| 7.2.2.f. | <i>La performance du retour d'investissement lié à la précision du au ciblage publicitaire</i> | 25 |

| | | |
|----------|---|-----------|
| 7.2.2.g. | <i>Des attentes en pleine maturité.....</i> | 25 |
| 7.2.2.h. | <i>Une croissance rapide, soutenue et durable du marché de la publicité en ligne pour les dix prochaines années</i> | 25 |
| 7.2.2.i. | <i>Avis de gérants de fonds.....</i> | 25 |
| 7.2.3. | <i>Le formidable essor du marché de la publicité en ligne sur les réseaux sociaux.....</i> | 26 |
| 7.2.3.a. | <i>Définition.....</i> | 26 |
| 7.2.3.b. | <i>L'attraction universelle des annonceurs pour le marché des réseaux sociaux.....</i> | 26 |
| 7.2.3.c. | <i>Les chiffres du marché de la publicité en ligne sur les réseaux sociaux.....</i> | 27 |
| 7.2.3.d. | <i>Les tendances du marché de la publicité en ligne sur les réseaux sociaux.....</i> | 28 |
| 7.2.3.e. | <i>La forte rentabilité des investissements publicitaires sur les réseaux sociaux.....</i> | 28 |
| 7.2.3.f. | <i>Conclusions.....</i> | 28 |
| 7.2.4. | <i>Le marché de la publicité mobile.....</i> | 29 |
| 7.3. | ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL..... | 30 |
| 7.4. | FORCES ET ATOUTS..... | 31 |
| 7.4.1. | <i>Une technologie de pointe.....</i> | 31 |
| 7.4.2. | <i>Business model des solutions technologiques de Right People.....</i> | 31 |
| 7.4.3. | <i>Une organisation expérimentée et performante.....</i> | 31 |
| 7.5. | KEY PEOPLE..... | 32 |
| 7.5.1. | <i>Executive Team.....</i> | 32 |
| 7.5.2. | <i>Senior Advisors.....</i> | 33 |
| 7.6. | STRATEGIE..... | 34 |
| 7.6.1. | <i>Un lancement Internet et mobile viral.....</i> | 34 |
| 7.6.2. | <i>Des ventes en self-service utilisant la puissance de la viralité de la technologie.....</i> | 34 |
| 7.6.3. | <i>Une stratégie internationale progressive.....</i> | 34 |
| 7.6.4. | <i>Une avance technologique permanente.....</i> | 34 |
| 7.6.5. | <i>Une politique ressources humaines « des meilleurs cerveaux ».....</i> | 34 |
| | CHAPITRE 8: ORGANIGRAMMES..... | 35 |
| 8.1. | ORGANIGRAMME DU GROUPE..... | 35 |
| 8.2. | PRINCIPALES FILIALES DE L'EMETTEUR..... | 35 |
| 8.3. | ORGANIGRAMME FONCTIONNEL..... | 36 |
| | CHAPITRE 9: RECHERCHE & DEVELOPPEMENT, BREVETS ET LICENCES..... | 37 |
| 9.1. | RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT..... | 37 |
| 9.2. | BREVETS, MARQUES ET NOMS DE DOMAINE..... | 37 |
| 9.2.1. | <i>Les brevets.....</i> | 37 |
| 9.2.2. | <i>Les marques.....</i> | 37 |

| | |
|--|-----------|
| 9.2.3. Les noms de domaine..... | 38 |
| CHAPITRE 10: ORGANES D'ADMINISTRATION ET DE DIRECTION..... | 39 |
| 10.1. DIRIGEANTS ET ADMINISTRATEURS DE LA SOCIETE..... | 39 |
| 10.1.1. Informations générales relatives aux dirigeants et administrateurs..... | 39 |
| 10.2. AUTRES MANDATS..... | 39 |
| 10.3. PACTE D'ACTIONNAIRES..... | 40 |
| 10.4. CONFLITS D'INTERETS AU NIVEAU DES ORGANES D'ADMINISTRATION, DE DIRECTION, DE SURVEILLANCE ET DE LA DIRECTION GENERALE | 40 |
| CHAPITRE 11: REMUNERATIONS ET AVANTAGES | 41 |
| 11.1. REMUNERATION DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DIRIGEANTS..... | 41 |
| 11.2. SOMMES PROVISIONNEES PAR LA SOCIETE AUX FINS DE VERSEMENT DE PENSIONS, RETRAITES ET AUTRES AVANTAGES AU PROFIT DES MEMBRES DU CONSEIL D'ADMINISTRATION ET DIRIGEANTS | 41 |
| CHAPITRE 12: FONCTIONNEMENT DES ORGANES D'ADMINISTRATION ET DE DIRECTION | 42 |
| 12.1. DIRECTION DE LA SOCIETE | 42 |
| 12.1.1. Mandat des administrateurs..... | 42 |
| 12.2. CONTRATS ENTRE LES ADMINISTRATEURS ET LA SOCIETE..... | 42 |
| CHAPITRE 13: PRINCIPAUX ACTIONNAIRES | 43 |
| 13.1. ACTIONNAIRES SIGNIFICATIFS NON REPRESENTES AU CONSEIL D'ADMINISTRATION | 43 |
| 13.2. DROITS DE VOTE DES PRINCIPAUX ACTIONNAIRES..... | 43 |
| 13.3. CONTROLE DE LA SOCIETE | 43 |
| CHAPITRE 14: CONVENTIONS REGLEMENTEES..... | 44 |
| 14.1. RAPPORT SPECIAL DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES CONVENTIONS REGLEMENTEES PORTANT SUR L'EXERCICE CLOS AU 31 DECEMBRE 2007 DE MOBILE SIGNAL (ANCIENNE DENOMINATION SOCIALE DE RIGHT PEOPLE)44 | |
| CHAPITRE 15: INFORMATIONS FINANCIERES HISTORIQUES DES SOCIETES DU GROUPE | 45 |
| 15.1. COMPTES SOCIAUX RELATIFS A L'EXERCICE CLOS AU 31 DECEMBRE 2007 ET RAPPORT GENERAL DU COMMISSAIRE AUX COMPTES..... | 45 |
| 15.2. COMPTES ANNUELS SOCIAUX RELATIFS A L'EXERCICE CLOS AU 31 DECEMBRE 2006 DE MOBILE SIGNAL ET RAPPORT GENERAL DU COMMISSAIRE AUX COMPTES | 61 |
| 15.3. DIVIDENDES | 75 |
| 15.3.1. Montants des dividendes versés au cours des trois derniers exercices | 75 |
| 15.3.2. Politique de distribution des dividendes..... | 75 |
| CHAPITRE 16: INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES | 76 |
| 16.1. CAPITAL SOCIAL..... | 76 |
| 16.1.1. Montant du capital social..... | 76 |
| 16.1.2. Capital autorisé non émis..... | 76 |
| 16.1.3. Actions de préférence | 76 |

| | | |
|--|--|------------|
| 16.1.4. | <i>Titres non représentatifs du capital</i> | 76 |
| 16.1.5. | <i>Evolution du capital social</i> | 76 |
| 16.1.5.a. | Evolution générale du capital social depuis la création de la Société..... | 77 |
| 16.1.5.b. | Actionariat | 78 |
| 16.2. | EXERCICE SOCIAL | 78 |
| 16.3. | ACTE CONSTITUTIF ET STATUTS..... | 78 |
| CHAPITRE 17: CONTRATS IMPORTANTS | | 98 |
| CHAPITRE 18: INFORMATIONS PROVENANT DE TIERS, DECLARATIONS D'EXPERTS ET DECLARATIONS D'INTERETS | | 99 |
| CHAPITRE 19: DOCUMENTS ACCESSIBLES | | 100 |

NOTE : Le taux de change EUR/GBP utilisé dans ce document est de 1 GBP = 1,26 EURO à la date du 03/06/2008

Chapitre 1: Personnes responsables

1.1. Responsable du Document d'Information

Monsieur Dan-Joël AKE, Président Directeur Général de RIGHT PEOPLE.
(ci-après « RIGHT PEOPLE » ou la « Société » ou le « Groupe »)

1.2. Attestation du responsable du Document d'Information

« A ma connaissance, et après avoir pris toute mesure raisonnable à cet effet, je déclare que les informations contenues dans le présent Document d'Information sont conformes à la réalité ; elles comprennent les informations nécessaires aux investisseurs pour fonder leur jugement sur le patrimoine, l'activité, la situation financière et les résultats historiques de la Société ; elles ne comportent pas d'omissions de nature à en altérer la portée. »

Monsieur Dan-Joël AKE
Président Directeur Général

Chapitre 2: Contrôleurs légaux des comptes

2.1. Commissaire aux comptes titulaire

K & H Accountants
Chartered Certified Accountants and Registered Auditors
Cromer House, Caxton Way
Stevenage, Herts
Stevenage
Hertfordshire
SG1 2DF
UNITED KINGDOM

Nommé commissaire aux comptes titulaire par l'assemblée générale du 20 Mai 2008, pour une durée d'un (1) exercice qui expirera à l'issue de l'Assemblée Générale ordinaire appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 mai 2009.

2.2. Commissaire aux comptes suppléant

Conformément à la législation anglaise, il n'y a pas d'obligation à nommer un commissaire aux comptes suppléant.

Chapitre 3: Procédures de l'opération de placement réservé à des Investisseurs Qualifiés et de l'introduction en Bourse

3.1. Procédure de l'opération

Il sera procédé à un Placement réservé à des Investisseurs Qualifiés qui prendra la forme d'une augmentation de capital qui leur sera réservée.

Le Placement pourra être clos par anticipation sans préavis.

Le Placement sera suivi d'une demande d'admission aux négociations sur le Marché Libre, par voie de cotation directe.

Toutefois, l'émission ou la cession d'instruments financiers auprès d'Investisseurs Qualifiés ou dans un cercle restreint d'investisseurs, ne constitue pas une opération par appel public à l'épargne, sous réserve que ces investisseurs agissent pour compte propre.

Un investisseur qualifié est une personne morale disposant des compétences et des moyens nécessaires pour appréhender les risques inhérents aux opérations sur instruments financiers. La liste des catégories auxquelles doivent appartenir les Investisseurs Qualifiés est définie par décret. Les organismes de placement collectif en valeurs mobilières sont réputés agir en qualité d'Investisseurs Qualifiés.

Un cercle restreint d'investisseurs est composé de personnes, autres que les Investisseurs Qualifiés, liées aux dirigeants de l'émetteur par des relations personnelles, à caractère professionnel ou familial. Sont réputés constituer de tels cercles ceux composés d'un nombre de personnes inférieur à un seuil fixé par décret.

3.2. Caractéristiques du Placement réservé à des Investisseurs Qualifiés

3.2.1. Personnes habilitées à émettre des ordres dans le cadre du Placement réservé à des Investisseurs Qualifiés

Conformément aux dispositions de l'Article L.411-2, alinéa 2 du Code Monétaire et Financier, l'investisseur qualifié est « une personne morale disposant des compétences et des moyens nécessaires pour appréhender les risques inhérents aux opérations sur instruments financiers ». La liste de ces Investisseurs Qualifiés est établie par le Décret n° 98-880 du 1er octobre 1998 :

I - Sont des Investisseurs Qualifiés au sens du II de l'article 6 de l'ordonnance du 28 septembre 1967 lorsqu'ils agissent pour compte propre :

1. Les établissements de crédit et les compagnies financières mentionnés, respectivement, à l'article 18 et à l'article 72 de la loi du 24 janvier 1984;
2. Les institutions et services mentionnés à l'article 8 de la loi du 24 janvier 1984;
3. Les entreprises d'investissement mentionnées à l'article 7 de la loi du 2 juillet 1996;
4. Les sociétés d'investissement régies par l'ordonnance du 2 novembre 1945;
5. Les sociétés d'assurance et de capitalisation, ainsi que les sociétés de réassurance régies par le code des assurances;
6. Les institutions de prévoyance régies par le code de la sécurité sociale;
7. La Caisse d'amortissement de la dette sociale instituée par l'article 1er de l'ordonnance du 24 janvier 1996.

II - Sont également des Investisseurs Qualifiés au sens du II de l'article 6 de l'ordonnance du 28 septembre 1967, lorsqu'ils agissent pour compte propre, et à partir du jour de la publication au Bulletin des annonces légales obligatoires d'une décision prise en ce sens, selon le cas, par le Conseil d'Administration, par le Directoire ou par le ou les gérants :

8. Les sociétés de capital-risque mentionnées à l'article 1er de la loi du 11 juillet 1985;
9. Les sociétés financières d'innovation mentionnées au III de l'article 4 de la loi du 11 juillet 1972 ;
10. Les sociétés commerciales régies par la loi du 24 juillet 1966 dont le total du bilan consolidé, ou à défaut le total du bilan social, du dernier exercice, tel que publié et certifié par les commissaires aux comptes, est supérieur à un milliard de francs ;
11. Les établissements publics nationaux à caractère industriel et commercial dont des titres sont négociés sur un marché réglementé d'un Etat partie à l'accord sur l'Espace économique européen ;
12. Les organismes mutualistes régis par le code de la mutualité gérant en leur sein une caisse autonome agréée en vertu des dispositions de l'article L. 321-2 dudit code ;
13. Les sociétés dont un ou plusieurs Investisseurs Qualifiés mentionnés au I ci-dessus ou aux 8. à 12. du présent II détiennent, ensemble ou séparément, directement ou indirectement, au moins 99 % du capital ou des droits de vote.

La décision prise par le Conseil d'Administration, par le Directoire ou par le ou les gérants rapportant la décision mentionnée au premier alinéa du présent II prend effet à partir de sa publication au Bulletin des annonces légales obligatoires.

Les personnes mentionnées au I ci-dessus ainsi que les sociétés de gestion mentionnées à l'article 12 de la loi du 23 décembre 1988 sont réputées agir en qualité d'investisseur qualifié lorsqu'elles agissent pour le compte d'un organisme de placement collectif en valeurs mobilières ou d'un investisseur qualifié appartenant à l'une des catégories mentionnées au I ou au II ci-dessus.

3.2.2. Ordres susceptibles d'être émis dans le cadre du Placement réservé à des Investisseurs Qualifiés

Les ordres seront exprimés en nombre d'actions ou en montants demandés. Ils pourront comprendre des conditions relatives au prix.

3.3. Demande de Cotation Directe

Une demande d'admission des actions de la Société aux négociations sur le Marché Libre d'Euronext Paris, sera déposée.

L'admission des actions sur le Marché Libre sera effectuée par le biais d'une Cotation Directe.

Chapitre 4: Motivations de l'introduction en Bourse

4.1. Usage des fonds levés

L'Introduction en Bourse de Right People Technologies va contribuer à poursuivre son avance technologique, accélérer sa stratégie offensive de développement à l'international. En tant que première introduction en bourse du secteur, elle va permettre aux marchés financiers de pouvoir participer à la montée en puissance annoncée des réseaux sociaux.

A cet effet, les fonds levés seront principalement consacrés :

- Au développement du back office de la plateforme permettant aux annonceurs de concevoir leurs campagnes publicitaires, de propulser leurs messages vers les utilisateurs ciblés sur les média web, téléphone, blackberry, iPhone et PDA, et d'en analyser les résultats ;
- Au renforcement des pôles de compétences commerciales et marketing, et en particulier à la structuration des équipes commerciales américaines ;
- A la mise en place des partenariats commerciaux afin de cibler au mieux les messages publicitaires ;
- Au financement de l'augmentation du besoin de fond de roulement directement lié à sa croissance interne ;
- A la poursuite et à l'amplification de l'effort de Recherche & Développement qui est au cœur de la stratégie de croissance de la Société ;
- Au financement du développement international de la société.

RIGHT PEOPLE se tourne donc vers le marché pour trouver de nouveaux partenaires financiers qui apporteront les fonds nécessaires à la réalisation de ses objectifs ambitieux.

4.2. Motivations de l'introduction en Bourse

L'inscription des actions de RIGHT PEOPLE aux négociations sur le Marché Libre d'Euronext Paris marque une étape importante du développement de la Société. Cette opération a pour objectifs :

- De doter le groupe des moyens de financement offerts par la cotation en vue d'accompagner son plan de croissance ;
- D'augmenter sa notoriété et de renforcer sa crédibilité sur les marchés français et internationaux ;
- De valoriser le groupe et l'acclimater au marché boursier ;
- De procéder à des acquisitions lui permettant de gagner des parts de marché par croissance externe ;
- De permettre au groupe de faire ultérieurement un appel à l'épargne public, aux Etats-Unis ou en Europe.

Chapitre 5: Facteurs de risques

Les investisseurs sont invités à prendre en considération l'ensemble des informations figurant dans le présent Document d'Information, y compris les risques décrits dans le présent chapitre, avant de se décider à acquérir ou à souscrire des actions de la Société. Les risques exposés dans le présent chapitre sont ceux que la Société considère, à la date du présent Document d'Information, comme étant susceptibles d'avoir un effet défavorable significatif sur la Société, son activité, sa situation financière, ses résultats ou son développement. La Société ne peut exclure, toutefois, que d'autres risques puissent se matérialiser à l'avenir et avoir un effet défavorable significatif sur la Société, son activité, sa situation financière, ses résultats ou son développement.

5.1. Risques liés à l'activité

5.1.1. Risques clients

Néant

5.1.2. Risques liés à la concurrence et à l'évolution du marché

Right People a développé une technologie extrêmement performante et très complexe ; ce qui laisse comme seuls concurrents potentiels raisonnables les « Big Five » (Google, Microsoft, Yahoo, eBay et Facebook). Par ailleurs, Right People a déposé un brevet aux Etats-Unis. Deux autres sont en cours de dépôt. L'objectif est ainsi de transformer en opportunité de rachat la volonté que pourrait avoir un des géants de l'Internet à copier.

5.1.3. Risques technologiques

La plateforme en étant à sa deuxième version, il n'existe plus de risque lié à la capacité à développer un tel projet. Par ailleurs, le choix des technologies réalisés par les architectes logiciels assure une pérennité et une capacité d'évolution pour les années futures. La plateforme est développée en Java. Ceci lui permet de communiquer avec l'ensemble des systèmes informatiques et en particulier les plus gros.

5.2. Risques liés à l'organisation de la société

5.2.1. Dépendance vis-à-vis des collaborateurs clés

L'intelligence logicielle est répartie sur trois architectes logiciels faisant référence dans la profession. La société réfléchit à la mise en place d'un plan de stock-options Chaque collaborateur clé en bénéficiera. Les collaborateurs devraient donc s'investir sur le long terme et le risque lié aux éventuels départs est limité car ce plan prévoit des dates d'exercice des options à échéances échelonnées sur 48 mois par tranche mensuelle.

5.2.2. Dépendance à l'égard des principaux actionnaires

79 % du capital est détenu par les deux sociétés d'investissements créatrices (Web4 et Shieldaig) et les trois personnes fondatrices de la société (Dan AKE, Bertrand GERARD-BOUCHENY et Jean-Michel BILLAUT).

5.2.3. Aptitude de l'organisation à réaliser la croissance

Les risques liés à la réalisation et à la gestion de la croissance sont inhérents à toute entreprise qui, comme Right People Technologies, dispose d'un fort potentiel de développement. La Société considère que savoir gérer la croissance fait partie intégrante du métier et de l'expérience de ses dirigeants. Par ailleurs la technologie « Java » utilisée permet de traiter avec aisance les problèmes que la croissance rapide du nombre d'utilisateurs pourrait engendrer. L'architecture logicielle et le « middlewear » permettent de réagir en temps réel à l'augmentation du nombre d'utilisateurs, ainsi qu'à l'augmentation du nombre de plateformes-partenaires connectées.

5.2.4. Risques liés à la croissance externe

Comme souligné précédemment, la priorité pour Right People est sa croissance organique. Toutefois, la Société n'exclue pas d'élargir son périmètre par acquisition. Dans cette perspective, elle pourrait solliciter le marché pour se doter des moyens financiers nécessaires à saisir les meilleures opportunités.

5.3. Risques de marché

5.3.1. Risque de liquidité

A ce jour, le groupe dispose de 700 k€ de disponibilités. A la même date, elle ne détient pas de valeurs mobilières de placement. Right People considère disposer de la trésorerie et des facilités bancaires suffisantes pour faire face aux besoins et obligations de son exploitation.

5.3.2. Risque de taux

Les emprunts contractés sont à taux fixe. En conséquence, la Société n'est pas exposée au risque de taux.

5.3.3. Risque de change

La société va effectuer ses levées de fonds en euros et effectuera ses premières dépenses en dollars. En outre, la Société pouvant être amenée à développer significativement ses relations commerciales libellées en devises, elle prendra toutes les dispositions nécessaires en terme de couverture du risque de change.

5.4. Risques juridiques

5.4.1. Risques liés à la propriété intellectuelle

RIGHT PEOPLE est titulaire des droits de propriété relatifs à ses marques et brevets. Les brevets ont été déposés auprès de USPTO (United States Patent and Trademark Office). Les marques sont déposées à la fois auprès de l'USPTO et de l'Institut national de la propriété intellectuelle (INPI). Le dépôt européen est en cours. L'ensemble des titres de propriété industrielle liés à ses marques et ses brevets aux Etats-Unis est géré par le cabinet SWERNOFSKY Law Group PC, Californie, Etats-Unis.

5.4.2. Risques liés aux normes et à la réglementation applicable et à la confidentialité des données

Les messages marketing vont devenir de plus en plus ciblés. Cependant les réseaux sociaux devront se préoccuper du sujet sensible de la confidentialité des données, notamment dans le cadre des investigations de l'Union Européenne et de la Federal Trade Commission. Il existe des règles liées à la protection des données concernant la vie privée des personnes. Right People respecte l'ensemble de ces réglementations car son système fonctionne en laissant les données confidentielles et personnelles sur le poste de l'utilisateur.

5.5. Risques inhérents à l'opération

Les titres faisant l'objet de la présente opération ne seront pas admis aux négociations sur un marché réglementé et ne bénéficieront donc pas des garanties correspondantes.

5.6. Assurances et couvertures de risques

La Société est assurée auprès de la compagnie HISCOX INSURANCE COMPANY LIMITED , 1 Great St Helen's LONDON pour un couverture Multirisque Professionnelle de 1 000 000 GBP (1 260 000 Euros).

5.7. Faits exceptionnels et litiges

Il n'existe pas de procédure gouvernementale, judiciaire ou d'arbitrage, y compris toute procédure dont la Société a connaissance, qui est en suspens ou dont elle est menacée, susceptible d'avoir ou ayant eu au cours des douze derniers mois des effets significatifs sur la situation financière ou la rentabilité du Groupe.

Chapitre 6: Informations concernant la société

6.1. Histoire et évolution de la Société

6.1.1. Dénomination sociale et nom commercial de la société

La Société a pour dénomination sociale « RIGHT PEOPLE TECHNOLOGIES ».

6.1.2. Lieu et numéro d'enregistrement de la société

La Société est enregistrée à la Companies House pour l'Angleterre et le Pays de Galles sous le numéro 5537502.

6.1.3. Date de constitution et durée

Conformément à la législation anglaise, la Société a été immatriculée le 16 août 2005 pour une durée illimitée à la Companies House pour l'Angleterre et le Pays de Galles.

6.1.4. Siège social de la Société, forme juridique, législation régissant ses activités

La société a pour forme juridique : « Public Company Limited by shares » ou « PLC », régie par les dispositions législatives et réglementaires en vigueur et à venir, notamment par les lois sur les sociétés de 1985 à 2006, ainsi que par ses statuts.

Adresse : 72, New Bond Street - Mayfair - Londres W1S 1RR
 Téléphone : + 44 (0) 207 514 58 21
 Fax : + 44 (0) 207 100 83 09
 E-mail : investors@rightpeople.mobi
 Site Internet : www.rightpeople.mobi

6.1.5. Historique de la Société

Août 2005 Création de la société à Londres, Royaume-Uni, sous la dénomination sociale de Mobile Signal limited
Novembre 2005 Création du centre de développement à Varsovie, en Pologne
Avril 2006 Livraison du produit: Première version de la plateforme de Right People par SMS
Mai 2006 Conférence de presse de Pré lancement à Paris
Mai 2006 Trophée de la meilleure innovation technologique décernée par l'OSEO-ANVAR
Septembre 2006 Mise en service en France. Validation par le marché : près de 200 000 utilisateurs (B to C), et 10 entreprises clientes (B to B) en 3 mois .
Décembre 2006: Trophée de la meilleure innovation technologique pour les industries du tourisme au congrès Tourisma
Mai 2007 Etude sociologique pour positionner Mobile Signal et les réseaux sociaux existants
Juin 2007 Mise au point de groupes sociologiques pour définir une marque puissante
Novembre 2007 Test sur le marché américain
Décembre 2007 Dépôt de brevet
Février 2008 Changement de dénomination sociale de « Mobile Signal » à « Right People »
Février 2008 Premières démarches en vue d'une introduction en bourse via un placement privé auprès d'investisseurs qualifiés
Mars 2008 Livraison du produit: deuxième version de la plateforme de Right People convergente web-mobile
Juin 2008 Date prévue pour l'introduction en bourse

6.2. Investissements

6.2.1. Principaux investissements effectués par la société pendant les 3 dernières années

Les investissements ont été exclusivement consacrés au développement des plateformes version 1 (avril 2006) et version 2 (mars 2008). Au cours des trois dernières années, les dépenses d'investissement ont été consacrées à la Recherche et Développement.

6.2.2. Investissements envisagés

La politique d'investissement de la Société Right People vise à développer des solutions technologiques, tant à destination des utilisateurs des réseaux sociaux qu'à destination des annonceurs publicitaires. Elle vise également le développement de son business model sous la forme de ciblage très précis des messages publicitaires.

RIGHT PEOPLE compte poursuivre une politique d'investissement forte et en corrélation avec ses objectifs stratégiques.

La société va consacrer une partie de ses investissements dans la recherche et développement afin d'améliorer son outil technologique et de maintenir son avance. En parallèle, elle compte lancer une politique de recrutement afin de renforcer le pôle commercial, le pôle marketing et le développement des solutions technologiques.

Enfin, Right People envisage de racheter des sociétés dans le cadre de son développement par croissance externe.

Chapitre 7: Renseignements concernant les activités

7.1. Présentation générale et métiers de RIGHT PEOPLE

7.1.1. L'activité de RIGHT PEOPLE

De même que Google a gagné la bataille des dix dernières années en devenant le moteur de recherche de la bonne information, Right People a développé une technologie performante d'indexation et de recherche de la « bonne personne » fonctionnant sur le Web, le mobile, le Blackberry, l'iPhone et le PDA.

Facebook, Myspace, LinkedIn et les centaines d'autres réseaux sociaux aujourd'hui installés dans le monde, ont montré l'adoption en masse de ce nouvel outil Internet : le réseau social, qui permet de communiquer avec ses pairs. En audiences cumulées, plus d'1 milliard d'internautes à travers le monde ont déjà intégré dans leurs habitudes l'usage de réseaux sociaux. Les analystes prédisent une croissance encore accélérée du secteur, comme décrit dans les résultats d'études ci-après.

L'objet étant la mise en relation de personnes, une technologie permettant à ces nouveaux modes de rencontres de passer de la virtualité de l'Internet pur à la vraie vie en réalité, est une évolution logique et naturelle. S'appuyant sur cette vague sociologique, la technologie de la société permet la mise en relation entre individus, non seulement en virtuel sur Internet, mais aussi dans la vraie vie en mobilité.

Right People apporte ainsi au marché des réseaux sociaux trois nouvelles dimensions : celle de pouvoir gérer des réseaux de personnes en tout anonymat, celle de pouvoir prolonger les mises en relation en mobilité, quel que soit l'endroit où se trouve l'utilisateur, et celle de pouvoir qualifier avec précision la pertinence des mises en relation.

La société Right People Technologies se positionne ainsi comme « le » moteur de recherche de personnes. Son objectif est d'améliorer les réseaux interactifs, de les rendre plus aisés et plus conviviaux. Ses brevets lui permettent de se positionner en partenaire des réseaux sociaux actuels, et d'apporter une réponse aux besoins actuels et pressants de ce marché en pleine expansion :

- les problèmes de confidentialité des données personnelles
- les problèmes de qualification et de sélection des membres de son (ses) réseau (x) social (aux).
- les problèmes de parcellisation du marché
- l'extension dans la vraie vie du phénomène actuel des réseaux sociaux

Ainsi que l'annonce Michael Harrington, analyste et auteur du blog technologique sans doute le plus lu sur la planète, Techcrunch : « *Utiliser votre téléphone pour développer ou faciliter des interactions dans la vraie vie est une « killer application ». Personne n'a trouvé comment faire, mais attention à celui qui y arrivera.* »

7.1.2. Produits et services

Right People Technologies répond aux nouveaux comportements sociaux initiés par les communautés virtuelles du web et par les réseaux sociaux, en apportant à chacun, où qu'il soit, la possibilité de communiquer avec les personnes qui sont au même endroit, et qui partagent ses intérêts professionnels ou personnels. La technologie Right People, en plus d'être simple d'utilisation et accessible à partir de n'importe quel téléphone ou machine portable, ou via Internet, est une des rares technologies qui rapprochent les personnes dans la vraie vie.

Les services Right People permettent de créer de nouveaux liens entre personnes ou d'en faciliter l'émergence. Les produits et services innovants de Right People sont en effet accessibles sur Internet et en mobilité à partir de toute machine portable, tels Iphone, PDAs, blackberries , et même à partir de n'importe quel téléphone portable de base. L'accès est gratuit à l'ensemble des services, et ne demande de télécharger aucun programme complémentaire. Le fonctionnement est immédiat.

Right People Technologies propose une palette de produits et services permettant aux utilisateurs de trouver « la bonne personne » partageant ses intérêts, ou susceptible de répondre à ses attentes. Ces recherches utilisent à la fois la dimension temporelle, puisqu'elles sont effectuées en temps réel, et la dimension géographique, puisqu'elles intègrent le positionnement consentant de l'utilisateur.

En utilisant « Right People for the Web », les utilisateurs peuvent préparer leurs événements, soirées, fêtes, congrès, conférences ou voyages à venir. Ils peuvent ainsi visualiser en avance les personnes qui envisagent de se rendre dans un lieu commun, avec lesquelles ils ont des affinités en commun, et commencer à communiquer avec elles, l'anonymat étant bien sûr préservé.

En utilisant « Right People Mobile », les utilisateurs peuvent interagir en temps réel avec des internautes qui vivent dans le même périmètre, qui travaillent dans un secteur proche, qui voyagent dans la même zone, etc.

Extrait de l'article sur les nouvelles pratiques sociales du journal Metro du 12 décembre 2006 :

Right People pour des rencontres naturelles : Bientôt, où que vous soyez, vous ne vous sentirez plus jamais seul ou étranger aux personnes qui vous entourent. Les gens que vous côtoyez dans les cafés, les restaurants, les hôtels, lors de congrès ou sur votre lieu de vacances, vont prendre une nouvelle dimension. Au milieu de cette foule de visages inconnus, se trouvent un autre passionné de généalogie, un joueur de tennis aguerri ou une personne qui partage votre amour des sacs haute couture et des comédies musicales, ou tout simplement un ancien étudiant de votre université.

Les moments de solitude, les silences embarrassés, et les premières impressions mitigées feront désormais partie du passé avec "Right People", un nouveau service de mise en relation qui permet, grâce à son téléphone portable, en quelques minutes, de rencontrer dans la vraie vie des personnes qui ont à partager avec soi. Jusqu'ici, nous avions notre propre cercle d'amis, et nous considérions les personnes qui n'en faisaient pas partie comme des étrangers difficiles d'accès, ou que nous n'osions pas aborder. Dorénavant, chacun d'entre nous peut rencontrer, s'il le veut, quand il le veut, de nouvelles personnes, simplement en activant son Right People, ce qui nous ouvre des horizons jusqu'ici inimaginables

Right People chaque jour : Chaque utilisateur de téléphone portable, du routard qui débarque à l'aéroport d'un pays inconnu à l'homme d'affaires participant seul à un congrès, pourra grâce à Right People rencontrer d'autres personnes qui se trouvent à proximité de lui. Dans la même semaine, l'homme d'affaires pourra utiliser Right People à des fins professionnelles le lundi matin lors d'une conférence, pour des raisons extraprofessionnelles le mardi soir en arrivant au club de gym, le mercredi soir dans le train en rentrant chez lui,... Right People Business permet d'être mis en relation avec des experts qui peuvent vous aider à faire avancer votre projet professionnel. Right People Passion permet de découvrir des personnes qui partagent vos hobbies, cherchent un partenaire pour jouer au tennis, faire du jogging, ou partir en voyage, ...

Les possibilités et les applications sont illimitées. Right People apporte aux utilisateurs une ou plusieurs raisons d'utiliser un service de réseau social une ou plusieurs fois par semaine, dans la vraie vie, en prolongation de leur expérience actuelle sur le Web.

(Note : le texte original cite la marque « Mobile Signal », ancien nom de « Right People »)

7.1.3. Une technologie qui protège la vie privée et aux capacités d'inter-connection considérables

La technologie de Right People respecte la vie privée et l'anonymat. Toutes les connexions sont réalisées sans dévoiler aucune donnée personnelle. Les données concernant les centres d'intérêts que sont les affaires, les loisirs ainsi que les aventures amoureuses sont complètement hermétiques et les utilisateurs sont libres de choisir s'ils veulent voir ou être vus sur un de ces modules. Contrairement aux sites de réseaux sociaux, Right People est une plateforme multi supports qui peut être reliée instantanément à une technologie de l'information, à un système de mobile tels que GDS (i.e. le système de réservation en ligne d'Amadeus) ou à une plateforme d'un opérateur téléphonique (Verizon, Orange). Au-delà du développement logiciel, l'architecture-serveurs de Right People permet de gérer des millions de connexions entre les personnes en une fraction de seconde (les utilisateurs, les lieux, les organisations et les entreprises qui partagent des intérêts ou des besoins communs).

7.2. Marchés et tendances.

Right People Technologies se situe à la croisée de deux marchés en pleine expansion que sont :

- le marché des réseaux sociaux ;
- le marché de la publicité en ligne.

Les innovations de Right People Technologies apportent des solutions aux attentes de ces deux marchés et donc plus spécialement, au marché de la publicité en ligne sur les réseaux sociaux. Par ailleurs, compte tenu des fonctionnalités de sa plateforme qui permet de communiquer avec ses utilisateurs, à la fois sur Internet, et sur leurs téléphones portables, blackberries ou PDAS, Right People Technologies a une place de choix pour être en bonne position lorsque le marché de la publicité mobile décollera.

7.2.1. Le marché des réseaux sociaux en pleine expansion

7.2.1.a. Définition

Un réseau social est un ensemble d'entités sociales telles que des individus ou des organisations sociales reliées entre elles par des liens créés lors des interactions sociales. Des réseaux sociaux peuvent être créés stratégiquement pour agrandir ou rendre plus efficient son propre réseau social (professionnel, amical). Il existe des applications Internet aidant à se créer un cercle d'amis, à trouver des partenaires commerciaux, un emploi ou autres. Il s'agit de services de « réseautage social ».

Le « réseautage social » se rapporte à une catégorie des applications d'Internet pour aider à relier des amis, des associés, ou d'autres individus employant ensemble une variété d'outils. Ces applications, connues sous le nom de "service de réseautage social en ligne" (*social networking*) sont très nombreuses et de plus en plus populaires. Elles peuvent aussi se rapporter au champ de la gestion des carrières professionnelles.

7.2.1.b. La cartographie du marché des réseaux sociaux

Nous utiliserons la segmentation des réseaux sociaux par univers, car elle nous semble correspondre à la segmentation spontanée faite par les utilisateurs en fonction de leurs attentes. Cette segmentation regroupe donc l'ensemble des réseaux sociaux au sein de quatre univers :

- l'univers Business : Il regroupe les sites à vocation professionnelle, utilisés pour le recrutement de candidats ciblés et la chasse de tête, la recherche d'emploi par utilisation du réseau, la prospection au sens large, l'animation de communautés d'anciens d'écoles ou d'universités, etc...

- l'univers Passion : Il regroupe les sites permettant de partager ses passions, se trouver des personnes partageant ses intérêts, de partager des fichiers, images ou vidéos avec ses amis, etc...

- l'univers Romance : Il regroupe les sites de rencontres en ligne, amoureuses ou coquines.

- l'univers Services : Il regroupe les sites permettant de mettre en relation les utilisateurs dans une relation de type « vendeur-acheteur » ou « fournisseur-client ». Exemples : « personne A1 cherchant une baby-sitter est mise en relation avec personne B1 fournissant des prestations de baby-sitting, personne A2 cherchant un avocat fiscaliste est mise en relation avec personne B2 fournissant des prestations de conseil en fiscalité, personne A3 cherchant à vendre une Mercedes SLK est mise en relation avec personne B3 désirant acheter une Mercedes SLK, personne A4 cherchant à louer un appartement 2 pièces sur Orsay est mise en relation avec personne B4 ayant un tel appartement à louer, etc...

7.2.1.c. Les acteurs majeurs des réseaux sociaux

Les principaux acteurs sont :

- Myspace
- Facebook
- LinkedIn
- Bebo

Ces quelques acteurs qui accaparent l'actualité médiatique cachent une réalité d'usage et une réalité économique comprenant des centaines de réseaux sociaux totalisant chacun plus de 50M d'utilisateurs qui existent de par le monde. Il est aujourd'hui difficile de prédire si les deux leaders actuels MySpace and Facebook conserveront leur popularité à l'horizon de 2011. Les sociologues prédisent une utilisation croissante des réseaux sociaux ciblés ou de niche.

7.2.1.d. Une maturité de l'utilisation des réseaux sociaux.

L'utilisation des réseaux sociaux aujourd'hui n'est plus la même qu'à leurs débuts. La technologie permet de placer les réseaux sociaux au coeur d'activités quotidiennes essentielles. Aujourd'hui, les réseaux sociaux sont généralement utilisés comme un site-destination, utilisé pour communiquer avec ses amis, passer du temps à mettre à jour son profil, et visionner des media (photos, vidéos,...), ou utiliser des applications spécifiques de mise en relation. Ces nouvelles applications permettent d'installer progressivement les réseaux sociaux dans de nombreuses utilisations quotidiennes et actuelles d'Internet.

Le temps moyen passé par les utilisateurs sur les réseaux sociaux permet de qualifier cette activité comme "addictive" (« accro », créant une dépendance). Selon l'étude de Grunwald Associates sur les adolescents et les réseaux sociaux, un tiers d'entre eux les utilisent plus de 10 heures par semaine. Cela pré-dessine les tendances du marché des réseaux sociaux pour les 10 prochaines années, alors que les adolescents vont progressivement devenir adultes et conserver leurs habitudes « addictives » .

Les profils des utilisateurs deviennent portables, Dans un avenir proche, les attentes des utilisateurs ne seront de ne plus créer plusieurs profils, mais de n'en avoir qu'un seul, et de pouvoir l'utiliser partout, sur tous les sites, ainsi qu'en mobilité. L'apparition des applications appelées "widgets," qui fonctionnent aujourd'hui chacune sur un seul réseau social, pourront très bientôt fonctionner sur plusieurs réseaux grâce aux plateformes d'inter connexion (« open platforms »).

Les activités telles que le shopping en ligne, la recherche d'informations, l'envoi d'emails et de messages instantanés (instant messengers) sont de plus en plus améliorées par les réseaux sociaux. The Economist prédit que cette intrusion des réseaux sociaux dans tous les secteurs d'utilisation d'Internet devrait encore s'accélérer dans les années à venir. Selon lui, « le futur des réseaux sociaux ne sera pas un grand graphe social unique, mais plutôt une myriade de petites communautés qui, sur Internet, dupliqueront les millions de communautés qui existent dans la vie réelle ». Un seul ni même une poignée de réseaux sociaux tels que Facebook et Myspace ne pourront en aucun cas répondre à eux seuls à cette demande qualitative croissante.

7.2.1.e. Des usages qui s'installent sociologiquement au niveau mondial au-delà des cultures.

Le fort développement de l'infrastructure et de l'utilisation des réseaux sociaux aux Etats-Unis ne doit pas faire oublier que le phénomène est mondial et s'étend bien au-delà de toute frontière ou barrière culturelle. D'après l'étude internationale réalisée par le Online Computer Library Center, d'autres pays tels que la France, l'Allemagne, le Japon, et l'Angleterre font partie des pays où plus d'un tiers des internautes utilisent les réseaux sociaux.

Dans la région Asie-Pacifique, 169 millions de personnes au moins utilisent les réseaux sociaux selon comScore. Ils sont à rajouter aux 127 millions d'utilisateurs en Europe et aux 124 Millions d'utilisateurs en Amérique du Nord, pour un total identifié par Comscore de 483 millions d'utilisateurs auxquels il faut rajouter les utilisateurs d'Amérique latine, du Moyen-Orient et d'Afrique sur lesquels il n'existe pas encore d'étude disponible. Certains pays dépassent encore les chiffres déjà élevés concernant les Etats-Unis. Selon Ipsos Insight, la Corée du Sud affiche des chiffres de 55% d'utilisateurs de réseaux sociaux parmi les internautes et le Brésil de 46%. L'étude de Forrester affiche des résultats de 69% pour l'Inde.

La synthèse de ces différentes études mondiales permet principalement de déduire que :

- le phénomène est mondial, touchant aussi bien des pays industrialisés que les pays émergents à forte population.
 - le phénomène ne peut que s'amplifier dans les années à venir, du fait que la base d'utilisateurs va être gonflée de l'arrivée des adolescents pour lesquels les pratiques « addictives » seront prolongées dans leur utilisation d'Internet en tant qu'adultes.
- Le taux d'utilisateurs de réseaux sociaux prévu pour 2011 est estimé à 84% de la population des internautes.

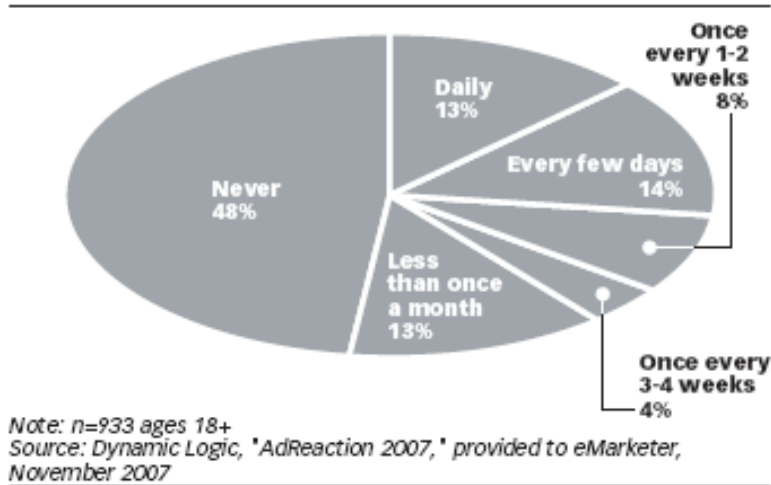
Les réseaux sociaux sont devenus une application majeure d'Internet.

7.2.1.f. Des chiffres annonçant un développement durable

L'ensemble des études réalisées sur le marché prouve qu'il est évident que les réseaux sociaux sont assurés d'un développement durable en tant qu'activité clé d'Internet. D'après le "IBM Institute for Business Value", 45% des adultes aux USA sont des utilisateurs de réseaux sociaux. Selon Dynamic Logic found, dans une étude parue en septembre 2007, ce pourcentage atteindrait même 52%. Etre utilisateur de réseaux sociaux signifie les utiliser régulièrement. En effet les chiffres de l'étude Parks Associates identifie les utilisateurs réguliers, et constate que 19% des adultes américains utilisent un réseau social chaque semaine, contre 13% l'année précédente.

L'utilisation des réseaux sociaux est un véritable phénomène de société touchant toutes les classes d'âges actives. En effet, selon Dynamic Logic, 76% des 18-34 ans et 44,6% des 35-44 ans utilisent un ou plusieurs réseaux sociaux. Lorsqu'il s'agit de la cible des 18-34 ans, utiliser un réseau social devient une pratique de chaque jour. Parmi les utilisateurs, 27% les utilisent chaque jour, et 39% les utilisent une fois par mois. L'utilisation des réseaux sociaux est un phénomène social parfaitement installé dans toutes les tranches d'âge. Son taux d'adoption par les jeunes populations permet de dire qu'il semble inimaginable qu'il puisse être remis en question. Son développement s'annonce durable avec des progressions qui devraient encore s'accélérer.

Frequency with which US Adult Internet Users Visit Social Networking Sites, September 2007 (% of respondents)



7.2.1.g. L'avenir du marché des réseaux sociaux

Les caractéristiques intrinsèques des réseaux sociaux en font des bases fondamentales de l'Internet de demain : l'idée d'entrer en contact avec d'autres utilisateurs d'Internet partageant nos intérêts, la manière dont les internautes communiquent entre eux et propagent des messages de façon virale au travers des réseaux sociaux, les modes d'expression individuelle et de groupe qu'ils permettent,...

L'extrait de l'interview de Eric Schmidt, PDG de Google au New York Times en Octobre 2007 résume la durabilité de cet Eldorado du web.

« One of the things to say, very clearly, is that social networks as a phenomenon are very real. If you are of a certain age, you sort of dismiss this as college kids or teenagers. But it is very real... »—“Une des choses à dire, très clairement, est que les réseaux sociaux sont un phénomène très réel. Si vous êtes d'un certain âge, vous pouvez dire que cela concerne les gamins et les adolescents. Mais c'est très réel... »

7.2.2. Le marché de la publicité en ligne

7.2.2.a. Définition

La publicité en ligne est un moyen permettant aux web masters de rentabiliser financièrement leur site Internet et de leur permettre de couvrir les coûts d'hébergement et de noms de domaine. Il s'agit également d'un moyen privilégié d'assurer la promotion des services ou produits que propose un site web. Elle s'adresse en effet aux internautes, c'est-à-dire à un public idéal pour une telle campagne de promotion. La publicité en ligne se fait généralement sous forme de campagne publicitaire, grâce à la diffusion de bannières publicitaires, sous forme graphique, ou de liens sponsorisés, sous forme textuelle.

7.2.2.b. Les liens sponsorisés font référence.

Selon l'International Advertising Bureau, les liens sponsorisés drainent 42% des investissements publicitaires. Les liens sponsorisés représentent les liens présents sur les moteurs de recherches tels Google, Yahoo et autres, que les annonceurs achètent via un système de ventes aux enchères de mots-clés, pour créer du trafic vers leur site. En achetant le mot-clé « voiture », un constructeur pourra ainsi être présent sur la première page de résultats de requêtes correspondantes sur Google. Lancés en 2001, les liens sponsorisés connaissent une croissance exponentielle depuis 3 ans.

Parmi tous les supports et formats de la publicité en ligne, les liens sponsorisés sont ceux qui bénéficient de la plus forte croissance. Les liens sponsorisés (ou liens commerciaux ou liens promotionnels) sont des liens qui apparaissent sur la droite des résultats dans les moteurs de recherche. Contrairement aux autres liens (résultats naturels), ils s'agit de liens publicitaires. Les liens commerciaux prennent une part importante et croissante des investissements publicitaires sur Internet. Ils sont présents sur tous les grands moteurs de recherche (Google, MSN, et Yahoo disposent de leur propre régie de liens commerciaux). Ils peuvent porter les noms de liens commerciaux, liens sponsorisés, ou encore liens promotionnels. Leur intérêt principal est qu'ils garantissent une présence immédiate et optimale de votre site sur les moteurs de recherche. Les annonceurs achètent principalement des mots-clés ou thématiques, souvent aux enchères. Le montant de l'enchère détermine le positionnement de l'annonce publicitaire par rapport à celles des concurrents. Ils sont très souples car une campagne peut être lancée et arrêtée à tout moment. Les outils analytiques associés permettent de suivre et maîtriser les dépenses publicitaires associées et leur retour sur investissement.

7.2.2.c. Contexte

La publicité en ligne attire de plus en plus d'annonceurs. La première raison en est l'évolution de notre société pour laquelle Internet devient le point central des communications professionnelles ou personnelles de chaque individu : les internautes sont de plus en plus nombreux, ils utilisent Internet plusieurs heures par jour, à titre privé ou professionnel, ils sont beaucoup plus confiants et n'hésitent plus à acheter en ligne.

La multiplication des sites e-commerce participe à l'accélération du développement durable de la publicité en ligne. Elle constitue le premier moyen de promotion des cybermarchands pour créer du trafic vers leurs sites Web. L'e-commerce affiche une croissance de 38 % rien que sur le 1er semestre 2007 malgré le contexte économique fragile (notamment les conséquences de la baisse du pouvoir d'achat et de baisse de la consommation des ménages).

7.2.2.d. La publicité sur Internet touche tous les secteurs de l'économie.

Au départ, les annonceurs étaient d'abord les propres acteurs d'Internet. Aujourd'hui tous les annonceurs s'y intéressent. Au cours des neuf derniers mois, le nombre des annonceurs, rien que sur la France a augmenté de 47%. (source : La vie Financière). L'International Advertising Bureau France confirme que 2007 a été marquée par une forte accélération du nombre d'annonceurs, avec pour la France par exemple 3339 annonceurs actifs dont 1815 nouveaux annonceurs. On y dénombre deux fois plus d'annonceurs qu'à la télévision (1676 annonceurs) et 43% de plus qu'à la radio (2332) . ZénithOptimedia pense que la publicité en ligne devrait dépasser la publicité radio en 2008, et la publicité dans les magazines et la presse à l'horizon 2010.

L'International Advertising Bureau dévoile que les nouveaux annonceurs découvrant la publicité en ligne investissent autant que les anciens investissant depuis plusieurs années. Tous les secteurs sont concernés pour des montants qui auraient été inimaginables il y a quelques années. Pour donner un exemple parmi tant d'autres, la SNCF investit plus de 70M€ par an dans la publicité en ligne sur son budget publicitaire total annuel de 550M€

7.2.2.e. Les acteurs

Les principaux acteurs sont : Google, Yahoo, DoubleClick (racheté par Google), AOL, TradeDoubler, AdLink, Adpepper Media, Hi-Media, Lagardère Active, Axel Springer, MSN,...

7.2.2.f. La performance du retour d'investissement lié à la précision du au ciblage publicitaire

Le plus gros atout de la publicité en ligne est sans doute la force du ciblage qu'il permet. Le bénéfice pour les annonceurs est de donner à des petits budgets la possibilité d'atteindre des objectifs commerciaux élevés en évitant la dispersion propre aux média traditionnels.

Le ciblage que proposent les média traditionnels est de pâle saveur par rapport aux cibrages possibles sur Internet. Lorsqu'un média traditionnel met à disposition des annonceurs une étude réalisée l'année dernière « sur un échantillon représentatif de X téléspectateurs » permettant d'estimer à 30% le nombre de cadres, Internet donne accès en temps réel à des données exactes et exhaustives.

7.2.2.g. Des attentes en pleine maturité

Internet a un atout majeur pour séduire les annonceurs : la puissance de la technologie pour mesurer le retour sur investissement. La vente de campagnes publicitaires est maintenant souvent associée aux outils de mesure de performance de clics. Dans le même temps, les annonceurs ont compris que Internet est un média à part entière, et à ce titre est également efficace pour la diffusion de messages. Les annonceurs utilisent la publicité en ligne non plus seulement en attendant de l'utilisateur qu'il clique sur une bannière, mais aussi qu'il voie un message publicitaire et le mémorise.

7.2.2.h. Une croissance rapide, soutenue et durable du marché de la publicité en ligne pour les dix prochaines années

Selon une étude réalisée par Digitas auprès des décideurs en matière d'investissements publicitaires, la tendance spectaculaire de croissance des investissements en ligne devrait continuer pour les prochaines années. Cette maturité du marché se retrouve dans les intentions d'investissements. Selon cette même étude, 67% des décideurs en matière d'investissements publicitaires envisagent d'augmenter leurs investissements pour l'année à venir.

La publicité on-line a de l'avenir et est encore loin d'atteindre la maturité. De nouvelles technologies, de nouveaux formats, de nouveaux concepts... le marché de la publicité en ligne, dynamique et durable, semble se développer tout en technologie avec un objectif permanent de rentabilisation des investissements publicitaires. La transparence, le contrôle, et le ciblage sont les bénéfices qu'elle apporte aux annonceurs de plus en plus exigeants.

Le marché de la publicité représente actuellement un marché mondial de plus de \$50 Milliards, dont la moitié, soit \$25 milliards, aux Etats-Unis et déjà \$2,5 Milliards dans un pays Européen tel que la France. La part de la publicité en ligne sur le marché publicitaire globale est déjà de 10 à 12 % dans les pays européens ou nord-américains, et est en progression significative.

Extrait de l'interview de Eric Troussset, Directeur Marketing du pôle Investissements publicitaires de TNS Media Intelligence.

« En 2002, Internet était l'avant-dernier média, juste devant le cinéma, ce qui, à l'époque était presque glorieux. Aujourd'hui, comparé aux autres médias, Internet représente 11,2% en France, ce qui le place quasiment à égalité avec le média affichage. Le poids économique d'Internet est considérable. »

« Internet est devenu la locomotive du marché publicitaire »

7.2.2.i. Avis de gérants de fonds

Extrait de l'interview de Matteo Novelli, co-gérant du fonds Star Innovation chez CFD pour la Vie Financière du 28 Septembre 2007.

«La publicité en ligne devrait continuer à croître à un rythme de +20 à +40% par an selon les pays. La migration de la publicité traditionnelle vers Internet s'accélère, le potentiel est très important [...] »

« Le métier de la publicité en ligne est de moins en moins artisanal et de plus en plus technologique. [...] »

« [Sur ce marché], les acquisitions sont souvent chères. [...] »

7.2.3. Le formidable essor du marché de la publicité en ligne sur les réseaux sociaux

7.2.3.a. Définition

La définition de ce que couvre la publicité sur les sites de réseaux sociaux est évolutive. Les réseaux sociaux offrent de nombreux formats possibles aux annonceurs, depuis les formats traditionnels jusqu'aux formats innovants qui arrivent chaque jour sur le marché. Ces innovations sont essentiellement liées aux facultés intrinsèques des réseaux sociaux à pouvoir propager de manière virale des messages. Viennent donc s'ajouter aux traditionnelles bannières publicitaires et publicités vidéo :

- les liens sponsorisés, mais aussi
- les honoraires perçus par un site de réseau social afin de développer une page promotionnelle ;
- les revenus de recherches publicitaires ;
- les messages propulsés sur les téléphones mobiles, blackberries, ou PDAs, associés à la recherche de personnes ou à la mise en relation de personnes.

7.2.3.b. L'attraction universelle des annonceurs pour le marché des réseaux sociaux

Les marques et les annonceurs sont donc à la recherche des solutions simples et efficaces leur permettant de tirer profit de la viralité des réseaux sociaux pour s'adresser à des niches de consommateurs et construire une communication interactive et personnalisée avec leurs cibles de clients.

Par ailleurs, la mobilité permet d'envisager que l'avenir des réseaux sociaux se rêve sur mobile. En plus des fonctionnalités existantes, la géolocalisation permettra de démultiplier la portée des réseaux et les échanges au sein des communautés non plus uniquement derrière son écran, mais où que l'on soit.

L'attraction exercée par les réseaux sociaux sur les annonceurs provient de la viralité de propagation des messages parmi une population ciblée pre-disposée à recevoir et rediffuser, avec une grande efficacité et crédibilité, des messages correspondant à ses intérêts. Les annonceurs attendent les solutions technologiques leur permettant d'utiliser les connexions entre utilisateurs de réseaux sociaux pour amplifier la portée de leurs messages marketing.

Les annonceurs de tous les secteurs s'intéressent au marché de la publicité en ligne sur les réseaux sociaux. Les études récentes de l'« Interactive International Bureau » montrent que 25% des annonceurs américains utilisent la puissance des réseaux sociaux pour leurs campagnes marketing ou publicitaires. L'« Association of National Advertisers » prévoit que 50% des annonceurs utiliseront les réseaux sociaux en 2010. Les sociétés en avance sur l'utilisation des media digitaux, telles que Procter & Gamble, Microsoft's Xbox, Ford, Taco Bell, Universal Pictures, Toyota, Fox Searchlight et XM Satellite Radio mettent au point chaque jour de nouvelles utilisations des réseaux sociaux à des fins marketing ou publicitaires.

Les publicitaires commencent à inclure les réseaux sociaux dans leurs campagnes à long terme. Accenture annonce que dès 2008 les réseaux sociaux deviendront attractifs tant sur le plan de la rentabilité des investissements, que sur la palette des possibilités marketing.

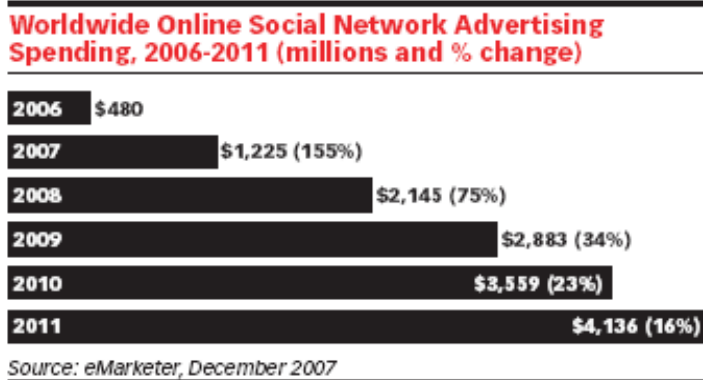
Les études des associations professionnelles “Interactive Advertising Bureau”, “Association of National Advertisers”, “American Association of Advertising Agencies” et Booz Allen Hamilton convergent toutes pour dire que les annonceurs sont convaincus qu’ils vont pouvoir ainsi mieux cibler leurs messages publicitaires et acquérir des clients en plus grand nombre et à meilleure rentabilité. Ils considèrent également pouvoir ainsi cibler et atteindre les clients à fort et moyen revenus. Le niveau de revenu moyen des utilisateurs de réseaux sociaux est largement supérieur au revenu moyen des internautes. En effet, 31% des utilisateurs de réseaux sociaux ont des revenus annuels supérieurs à \$150,000 par rapport à 16% pour l’ensemble des internautes selon l’étude de « American Life Project ».

7.2.3.c. Les chiffres du marché de la publicité en ligne sur les réseaux sociaux

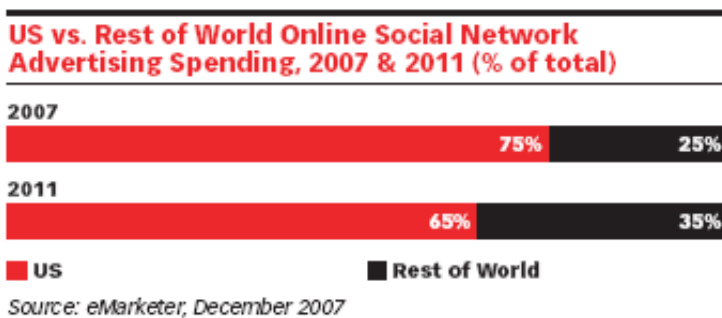
Selon EMarketer, les annonceurs continuent d’augmenter leurs dépenses publicitaires dans les réseaux sociaux avec \$920 million investis en 2007, et une prévision de \$1.6 Milliards en 2008, représentant une augmentation de 74%. Le développement du marché mondial devrait connaître en 2008 une progression similaire de 75% en passant de \$1,2 Milliards à \$2,1 Milliards.

Pour Facebook, par exemple, le nombre de campagnes publicitaires double de trimestre en trimestre, et l’investissement publicitaire moyen par campagne augmente de 30% en moyenne, selon Mike Murphy, « vice president of media sales » chez Facebook, dans une interview accordé à Emarketer.

Rien que pour le mois de Novembre 2007, plus de 50 nouveaux annonceurs de taille ont lancé des campagnes publicitaires sur MySpace. Les autres marchés internationaux emboîtent le pas au marché américain dans cette direction.



En 2007, les Etats-Unis représentaient 75% du total des investissements publicitaires sur les réseaux sociaux mondiaux. Cette proportion devrait rapidement descendre à 65% et en-deça.



2010

7.2.3.d. Les tendances du marché de la publicité en ligne sur les réseaux sociaux

Avec la maturité du marché, les investissements publicitaires vont suivre la tendance des utilisateurs à aller vers des réseaux sociaux de niche, au détriment des leaders tels que MySpace and Facebook. Ils concerneront également, non plus seulement les pages de profils, mais également les pages de recherches de personnes, et les applications « widgets » spécifiques.

Cependant les récents rebonds concernant les problèmes de confidentialité des données autour de Facebook prouvent que le problème majeur auquel les réseaux sociaux vont avoir à faire face est celui de monétiser leurs données en protégeant la vie privée de leurs utilisateurs. C'est une des avancées technologiques, d'ailleurs brevetée, de Right People Technologies.

7.2.3.e. La forte rentabilité des investissements publicitaires sur les réseaux sociaux

Les premiers résultats concernant MySpace ont montré des taux de clic sur messages publicitaires supérieurs à 300% grâce au ciblage proposé par défaut par ce réseau social. Ces taux sont à comparer au taux moyen rencontré pour les bannières publicitaires sur Internet qui, selon Eyeblander se situerait autour de 0,2%.

« L'obsession des marques est de trouver ses "fans" et de pouvoir communiquer de manière ciblée et pertinente avec ceux qui peuvent le devenir facilement. », dit Art Sindlinger, « activation director for social media and gaming » chez Starcom Worldwide,

En cas de récession, les professionnels estiment que l'augmentation de la part de marché de la publicité sur Internet par rapport aux media traditionnels devrait s'accélérer, car elle permet la mesure précise et immédiate du retour sur investissement.

7.2.3.f. Conclusions

Le fait que les réseaux sociaux deviennent des utilisations incontournables et quotidiennes d'Internet a pour conséquence directe la croissance durable des investissements publicitaires dans les réseaux sociaux. Les conclusions de l'étude de EMarketer prédisent que les sociétés de technologie vont apporter des solutions performantes aux attentes des annonceurs de pouvoir utiliser avec efficacité tout le potentiel non encore exploité de ciblage publicitaire et de propagation virale de messages marketing.

Cette vision des évolutions technologiques à venir a déjà traversé l'Atlantique et atteint l'Europe, tel qu'en atteste l'extrait de l'interview de David Kenny, membre du directoire de Publicis pour le magazine Stratégies dans le dossier spécial publicité en ligne du 17 Avril 2008.

“Nous devons inventer les outils de demain”

7.2.4. Le marché de la publicité mobile

Bien que le marché de la publicité mobile n'ait pas encore réellement décollé, toutes les études et en particulier les opérateurs téléphoniques misent sur une explosion du marché de la publicité sur téléphone mobile. Les équipes de marketing sociologique de Right People Technologies sont plus nuancées sur le sujet. Elles considèrent qu'aujourd'hui l'intrusion qui consiste à recevoir un message non sollicité sur son téléphone mobile, est un obstacle majeur au décollage annoncé de ce marché. D'ailleurs le marché est toujours à son état embryonnaire même si tous les opérateurs téléphoniques proposent déjà des solutions technologiques de base, et si les grands groupes publicitaires se sont déjà structurés pour répondre à la demande.

Les équipes de marketing sociologique de Right People Technologies travaillent par contre avec pour objectif de trouver les clefs de l'acceptabilité par l'utilisateur du principe même de recevoir des messages publicitaires sur son téléphone portable. Leurs hypothèses sont en train d'être développées en pilote pour tests auprès d'utilisateurs en grandeur nature. Ceci étant dit, le présent paragraphe a pour objet de présenter le résultat des études de marché réalisées par les cabinets d'analystes ci-après cités.

Les analyses annoncent cependant un montant des investissements publicitaires dans le mobile à hauteur de \$1 milliard, représentant 0,2% des dépenses globales publicitaires. Les opérateurs téléphoniques sont les premiers acteurs à investir massivement pour mettre le marché de la publicité mobile sur sa rampe de lancement. Son avenir et ses enjeux sont d'ailleurs liés à celui de la télévision mobile et des autres nouveaux services de vidéo mobile. Ils attendent également la convoitise des annonceurs qui verraient ainsi leur rêve de pouvoir envoyer leurs messages publicitaires à tout moment, devenir réalité. Pour toutes ces raisons, les analystes révisent régulièrement l'état du marché de la publicité mobile et ses prospectives.

Les prévisions les plus optimistes, prévoient un marché des investissements publicitaires sur le mobile qui atteindrait \$19 milliards en 2012. La « Mobile Marketing Association » prédit qu'elle représentera 5 pourcent des dépenses publicitaires en 2013. Les prévisions plus pessimistes comme celles de Juniper Research envisagent une progression de 1,3 milliards cette année à 7,6 Milliards en 2013.

Les équipes de Right People pensent que deux facteurs sont susceptibles de débloquer le marché de la publicité mobile :

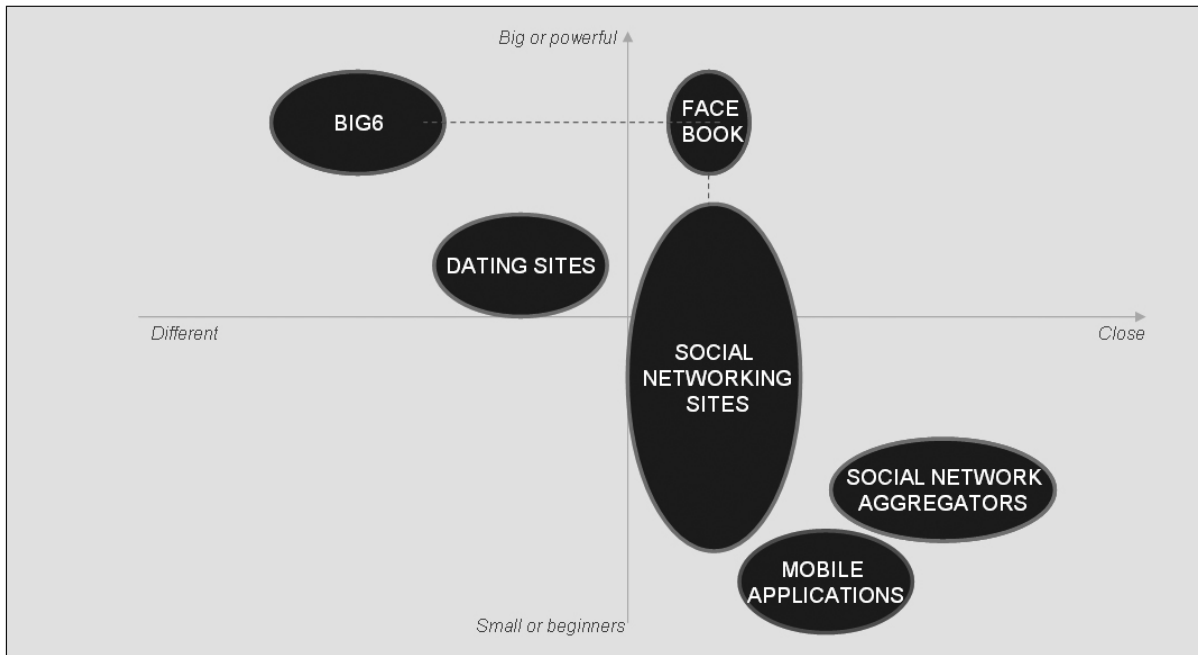
- les montants considérables investis par les opérateurs téléphoniques pour provoquer ces nouveaux usages destinés à rentabiliser les investissements technologiques considérables correspondants ;
- la prise en compte de la réalité des comportements sociologiques des utilisateurs mobiles.

Right People de par sa technologie permettant d'utiliser toutes les voies mobiles (téléphone portable, blackberries, PDAs, Wifi, ordinateurs portables,...) est en position confortable pour s'imposer lorsque le marché de la publicité mobile connaîtra son ascension.

7.3. Environnement concurrentiel

Il y a de très nombreux sites indépendants s'occupant de gérer des communautés et des réseaux sociaux dont le domaine d'activité est spécifique tel que les affaires, les loisirs, les relations affectives. Right People est une plateforme qui peut être connectée sur n'importe quelle technologie de l'information ou système mobile. C'est la seule plateforme universelle qui est indépendante de tout support technologique, disponible au bureau, depuis un ordinateur fixe ou portable, un téléphone mobile, un PDA, un blackberry, ou n'importe quel dispositif nomade.

Les concurrents de Right People sont :



- Les **Big Five** :

L'actualité montre que les géants de l'Internet (tels que Google, Yahoo, Microsoft, etc.) cherchent à prendre une position dominante sur chaque nouvelle application de masse (le partage de fichiers, de vidéos, de photos, les réseaux sociaux, les webmails). Il est probable que Right People devrait attirer leur attention.

- Les **sites de réseaux sociaux** :

La technologie a été conçue sous forme d'API (Application Programming Interface) disponible gratuitement à l'ensemble des développeurs web et mobile. En particulier, les réseaux sociaux pourront ainsi, en ajoutant quelques lignes de code dans leurs applications, apporter à leurs utilisateurs des fonctionnalités avancées en mobilité de Right People et permettre ainsi de prolonger leur réseau social dans la vraie vie.

- Les **sites de rencontres** :

Même principe qu'au-dessus.

- Les **applications mobiles** :

Il existe un grand nombre de petites sociétés développant de nombreuses applications de rencontres pour téléphone mobile. La plupart d'entre elles nécessitent un téléphone qui permette le téléchargement d'un programme. Une autre partie d'entre elles fonctionne par échange d'ondes bluetooth dont la portée moyenne est d'une dizaine de mètres. D'autres enfin se rapprochent des « chats roses ». Ce kaléidoscope d'applications isolées ne constitue pas à priori de concurrents significatifs.

7.4. Forces et atouts

7.4.1. Une technologie de pointe

Il n'existe pas d'autre technologie capable de cibler avec tant de précision la « bonne personne ». Cette performance est un atout permettant à Right People de distancier ses concurrents éventuels, tant pour la valeur publicitaire attachée à cette précision que pour la valeur de la mise en relation fournie à l'utilisateur. Par ailleurs, l'avance technologique se retrouve également dans l'architecture logicielle qui permet d'être capable d'indexer des millions de personnes et de retrouver la « bonne personne » en une fraction de seconde.

La disponibilité de la technologie sur tous les supports Internet et mobiles existants démultiplie les potentialités du moteur de recherche.

De plus, l'architecture logicielle mise en place permet d'aborder sereinement la montée en charge et de pouvoir se connecter aux plus gros systèmes informatiques des clients de Right People.

7.4.2. Business model des solutions technologiques de Right People

En étant au centre de la qualification et du filtrage des réseaux sociaux, Right People a l'opportunité de relier les utilisateurs ayant des intérêts similaires et ainsi de transmettre des messages publicitaires avec un haut degré de précision et de ciblage.

Le système breveté Right People utilise une technologie java, de nombreux algorithmes d'intelligence artificielle et un haut niveau de plateformes distribuées.

La technologie Right People est disponible via une simple plateforme plug-in compatible avec tout site web ou application mobile. La technologie permet à toute société ou association d'apporter ces fonctionnalités avancées à ses clients ou membres instantanément. Aucun coût de développement, d'implémentation, ni d'installation n'est à ajouter.

Dans ce contexte, la technologie peut délivrer des messages publicitaires ciblés et pertinents (en fonction des centres d'intérêts sélectionnés) en utilisant le véhicule le plus approprié pour les utilisateurs, selon le lieu où il se trouve. Il peut d'agir de messages des plus simples aux plus complexes : liens de sponsors, vidéos publicitaires brèves. Right People Technologies a également la possibilité d'utiliser la dernière connexion des utilisateurs afin de diffuser des messages sponsorisés lors de la prochaine connexion. De la même manière, les messages envoyés via des connexions aux utilisateurs partageant des centres d'intérêts identiques peuvent être couplés à des messages textuels ciblés transmis via la technologie de Right People sur les mobiles ou les blackberries.

Right People a déjà démontré l'intérêt des marques et des média à exploiter sa technologie. Celle-ci a été conçue afin de pouvoir être personnalisée graphiquement et d'intégrer des opérations marketing personnalisées.

7.4.3. Une organisation expérimentée et performante

Le management de la société est sous la responsabilité de directeurs expérimentés ayant en charge les fonctions essentielles de :

- développement ;
- marketing sociologique ;
- finances et opérations ;
- ventes.
- stratégie

Ils sont pilotés par des conseils des « senior advisors » qui apportent leur expérience reconnue.

7.5. Key People

7.5.1. Executive Team

- Dan AKE – Président-Directeur Général (CEO)
Agé de 47 ans, *Chief Executive Officer*, M. Dan AKE est un expert en intelligence artificielle et en plateformes logicielles distribuées. Il est également un professionnel des réseaux sociaux sur les téléphones mobiles et maîtrise les nouvelles tendances sociologiques et les comportements. Il a travaillé auparavant sur des plateformes bancaires Internet en forte croissance depuis la *Silicon Valley*. Il a un passé professionnel réussi en tant que Vice Président responsable des ventes pour des grandes sociétés financières en Europe (Indosuez, Fortis). Il est diplômé d'un MBA en finance et marketing à HEC, d'une licence en optoélectronique, d'une maîtrise en Electronique et d'une maîtrise en PNL.
- Bertrand GERARD-BOUCHENY – Directeur Général (COO)
Agé de 40 ans, Chief Operations Officer, M. Bertrand GERARD-BOUCHENY est un expert de process duplications et de l'industrialisation. Il apporte sa rigueur permanente pour la gestion des coûts, des marges, de la production et de l'exécution. Sous l'impulsion de M. GERARD-BOUCHENY, Right People a délocalisé son principal centre de production à Varsovie, en Pologne, et tire profit de la réduction des coûts de personnel. Il était auparavant Directeur Administratif et Financier de Lactalis International (CA groupe = €10milliards). Il est diplômé de l'ESC Rouen.
- Stéphane HUGON – Directeur Marketing Sociologique (Sociology Marketing VP)
Agé de 34 ans, Sociology Marketing VP, M. Stéphane HUGON est sociologue, professeur et chercheur scientifique au laboratoire CeaQ, assistant directement le Professeur Michel Maffesoli, Doyen du Département sociologique à l'Université de la Sorbonne. Il dirige une équipe de recherche pour les implications des formes de communication sur la nature du lien social, GreTech (Groupe de Recherche et d'Etude sur la Technologie et le Quotidien). Il a œuvré sur divers projets expérimentaux avec des sociétés cosmopolites telles que SK Telecom, Microsoft et la ville de Paris.
- Tomasz Krewlesky – Directeur Recherche et Développement Informatique (CTO)
Agé de 57 ans, *Chief Technology Officer*, M. Tomasz Krewlesky est architecte logiciel. Il a passé la plus grande partie de sa carrière chez BEA Systems (récemment rachetée par Oracle), leader dans les systèmes de middleware. (le middleware représente les systèmes permettant aux plateformes distribuées et gros systèmes informatiques de pouvoir communiquer entre elles). Il a été à l'origine de la conception des plateformes Right People.

Le Sales VP et CEO de Right People USA, est en cours de recrutement.

7.5.2. Senior Advisors

- Jean-Michel BILLAUT – pour sa vision technologique
Agé de 56 ans, Jean-Michel BILLAUT est un économiste réputé à la Chambre de Commerce de Paris et un Conseiller du Gouvernement français pour sa stratégie technologique. Il apporte sa précieuse vision de l'avenir de la technologie. Il a été nommé parmi les 15 principaux bloggers en France par le quotidien Le Monde. Il est président de nombreux groupes d'idées prestigieuses regroupant 500 PDG fortunés. Il a été promu « Chevalier de la Légion d'Honneur » par le Président Jacques CHIRAC pour la promotion de l'Internet en France.
- Michel BON – pour son expérience auprès des opérateurs de téléphonie mobile
Agé de 55 ans, M. Michel BON, ancien Président de France Telecom de 1995 à 2002, apporte à Right People sa connaissance de l'industrie des télécommunications. Sous sa direction, France Telecom a fait face à la concurrence, a ouvert son capital au public et est devenu un des principaux opérateurs de télécommunications européens, avec des places clés dans le secteur de la téléphonie mobile (Orange), des services liés aux réseaux (Equant) et de l'Internet (Wanadoo, FreeServe).
- Michel MAFFESOLI – pour sa vision sociologique
Agé de 52 ans, M. Michel MAFFESOLI, Doyen du département sociologique et Professeur à l'Université La Sorbonne, est un honorable sociologue. Il est Directeur de « Sociétés », une revue internationale des Sciences Humaines et Sociales. Il est également Secrétaire Général du Centre de Recherche sur l'Imaginaire. En 1982, il a créé le CEAQ (Centre d'Études sur l'Actuel et le Quotidien). Ses thèmes et objectifs de ses recherches sont la post-modernité, les analyses quotidiennes, les critiques de l'individualisme, les tribus, les communautés et le nomadisme. Son équipe a conduit la plupart des groupes de discussion thématiques sur les réseaux sociaux réalisés par Right People.
- Jean-Thierry AUGUSTIN – pour son expérience dans la publicité et les médias
Agé de 40 ans, M. Jean-Thierry AUGUSTIN est directeur général adjoint de la distribution et du développement du groupe Eurosport. Il apporte son expertise des médias. Avant de rejoindre Eurosport en 2001, il a été PDG d'une start-up Internet dans l'industrie du voyage. Il est diplômé d'un MBA d'HEC et d'une maîtrise d'Histoire à la Sorbonne.
- André-Jacques AUBERTON - pour son expérience de la bourse en tant qu'entrepreneur reconnu.
Agé de 47 ans, André-Jacques Auberton, est fondateur et président de Soitec, un des fleurons de l'industrie de haute-technologie française et un exemple de réussite boursière. Avant de créer Soitec, Andre Auberton-Hervé a dirigé plusieurs programmes de développement conjoints entre le Leti et Thomson-CSF. Andre Auberton-Hervé possède un doctorat en physique de semi-conducteurs et un master de l'Ecole Centrale de Lyon (France).

7.6. Stratégie

7.6.1. Un lancement Internet et mobile viral.

Right People a déjà validé l'attraction de sa technologie pour les utilisateurs en atteignant plus de 200 000 utilisateurs en 3 mois lors du lancement de la plateforme #1. Ces chiffres ont été atteints avec un lancement à moyens réduits, sur Paris seulement, avec un service fonctionnant uniquement par SMS. La nouvelle plateforme #2 devrait attirer un très grand nombre d'utilisateurs, car elle bénéficie des atouts suivants :

- elle fonctionne non seulement sur SMS, mais aussi sur Internet, sur blackberry, sur PDAs, et sur iPhone (quand Apple sortira sa nouvelle version permettant l'affichage des objets Flash).
- Elle bénéficiera de la palette des nouveaux outils viraux développés par Right People
- Elle bénéficiera d'un lancement international fait à partir de la Silicon Valley, Californie, USA.
- Elle bénéficiera de moyens de communications viraux

7.6.2. Des ventes en self-service utilisant la puissance de la viralité de la technologie.

Les deux sources de revenus proviennent des annonceurs. Elles correspondent aux deux attentes majeurs des publicitaires: l'acquisition rapide de nouveaux clients grâce aux nouveaux outils de marketing viral par Internet, la propulsion de messages publicitaires avec le plus grand degré de précision de ciblage pour rentabiliser au mieux leurs investissements publicitaires. Les deux sources de revenus sont :

- la mise à disposition des outils de marketing viral de Right People Technologies
- la vente de publicité en ligne à haute précision de ciblage.

Les ventes sont conduites suivant un double mode :

- le mode traditionnel de vente « B to B » à destination des publicitaires et agences de publicité.
- assisté d'une vente par viralité utilisant les propriétés de nos outils pour augmenter nos propres ventes.

7.6.3. Une stratégie internationale progressive

Les Etats-Unis sont notre base de lancement commercial en raison de l'impact sur l'ensemble des utilisateurs Internet de ce qui est conçu en Silicon Valley. L'Europe, et en particulier nos pays d'origine (U.K. et France) suivront. Le reste de l'Europe et l'Asie constituent nos cibles suivantes.

7.6.4. Une avance technologique permanente

Une partie de l'équipe du centre de développement en Pologne est dédiée à travailler en avance de phase sur les produits innovants qui permettront à Right People Technologies de renforcer sa position de leader.

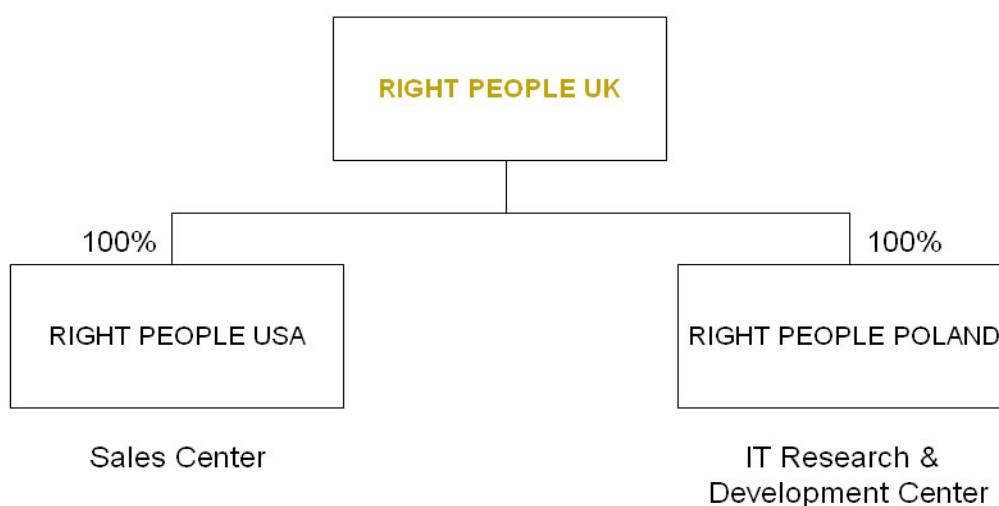
7.6.5. Une politique ressources humaines « des meilleurs cerveaux »

Right People Technologies a pour objectif, en ressources humaines, de maintenir sa politique d'attraction des « meilleurs », dans chacune des spécialités nécessaires à son développement. Right People Technologies continuer de s'adjoindre, le cas échéant, le mentoring et l'expérience de ceux qui, pour avoir prouvé leur maîtrise de leur secteur, rejoindront le « Board of Senior Advisors »

Chapitre 8: Organigrammes

8.1. Organigramme du Groupe

L'organigramme juridique du Groupe RIGHT PEOPLE est en cours de structuration comme suit :



Right people Technologies UK est destinée à être la maison-mère du groupe et à détenir intégralement le capital des deux filiales dont les activités sont complémentaires. Il s'agit de Right People Technology Development Center basée en Pologne (dédiée au développement) et Right People Technologies USA situé de dans la Silicon Valley (dédié aux ventes).

8.2. Principales filiales de l'émetteur

RIGHT PEOPLE est en train de structurer ses centres d'opérations autour de filiales dédiées aux fonctions essentielles : commerciale et développement. Ses deux filiales seront détenues à 100 % par Right People.

- Right People Technology Development Center (i)
- Right People USA (ii)

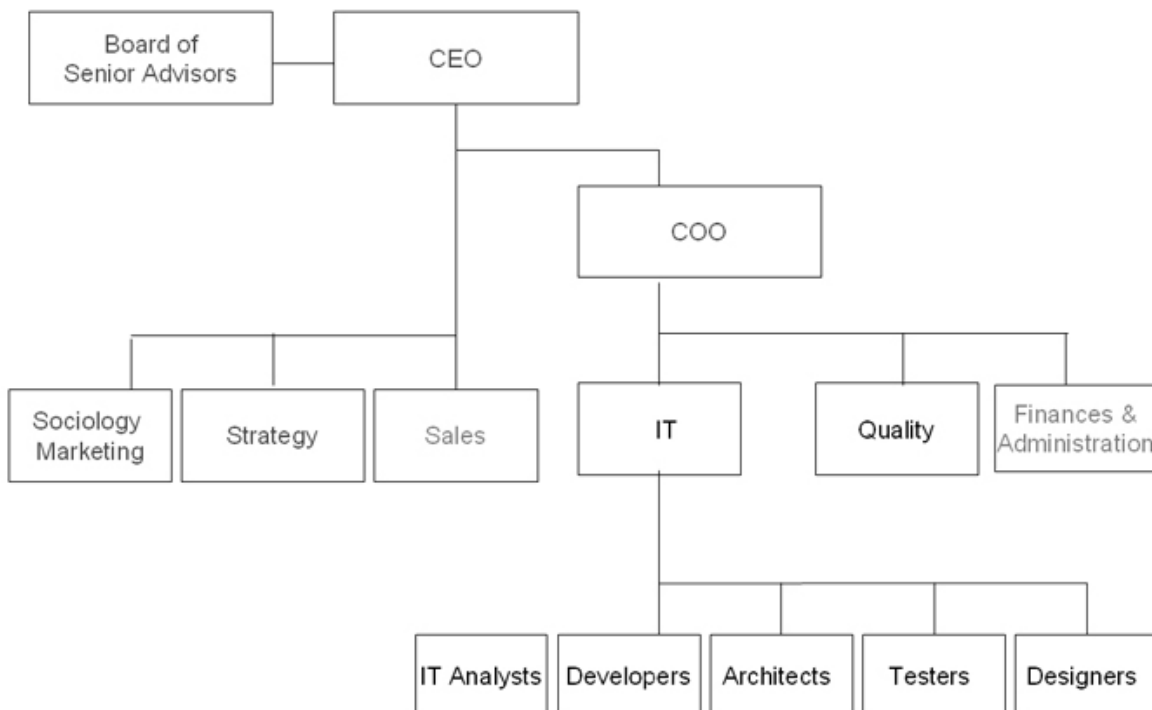
(i) Elle regroupe trois équipes : les analystes logiciels, les architectes logiciels et les développeurs.



(ii) Elle est destinée à regrouper :

- l'équipe de ventes aux annonceurs et aux agences de publicité localisé à NYC qui est le centre de l'activité publicitaire ;
- l'équipe de partenariats avec les grands acteurs du marché d'Internet et des réseaux sociaux, localisés à Palo Alto, Silicon Valley.

8.3. Organigramme fonctionnel



- Sont rattachés directement au Président - Directeur Général les départements suivants :

- Sociology marketing ;
- Marketing et communication ;
- Ventes ;
- Stratégie.

- Sont rattachés au Directeur Général les départements suivants :

- Recherche & développement informatique ;
- Qualité (« users'satisfaction ») ;
- Finance et administration.

Chapitre 9: Recherche & Développement, brevets et licences

9.1. Recherche et Développement

La Recherche & Développement est un des axes forts de la stratégie de Right People. C'est en y consacrant la majeure partie de ses investissements que la Société s'est constituée une gamme technologique qui aujourd'hui fait sa différence avec ses principaux concurrents.

Les deux facteurs clés de succès sont la recherche technologique de pointe et la recherche sociologique.

La recherche approfondie et permanente est destinée à conserver l'avance technologique de Right People.

La recherche technologique est placée sous la direction du CTO (Tomasz Kreglewski) et CEO de Right People Development Center Poland . Il bénéficie des conseils du mentor et Senior Advisor Michel KOENIG.

La recherche sociologique est placée sous la direction du Sociology Marketing VP (Stéphane HUGON) et bénéficie des conseils du mentor et Senior Advisor Michel MAFFESOLI.

Enfin, la veille technologique est supervisée directement par le président du board des Senior Advisors Jean-Michel BILLAUT.

9.2. Brevets, marques et noms de domaine

RIGHT PEOPLE est titulaire des droits de propriété relatifs à ses marques et brevets. Les brevets ont été déposés auprès de USPTO (United States Patent and Trademark Office).

Les marques sont déposées à la fois auprès de l'USPTO et de l'Institut national de la propriété intellectuelle (INPI). Le dépôt européen est en cours.

9.2.1. Les brevets

Un premier brevet a été déposé à l'USPTO sous le numéro US 61/012,387

Deux autres brevets et une protection de business method sont en cours de dépôt à l'USPTO.

9.2.2. Les marques

Afin d'en assurer la protection, la Société a pour politique de procéder systématiquement à leur dépôt auprès de l'USPTO et de l'INPI pour l'Europe.

Right People est propriétaire de nombreuses marques ; elle a hérité des marques correspondants à son nom d'origine Mobile Signal :

- marques déposées à l'USPTO
Mobile Signal (n°78/724872)

- marques déposées à l'INPI
 - Mobile personal signal (n°053355275)
 - Desktop Signal (n°063425124)
 - Signal (n°063421527)

Les marques correspondant à sa nouvelle dénomination sont les suivantes :

- marques déposées à l'USPTO
 - Right People (n°77/374570)
- marques déposées à l'INPI
 - Right People (n°07/3514437)

Toutes les marques ont soit été déposées au nom de la société, soit on fait l'objet de cession de la totale propriété en faveur de la société ultérieurement.

9.2.3. Les noms de domaine

Right People est propriétaire de nombreux noms de domaine; elle a hérité des noms de domaine correspondants à son nom d'origine Mobile Signal :

personalsignal.com
mobsignal.com
swignal.com
mobile-signal.com
mobil-signal.com
mobilesignalcenter.com
mobilesignal.mobi

Les noms de domaine correspondant à sa nouvelle dénomination sont les suivants :

rightpeople.mobi
rightpeople.biz
rightpeople4me.com
rightpeople.tv
myrightpeople.com
totherightpeople.com
withtherightpeople.com

Tous les noms de domaines ont soit été déposés au nom de la société, soit on fait l'objet de cession de la totale propriété en faveur de la société ultérieurement. Tous les noms de domaines appartiennent soit à la Société. Ceux qui ont été rachetés, ou ceux qui ont été déposés par des particuliers, ont tous fait l'objet d'un transfert de propriété en faveur de la société par contrat.

Chapitre 10: Organes d'administration et de direction

10.1. Dirigeants et administrateurs de la Société

10.1.1. Informations générales relatives aux dirigeants et administrateurs

| Nom | Fonction |
|--------------------------|---|
| Dan-Joel AKE | Président et Administrateur <i>Chairman and Director</i> |
| Bertrand GERARD-BOUCHENY | Administrateur <i>Director</i> |
| WEB4 SA | Administrateur <i>Director</i> |
| Jean-Michel BILLAUT | Administrateur <i>Director</i> |

WEB4 SA est représentée par son administrateur délégué Mme Sabine PERRIER.

Adresses professionnelles des administrateurs:

M. Dan AKE : 72, New Bond Street – Londres W1S 1TD, Royaume-Uni
 M. Bertrand GERARD-BOUCHENY : 72, New Bond Street – Londres W1S 1TD, Royaume-Uni
 WEB4 SA : 124 boulevard de la Petrusse – Luxembourg L2330
 M. Jean-Michel BILLAUT : 72, New Bond Street – Londres W1S 1TD, Royaume-Uni

L'expertise et l'expérience en matière de gestion de ces personnes résultent des différentes fonctions salariées et/ou de direction qu'elles ont précédemment exercées et/ou qu'elles continuent d'exercer au sein d'autres sociétés ou organismes divers.

Aucune de ces personnes, au cours des 5 dernières années,

1. n'a fait l'objet de condamnation pour fraude ;
2. n'a été associée en sa qualité de dirigeant ou administrateur à une faillite, mise sous séquestre ou liquidation ;
3. n'a fait l'objet d'une interdiction de gérer ;
4. n'a fait l'objet d'incriminations ou de sanctions publiques officielles prononcées par des autorités statutaires ou réglementaires.

10.2. Autres mandats

Les principaux mandats détenus par les administrateurs sont les suivants :

M. Jean-Michel BILLAUT est administrateur de la société ASTEROP et de la société LOCALEO

10.3. Pacte d'actionnaires

Il n'existe pas à la date du présent document un pacte d'actionnaires relatif au capital de RIGHT PEOPLE.

10.4. Conflits d'intérêts au niveau des organes d'administration, de direction, de surveillance et de la direction générale

A la connaissance de la Société, il n'existe aucun conflit d'intérêts potentiel au niveau des organes d'administration, de direction, de surveillance et de la direction générale.

Chapitre 11: Rémunérations et avantages

11.1. Rémunération des membres du Conseil d'Administration et dirigeants

Au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2007, les dirigeants n'ont pas perçu, au titre de leurs fonctions, de rémunération.

La Société n'a pas distribué de jetons de présence à ses administrateurs.

11.2. Sommes provisionnées par la Société aux fins de versement de pensions, retraites et autres avantages au profit des membres du Conseil d'Administration et dirigeants

Il n'y a pas de sommes provisionnées ou constatées par ailleurs par la Société ou ses filiales aux fins du versement de pensions, de retraites ou d'autres avantages au profit des membres du Conseil d'Administration et de Direction.

Chapitre 12: Fonctionnement des organes d'administration et de direction

12.1. Direction de la Société

La Société est représentée à l'égard des tiers par son Président-Directeur Général, Dan AKE.

12.1.1. Mandat des administrateurs

Le tableau ci-dessous indique la composition du Conseil d'Administration de la Société à la date du présent Document d'Information ainsi que les principales informations relatives aux mandataires sociaux. La durée des mandats est illimitée.

| Nom | Fonction | Date de première nomination | Nombre d'actions détenues en date du présent document |
|-----------------------------|----------------|-----------------------------|---|
| M. Dan-Joel AKE | Président | Statuts constitutifs 2005 | 186 312 |
| M. Bertrand GERARD-BOUCHENY | Administrateur | 2005 | 49 588 |
| M. Jean-Michel BILLAUT | Administrateur | 2008 | 27 524 |
| WEB4 | Administrateur | 2008 | 1 294 804 |
| TOTAL | | | 1 558 228 |

12.2. Contrats entre les administrateurs et la Société

Il n'existe aucun contrat de service conclu entre la Société et l'un ou plusieurs de ses administrateurs à la date du présent Document d'Information.

Chapitre 13: Principaux actionnaires

13.1. Actionnaires significatifs non représentés au Conseil d'Administration

| Actionnaires | Nombre d'actions | % capital |
|--------------|------------------|-----------|
| SHIELDAIG | 196 000 | 9% |

13.2. Droits de vote des principaux actionnaires

L'article 15 des statuts confère un droit de vote double à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative, depuis trois ans au moins, au nom du même actionnaire. L'article 14 des statuts confère un droit de vote triple à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative, depuis quatre ans au moins, au nom du même actionnaire.

13.3. Contrôle de la Société

Web4 est l'actionnaire majoritaire avec 58 % du capital. Les deux principaux actionnaires de la Société, détiennent 67 % du capital avant introduction en Bourse.

Chapitre 14: Conventions réglementées

14.1. Rapport spécial des commissaires aux comptes sur les conventions réglementées portant sur l'exercice clos au 31 décembre 2007 de MOBILE SIGNAL (ancienne dénomination sociale de RIGHT PEOPLE)

La Législation anglaise ne prévoit pas la production d'un tel rapport.

Chapitre 15: Informations financières historiques des Sociétés du Groupe

Comptes sociaux relatifs à l'exercice clos au 31 décembre 2007 et Rapport Général du Commissaire aux Comptes

Report of the Directors and

Audited Financial Statements for the Year Ended 31 December 2007

for

Mobile Signal Ltd

Mobile Signal Ltd

Company Information

for the Year Ended 31 December 2007

DIRECTORS: Mr B L M Gerard
Mr D J Ake

SECRETARY: Incorporate Secretariat Ltd

REGISTERED OFFICE: 72 New Bond Street
Mayfair
London
W1S 1RR

REGISTERED NUMBER: 05537502 (England and Wales)

AUDITORS: K & H Accountants
Chartered Certified Accountants
and Registered Auditors
Cromer House, Caxton Way
Stevenage, Herts
Stevenage
Hertfordshire
SG1 2DF

Mobile Signal Ltd

Report of the Directors

for the Year Ended 31 December 2007

The directors present their report with the financial statements of the company for the year ended 31 December 2007.

PRINCIPAL ACTIVITY

The principal activity of the company in the year under review was that of development of mobile social networking platform for use on mobile phone and through internet.

DIRECTORS

The directors shown below have held office during the whole of the period from 1 January 2007 to the date of this report.

Mr B L M Gerard

Mr D J Ake

STATEMENT OF DIRECTORS' RESPONSIBILITIES

The directors are responsible for preparing the financial statements in accordance with applicable law and regulations.

Company law requires the directors to prepare financial statements for each financial year. Under that law the directors have elected to prepare the financial statements in accordance with United Kingdom Generally Accepted Accounting Practice (United Kingdom Accounting Standards and applicable law). The financial statements are required by law to give a true and fair view of the state of affairs of the company and of the profit or loss of the company for that period. In preparing these financial statements, the directors are required to

select suitable accounting policies and then apply them consistently;

make judgements and estimates that are reasonable and prudent;

prepare the financial statements on the going concern basis unless it is inappropriate to presume that the company will continue in business.

The directors are responsible for keeping proper accounting records which disclose with reasonable accuracy at any time the financial position of the company and to enable them to ensure that the financial statements comply with the Companies Act 1985. They are also responsible for safeguarding the assets of the company and hence for taking reasonable steps for the prevention and detection of fraud and other irregularities.

STATEMENT AS TO DISCLOSURE OF INFORMATION TO AUDITORS

So far as the directors are aware, there is no relevant audit information (as defined by Section 234ZA of the Companies Act 1985) of which the company's auditors are unaware, and each director has taken all the steps that he ought to have taken as a director in order to make himself aware of any relevant audit information and to establish that the company's auditors are aware of that information.

AUDITORS

The auditors, K & H Accountants, will be proposed for re-appointment in accordance with Section 385 of the Companies Act 1985.

This report has been prepared in accordance with the special provisions of Part VII of the Companies Act 1985 relating to small companies.

Report of the Independent Auditors to the Shareholders of

Mobile Signal Ltd

We have audited the financial statements of Mobile Signal Ltd for the year ended 31 December 2007 on pages five to ten. These financial statements have been prepared in accordance with the accounting policies set out therein and the requirements of the Financial Reporting Standard for Smaller Entities (effective January 2007).

This report is made solely to the company's members, as a body, in accordance with Section 235 of the Companies Act 1985. Our audit work has been undertaken so that we might state to the company's members those matters we are required to state to them in an auditors' report and for no other purpose. To the fullest extent permitted by law, we do not accept or assume responsibility to anyone other than the company and the company's members as a body, for our audit work, for this report, or for the opinions we have formed.

Respective responsibilities of directors and auditors

The directors' responsibilities for preparing the financial statements in accordance with applicable law and United Kingdom Accounting Standards (United Kingdom Generally Accepted Accounting Practice) are set out on page two.

Our responsibility is to audit the financial statements in accordance with relevant legal and regulatory requirements and International Standards on Auditing (UK and Ireland).

We report to you our opinion as to whether the financial statements give a true and fair view and are properly prepared in accordance with the Companies Act 1985. We also report to you whether in our opinion the information given in the Report of the Directors is consistent with the financial statements.

In addition, we report to you if, in our opinion, the company has not kept proper accounting records, if we have not received all the information and explanations we require for our audit, or if information specified by law regarding directors' remuneration and other transactions is not disclosed.

We read the Report of the Directors and consider the implications for our report if we become aware of any apparent misstatements within it.

Basis of audit opinion

We conducted our audit in accordance with International Standards on Auditing (UK and Ireland) issued by the Auditing Practices Board. An audit includes examination, on a test basis, of evidence relevant to the amounts and disclosures in the financial statements. It also includes an assessment of the significant estimates and judgements made by the directors in the preparation of the financial statements, and of whether the accounting policies are appropriate to the company's circumstances, consistently applied and adequately disclosed.

We planned and performed our audit so as to obtain all the information and explanations which we considered necessary in order to provide us with sufficient evidence to give reasonable assurance that the financial statements are free from material misstatement, whether caused by fraud or other irregularity or error. In forming our opinion we also evaluated the overall adequacy of the presentation of information in the financial statements.

Report of the Independent Auditors to the Shareholders of

Mobile Signal Ltd

Opinion

In our opinion:

the financial statements give a true and fair view, in accordance with United Kingdom Generally Accepted Accounting Practice applicable to Smaller Entities, of the state of the company's affairs as at 31 December 2007 and of its loss for the year then ended;

the financial statements have been properly prepared in accordance with the Companies Act 1985; and

the information given in the Report of the Directors is consistent with the financial statements.

K & H Accountants

Chartered Certified Accountants

and Registered Auditors

Cromer House, Caxton Way

Stevenage, Herts

Stevenage

Hertfordshire

SG1 2DF

2 June 2008

Mobile Signal Ltd

Profit and Loss Account

for the Year Ended 31 December 2007

| Period | | | |
|--------------------------------------|---|-------------|-------------|
| 16.8.05 | | | |
| Year Ended | | to | |
| 31.12.07 | | 31.12.06 | |
| Notes | € | € | |
| TURNOVER | | 38,144 | - |
| Administrative expenses | | 250,570 | 239,479 |
| | | <hr/> | <hr/> |
| (212,426) | | (239,479) | |
| Other operating income | | 59 | 11,830 |
| | | <hr/> | <hr/> |
| OPERATING LOSS | 2 | (212,367) | (227,649) |
| | | | |
| Interest payable and similar charges | | 1,080 | 825 |
| | | <hr/> | <hr/> |
| LOSS ON ORDINARY ACTIVITIES | | | |
| BEFORE TAXATION | | (213,447) | (228,474) |
| Tax on loss on ordinary activities | - | - | - |
| | | <hr/> | <hr/> |
| LOSS FOR THE FINANCIAL YEAR | | | |
| AFTER TAXATION | | (213,447) | (228,474) |
| | | <hr/> <hr/> | <hr/> <hr/> |

The notes form part of these financial statements

Mobile Signal Ltd

Balance Sheet

31 December 2007

| | 2007 | 2006 | |
|--|--------|-----------|-----------|
| Notes | € | € | € |
| FIXED ASSETS | | | |
| Intangible assets | 4 | | 462,372 |
| CURRENT ASSETS | | | |
| Debtors | 5 | 25,159 | 13,695 |
| Cash at bank | | 2,095 | 4,266 |
| | 27,254 | 17,961 | |
| CREDITORS | | | |
| Amounts falling due within one year | | 93,107 | 351,573 |
| NET CURRENT LIABILITIES | | | |
| | | (65,853) | (333,612) |
| TOTAL ASSETS LESS CURRENT | | | |
| LIABILITIES | | | |
| | | 396,519 | 52,986 |
| CREDITORS | | | |
| Amounts falling due after more than one year | | 50,000 | 20,000 |
| NET ASSETS | | | |
| | | 346,519 | 32,986 |
| CAPITAL AND RESERVES | | | |
| Called up share capital | 8 | 2,005 | 1,599 |
| Share premium | 9 | 786,435 | 259,861 |
| Profit and loss account | 9 | (441,921) | (228,474) |
| SHAREHOLDERS' FUNDS | | | |
| | | 346,519 | 32,986 |

These financial statements have been prepared in accordance with the special provisions of Part VII of the Companies Act 1985 relating to small companies and with the Financial Reporting Standard for Smaller Entities (effective January 2007).

The notes form part of these financial statements

The financial statements were approved by the Board of Directors on 2 June 2008 and were signed on its behalf by:

Mr B L M Gerard - Director

The notes form part of these financial statements

Mobile Signal Ltd

Notes to the Financial Statements

for the Year Ended 31 December 2007

1. ACCOUNTING POLICIES

Accounting convention

The financial statements have been prepared under the historical cost convention and in accordance with the Financial Reporting Standard for Smaller Entities (effective January 2007).

Turnover

Turnover represents net invoiced sales of services, excluding value added tax.

Deferred development expenditure

Deferred development costs were capitalised and amortised in accordance to SSAP 13. The development costs is to be amortised over 10 years.

Deferred tax

Deferred tax is recognised in respect of all timing differences that have originated but not reversed at the balance sheet date.

2. OPERATING LOSS

The operating loss is stated after charging:

Period

16.8.05

Year Ended

31.12.07

€

Development costs amortisation

Auditors' remuneration

Directors' emoluments and other benefits etc

to

31.12.06

€

56,148 42,955

3,000 2,000

- -

3. TAXATION

Analysis of the tax charge

No liability to UK corporation tax arose on ordinary activities for the year ended 31 December 2007 nor for the period ended 31 December 2006.

4. INTANGIBLE FIXED ASSETS

Other
intangible
assets

€

COST

| | |
|---------------------|----------------|
| At 1 January 2007 | 429,553 |
| Additions | <u>131,922</u> |
| At 31 December 2007 | <u>561,475</u> |

AMORTISATION

| | |
|---------------------|---------------|
| At 1 January 2007 | 42,955 |
| Charge for year | <u>56,148</u> |
| At 31 December 2007 | <u>99,103</u> |

NET BOOK VALUE

| | |
|---------------------|-----------------------|
| At 31 December 2007 | <u><u>462,372</u></u> |
| At 31 December 2006 | <u><u>386,598</u></u> |

€ **DEBTORS: AMOUNTS FALLING DUE WITHIN ONE YEAR**

| 2007 | 2006 | |
|------------------------------------|---------------|---------------|
| € | € | |
| Amounts owed by group undertakings | - | 12,235 |
| Other debtors | 25,159 | 1,460 |
| 25,159 | <u>13,695</u> | <u>13,695</u> |

€ **CREDITORS: AMOUNTS FALLING DUE WITHIN ONE YEAR**

| 2007 | 2006 | |
|------------------------------------|----------------|----------------|
| € | € | |
| Bank loans and overdrafts | 47 | - |
| Trade creditors | 431 | - |
| Amounts owed to group undertakings | 33,898 | - |
| Other creditors | 58,731 | 351,573 |
| 93,107 | <u>351,573</u> | <u>351,573</u> |

Loan of €350,000 from the director, Mr Gerard was converted into shares in 2007 (see Note 8)

€ **CREDITORS: AMOUNTS FALLING DUE AFTER MORE THAN ONE YEAR**

| 2007 | 2006 | |
|-----------------|---------------|---------------|
| € | € | |
| Other creditors | 50,000 | 20,000 |
| | <u>50,000</u> | <u>20,000</u> |

The loan of €50,000 is from Gemy S.A.R.L. established in France. The first loan of €20,000 is repayable on 22 November 2009 and has an interest rate of 4.125% per annum. The second loan of €30,000 is repayable on 11 October 2011 and has an interest rate of 5.125% per annum.

Mobile Signal Ltd

Notes to the Financial Statements - continued

for the Year Ended 31 December 2007

8. CALLED UP SHARE CAPITAL

Authorised:

| Number: | Class: | Nominal | 2007 | 2006 |
|-----------|----------|---------|---------------|---------------|
| value: | | € | € | |
| 1,000,000 | Ordinary | .0146 | <u>14,600</u> | <u>14,600</u> |

Allotted and issued:

| Number: | Class: | Nominal | 2007 | 2006 |
|-------------------------------|--------|---------|---------------|---------------|
| value: | | € | € | |
| 137,327 Share capital 1 .0146 | | 2,005 | 1,599 | |
| (2006 - 109,515) | | | <u> </u> | <u> </u> |

Loan of €350,000 from Mr Gerard was converted into 14,000 ordinary shares, held on his behalf by Shieldaig, a company under his control.

9. RESERVES

Profit

and loss

account

| € | Share premium | Totals | |
|----------------------|------------------|----------------|----------------|
| At 1 January 2007 | (228,474) | 259,861 | 31,387 |
| Deficit for the year | (213,447) | | (213,447) |
| Cash share issue | - | 526,574 | 526,574 |
| At 31 December 2007 | <u>(441,921)</u> | <u>786,435</u> | <u>344,514</u> |

10. TRANSACTIONS WITH DIRECTORS

The € 25,000 in Other Debtors relates to an advance made to Mr D Ake and is repayable in 2008.

11. RELATED PARTY DISCLOSURES

The company was under the control of Mr Ake and Mr Gerard throughout the current year. Mr Ake and Mr Gerard are the managing directors.

Mobile Signal S.A. is the parent company of Mobile Signal Ltd and the majority shareholder.

In 2007, Mobile Signal Ltd invoiced Mobile Signal SA for €38,143 and the latter issued a request for payment for €91,619. The intercompany balance at 31 December 2007 was €33,898 in favour of Mobile Signal SA.

The loan of €350,000 from Mr Gerard was converted into 14,000 shares and is held on his behalf by Shieldaig, a company under his control.

12. SHARE-BASED PAYMENT TRANSACTIONS

During the year ended 31 December 2007, Mobile Signal Ltd operated a directors share option plan, where 10,900 options have been granted to the directors at an exercise price of €0.0146 . The following directors exercised their options on :

| | 30/9/2007 | 1/12/2007 | Total |
|-------------|-----------|-----------|-------|
| Mr D Ake | 4400 | 1342 | 5742 |
| Mr B Gerard | 2200 | 1342 | 3542 |
| Other | - | 1616 | 1616 |

Mobile Signal Ltd

Profit and Loss Account

for the Year Ended 31 December 2007

| Year Ended | Period | | |
|------------------------|---------------------|------------------|------------------|
| 31.12.07 | 16.8.05 to 31.12.06 | | |
| € | € | € | € |
| Sales | | 38,144 | - |
| Other income | | | |
| Sundry receipts | | 59 | 11,830 |
| | | <u>59</u> | <u>11,830</u> |
| 38,203 | | 11,830 | |
| Expenditure | | | |
| Computer Running Costs | 46,902 | | 34,935 |
| Advertising | 6,358 | | 41,199 |
| Travelling | 15,000 | | - |
| Motor expenses | 20,000 | | - |
| Consultancy Fees | 69,600 | | 5,714 |
| Sundry expenses | 20,964 | | 85,697 |
| Accountancy | 1,600 | | - |
| Legal fees | 8,101 | | 22,751 |
| Auditors' remuneration | 3,000 | | 2,000 |
| | <u>3,000</u> | <u>191,525</u> | <u>2,000</u> |
| | | | <u>192,296</u> |
| (153,322) | | (180,466) | |
| Finance costs | | | |
| Bank charges | 2,897 | | 4,228 |
| Loan interest | 1,080 | | 825 |
| | <u>1,080</u> | <u>3,977</u> | <u>825</u> |
| (157,299) | | (185,519) | |
| Depreciation | | | |
| Development costs | | 56,148 | 42,955 |
| | | <u>56,148</u> | <u>42,955</u> |
| NET LOSS | | <u>(213,447)</u> | <u>(228,474)</u> |

Comptes annuels sociaux relatifs à l'exercice clos au 31 décembre 2006 de Mobile Signal et Rapport général du Commissaire aux Comptes

Report of the Directors and

Financial Statements for the Period 16 August 2005 to 31 December 2006

for

Mobile Signal Ltd

Mobile Signal Ltd

Company Information

for the Period 16 August 2005 to 31 December 2006

DIRECTORS: Mr B L M Gerard

Mr D J Ake

SECRETARY: Incorporate Secretariat Ltd

REGISTERED OFFICE:

72 New Bond Street

Mayfair

London

W1S 1RR

REGISTERED NUMBER:

05537502 (England and Wales)

AUDITORS: K & H Accountants

Chartered Certified Accountants

and Registered Auditors

Cromer House, Caxton Way

Stevenage, Herts

Stevenage

Hertfordshire

SG1 2DF

Mobile Signal Ltd

Report of the Directors

for the Period 16 August 2005 to 31 December 2006

The directors present their report with the financial statements of the company for the period 16 August 2005 to 31 December 2006.

INCORPORATION

The company was incorporated on 16 August 2005.

PRINCIPAL ACTIVITY

The principal activity of the company in the period under review was that of development of mobile social networking platform for use on mobile phone and through internet.

DIRECTORS

The directors who have held office during the period from 16 August 2005 to the date of this report are as follows:

Mr B L M Gerard - appointed 16 August 2005

Mr D J Ake - appointed 16 August 2005

STATEMENT OF DIRECTORS' RESPONSIBILITIES

The directors are responsible for preparing the financial statements in accordance with applicable law and regulations.

Company law requires the directors to prepare financial statements for each financial year. Under that law the directors have elected to prepare the financial statements in accordance with United Kingdom Generally Accepted Accounting Practice (United Kingdom Accounting Standards and applicable law). The financial statements are required by law to give a true and fair view of the state of affairs of the company and of the profit or loss of the company for that period. In preparing these financial statements, the directors are required to

select suitable accounting policies and then apply them consistently;

make judgements and estimates that are reasonable and prudent;

prepare the financial statements on the going concern basis unless it is inappropriate to presume that the company will continue in business.

The directors are responsible for keeping proper accounting records which disclose with reasonable accuracy at any time the financial position of the company and to enable them to ensure that the financial statements comply with the Companies Act 1985. They are also responsible for safeguarding the assets of the company and hence for taking reasonable steps for the prevention and detection of fraud and other irregularities.

STATEMENT AS TO DISCLOSURE OF INFORMATION TO AUDITORS

So far as the directors are aware, there is no relevant audit information (as defined by Section 234ZA of the Companies Act 1985) of which the company's auditors are unaware, and each director has taken all the steps that he ought to have taken as a director in order to make himself aware of any relevant audit information and to establish that the company's auditors are aware of that information.

AUDITORS

The auditors, K & H Accountants, will be proposed for re-appointment in accordance with Section 385 of the Companies Act 1985.

This report has been prepared in accordance with the special provisions of Part VII of the Companies Act 1985 relating to small companies.

Report of the Independent Auditors to the Shareholders of

Mobile Signal Ltd

We have audited the financial statements of Mobile Signal Ltd for the period ended 31 December 2006 on pages five to eight. These financial statements have been prepared in accordance with the accounting policies set out therein and the requirements of the Financial Reporting Standard for Smaller Entities (effective January 2007).

This report is made solely to the company's members, as a body, in accordance with Section 235 of the Companies Act 1985. Our audit work has been undertaken so that we might state to the company's members those matters we are required to state to them in an auditors' report and for no other purpose. To the fullest extent permitted by law, we do not accept or assume responsibility to anyone other than the company and the company's members as a body, for our audit work, for this report, or for the opinions we have formed.

Respective responsibilities of directors and auditors

The directors' responsibilities for preparing the financial statements in accordance with applicable law and United Kingdom Accounting Standards (United Kingdom Generally Accepted Accounting Practice) are set out on page two.

Our responsibility is to audit the financial statements in accordance with relevant legal and regulatory requirements and International Standards on Auditing (UK and Ireland).

We report to you our opinion as to whether the financial statements give a true and fair view and are properly prepared in accordance with the Companies Act 1985. We also report to you whether in our opinion the information given in the Report of the Directors is consistent with the financial statements.

In addition, we report to you if, in our opinion, the company has not kept proper accounting records, if we have not received all the information and explanations we require for our audit, or if information specified by law regarding directors' remuneration and other transactions is not disclosed.

We read the Report of the Directors and consider the implications for our report if we become aware of any apparent misstatements within it.

Basis of audit opinion

We conducted our audit in accordance with International Standards on Auditing (UK and Ireland) issued by the Auditing Practices Board. An audit includes examination, on a test basis, of evidence relevant to the amounts and disclosures in the financial statements. It also includes an assessment of the significant estimates and judgements made by the directors in the preparation of the financial statements, and of whether the accounting policies are appropriate to the company's circumstances, consistently applied and adequately disclosed.

We planned and performed our audit so as to obtain all the information and explanations which we considered necessary in order to provide us with sufficient evidence to give reasonable assurance that the financial statements are free from material misstatement, whether caused by fraud or other irregularity or error. In forming our opinion we also evaluated the overall adequacy of the presentation of information in the financial statements.

Report of the Independent Auditors to the Shareholders of

Mobile Signal Ltd

Opinion

In our opinion:

the financial statements give a true and fair view, in accordance with United Kingdom Generally Accepted Accounting Practice applicable to Smaller Entities, of the state of the company's affairs as at 31 December 2006 and of its loss for the period then ended;

the financial statements have been properly prepared in accordance with the Companies Act 1985; and

the information given in the Report of the Directors is consistent with the financial statements.

K & H Accountants

Chartered Certified Accountants

and Registered Auditors

Cromer House, Caxton Way

Stevenage, Herts

Stevenage

Hertfordshire

SG1 2DF

2 June 2008

Mobile Signal Ltd

Profit and Loss Account

for the Period 16 August 2005 to 31 December 2006

| Notes | € | |
|---|---|-------------------------|
| TURNOVER | - | |
| Administrative expenses | | <u>239,479</u> |
| (239,479) | | |
| Other operating income | | <u>11,830</u> |
| OPERATING LOSS | 2 | (227,649) |
| Interest payable and similar charges | | <u>825</u> |
| LOSS ON ORDINARY ACTIVITIES BEFORE TAXATION | | (228,474) |
| Tax on loss on ordinary activities | - | <u>-</u> |
| LOSS FOR THE FINANCIAL PERIOD AFTER TAXATION | | <u><u>(228,474)</u></u> |

The notes form part of these financial statements

Mobile Signal Ltd

Balance Sheet

31 December 2006

| Notes | € | € |
|--|---------|-----------|
| FIXED ASSETS | | |
| Intangible assets 4 | 386,598 | |
| CURRENT ASSETS | | |
| Debtors 5 | 13,695 | |
| Cash at bank 4,266 | | _____ |
| | | 17,961 |
| CREDITORS | | |
| Amounts falling due within one year | | 351,573 |
| | | _____ |
| NET CURRENT LIABILITIES | | (333,612) |
| | | _____ |
| TOTAL ASSETS LESS CURRENT | | |
| LIABILITIES 52,986 | | |
| CREDITORS | | |
| Amounts falling due after more than one year | 20,000 | |
| | | _____ |
| NET ASSETS | | 32,986 |
| | | ===== |
| CAPITAL AND RESERVES | | |
| Called up share capital | 8 | 1,599 |
| Share premium 9 | 259,861 | |
| Profit and loss account | 9 | (228,474) |
| | | _____ |
| SHAREHOLDERS' FUNDS | | 32,986 |

The notes form part of these financial statements

These financial statements have been prepared in accordance with the special provisions of Part VII of the Companies Act 1985 relating to small companies and with the Financial Reporting Standard for Smaller Entities (effective January 2007).

The financial statements were approved by the Board of Directors on 2 June 2008 and were signed on its behalf by:

Mr B L M Gerard - Director

The notes form part of these financial statements

Mobile Signal Ltd

Notes to the Financial Statements

for the Period 16 August 2005 to 31 December 2006

1. ACCOUNTING POLICIES

Accounting convention

The financial statements have been prepared under the historical cost convention and in accordance with the Financial Reporting Standard for Smaller Entities (effective January 2007).

Deferred development expenditure

Deferred development costs are capitalised and amortised in accordance to SSAP 13. The estimated useful economic life of the asset is 10 years.

Deferred tax

Deferred tax is recognised in respect of all timing differences that have originated but not reversed at the balance sheet date.

2. OPERATING LOSS

The operating loss is stated after charging:

| | |
|--|-------------------|
| € | |
| Development costs amortisation | 42,955 |
| Auditors' remuneration | 2,000 |
| | <u> </u> |
| Directors' emoluments and other benefits etc | - |
| | <u> </u> |

3. TAXATION

Analysis of the tax charge

No liability to UK corporation tax arose on ordinary activities for the period.

4. INTANGIBLE FIXED ASSETS

Other
intangible
assets

€

COST

Additions 429,553

At 31 December 2006 429,553

AMORTISATION

Charge for period 42,955

At 31 December 2006 42,955

NET BOOK VALUE

At 31 December 2006 386,598

£ DEBTORS: AMOUNTS FALLING DUE WITHIN ONE YEAR

.

€

Amounts owed by group undertakings 12,235

Other debtors 1,460

13,695 13,695

Mobile Signal Ltd

Notes to the Financial Statements - continued

for the Period 16 August 2005 to 31 December 2006

€ **CREDITORS: AMOUNTS FALLING DUE WITHIN ONE YEAR**

.

| | | |
|-----------------|--|-----------------------------|
| € | | |
| Other creditors | | 351,573 |
| | | <u> </u> |

The loan of €300,000 is from Mr Gerard with an interest rate of 3% per annum. By the conditions attached, this loan will be interest free if Mr Gerard converts the loan into ordinary shares in 2007.

7 **CREDITORS: AMOUNTS FALLING DUE AFTER MORE THAN**
 ONE YEAR

| | | |
|-----------------|--|-----------------------------|
| € | | |
| Other creditors | | 20,000 |
| | | <u> </u> |

The loan of €20,000 is from Gemy S.A.R.L. established in France repayable on 22 November 2009. This loan has an interest rate of 4.125%.

8. CALLED UP SHARE CAPITAL

Authorised:

| Number: | Class: | Nominal | |
|-----------|----------|---------|-----------------------------|
| value: | | € | |
| 1,000,000 | Ordinary | .0146 | 14,600 |
| | | | <u> </u> |

Allotted, issued and fully paid:

| Number: | Class: | Nominal | |
|------------------|--------|---------|-----------------------------|
| value: | | € | |
| 109,515 Ordinary | .0146 | 1,599 | |
| | | | <u> </u> |

9. RESERVES

| Profit and loss account | € | Share premium | € | Totals |
|-------------------------------|------------------|------------------|---|---------------|
| Deficit for the period | (228,474) | | | (228,474) |
| Cash share issue | - | 259,861 | | 259,861 |
| At 31 December 2006 | <u>(228,474)</u> | <u>259,861</u> | | <u>31,387</u> |

10. RELATED PARTY DISCLOSURES

The company was under the control of Mr Ake and Mr Gerard throughout the current year. Mr Ake and Mr Gerard are the managing directors.

Mobile Signal S.A. is the parent company of Mobile Signal Ltd and the majority shareholder.

During the year, Mobile Signal S.A. paid expenses on behalf of Mobile Signal Ltd. These expenses became a loan of €119,996 payable to Mobile Signal S.A. on issue of request for payment. In 2006, Mobile Signal S.A. issued only one request for payment of €70,425.75 and Mobile Signal Ltd paid €83,000. The rest of the loan is repayable in 2007.

Mobile Signal Ltd

Profit and Loss Account

for the Period 16 August 2005 to 31 December 2006

| € | € |
|------------------------|-------------|
| Income | - |
| Other income | |
| Sundry receipts | 11,830 |
| | <hr/> |
| 11,830 | |
| Expenditure | |
| Computer Running Costs | 34,935 |
| Advertising | 41,199 |
| Consultancy Fees | 5,714 |
| Sundry expenses | 85,697 |
| Legal fees | 22,751 |
| Auditors' remuneration | 2,000 |
| | <hr/> |
| | 192,296 |
| | <hr/> |
| (180,466) | |
| Finance costs | |
| Bank charges | 4,228 |
| Loan interest | 825 |
| | <hr/> |
| | 5,053 |
| | <hr/> |
| (185,519) | |
| Depreciation | |
| Development costs | 42,955 |
| | <hr/> |
| NET LOSS | (228,474) |
| | <hr/> <hr/> |

15.3. Dividendes

15.3.1. Montants des dividendes versés au cours des trois derniers exercices

Il est rappelé qu'au cours des exercices précédents, les Sociétés du groupe n'ont procédé aucune distribution de dividendes.

15.3.2. Politique de distribution des dividendes

La politique future de distribution de dividendes sera déterminée en fonction de plusieurs critères : les résultats de l'entreprise, le besoin et le niveau des investissements et l'endettement.

La politique de distribution de dividendes est fixée chaque année par l'Assemblée Générale des actionnaires, lors de l'Assemblée Générale d'approbation des comptes de l'exercice précédent, au vu, notamment, des résultats financiers et des besoins en investissement.

Chapitre 16: Informations complémentaires

16.1. Capital social

16.1.1. Montant du capital social

Le capital social de la Société s'élève à 554 088,5 GBP (698 152 €) et est divisé en 2 216 354 actions de 0,25 GBP (0,315 euros)

16.1.2. Capital autorisé non émis

L'article 3-c) des statuts autorise le conseil d'administration à procéder à une augmentation de capital en une ou plusieurs fois d'un montant maximal d'actions de 14 200 000 soit 3 550 000 GBP compte-tenu du nominal de l'action de 0,25 GBP.

L'article 3-c) stipule également que le Conseil d'Administration a tous les pouvoirs pour accorder ou non un droit préférentiel de souscription.

16.1.3. Actions de préférence

Néant.

16.1.4. Titres non représentatifs du capital

A la date du présent Document d'Information, il n'existe aucun titre non représentatif du capital de la Société. Il n'existe pas de plan de stock options courant à la date d'entrée en bourse de la société. Il est dans les intentions du Conseil d'Administration de mettre en place un plan de stock options pour fidéliser et motiver les équipes.

16.1.5. Evolution du capital social

16.1.5.a. Evolution générale du capital social depuis la création de la Société

| Date | Nature de l'opération | Augmentation de capital GBP | Prix total par action GBP | dont | | Nombre d'actions ou parts créées | Capital après opération | |
|------------|--|-----------------------------|---------------------------|----------------------|-------------|----------------------------------|-------------------------|----------------|
| | | | | Prime d'émission GBP | Nominal GBP | | Nombre d'actions | Nominal en GBP |
| 16/03/2005 | Constitution de la société | 1 000 | 0,01 | 0,00 | 0,01 | 100 000 | 100 000 | 1 000 |
| 2006-2007 | Augmentations de capital | 538 003 | 14,41 | 14,40 | 0,01 | 37 327 | 137 327 | 1 373 |
| févr-08 | Augmentation de capital | 51 805 | 41,51 | 41,50 | 0,01 | 1 248 | 138 575 | 1 386 |
| mai-08 | Augmentation de capital | 41 147 | 43,45 | 43,44 | 0,01 | 947 | 139 522 | 1 395 |
| 30/05/2008 | Augmentation de capital par incorporation d'une partie de la prime d'émission et augmentation du nominal de l'action | | | | | 0 | 139 522 | 483 327 |
| 31/05/2008 | Célébration plein Stocks Options | | | | | 10 024 | 149 546 | 523 411 |
| 31/05/2008 | Augmentation de capital | 380 839 | 43,45 | 39,96 | 3,50 | 8 766 | 158 311 | 564 089 |
| | Préparation de split d'action | | | | | | | |
| | Nombre d'actions avant split | | | | | | 158 311 | |
| | Nombre d'actions après split | | | | | | 2 216 354 | |
| juin-08 | Division du nominal | 0 | 0,25 | 0 | 0,25 | 2 058 043 | 2 216 354 | 564 089 |

Aucune autre modification n'est intervenue depuis cette dernière date.

16.1.5.b. Actionnariat¹

| Actionnaires | Nombre d'actions | % capital |
|--------------------------|------------------|--------------|
| WEB4 | 1 294 804 | 58,4 % |
| SHIELDAIG | 196 000 | 8,8 % |
| Dan AKE | 186 312 | 8,4 % |
| Bertrand GERARD-BOUCHENY | 49 588 | 2,2 % |
| Autres | 489 650 | 22,1 % |
| Total | | 100 % |

16.2. Exercice social

L'année sociale commence le 1^{er} juin et finit le 31 mai. Exceptionnellement l'exercice 2008 sera du 1^{er} Janvier 2008 au 31 Mai 2009.

16.3. Acte constitutif et statuts

THE COMPANIES ACTS 1985 to 2006

A PUBLIC COMPANY
LIMITED BY SHARES

Memorandum of Association

1. The name of the Company is

RIGHT PEOPLE TECHNOLOGIES PLC

2. The Company is to be a public company.

3. The registered office of the Company shall be situated in the jurisdiction of England & Wales.

4. The Company shall have the following objects :-

(a) The object of the Company is to carry on the business and undertaking of a general commercial company in all respects and in particular creation, management and operation of websites, mobile applications, or software in general and in particular the above related to social networks, online advertising, marketing online, and providing direct marketing of goods and services, organization of events,... either directly or indirectly, through equity participation, external growth, real estate and financial operation, and all industrial

operations , Commercial, financial, securities or real estate related to the objects above.

(b) To carry on in conjunction with each other or as separate and distinct undertakings in furtherance of its said object all or any of the following objects : -

(c) To hold, purchase, acquire, lease, develop, exchange, modify, adapt, let on lease or in any other manner deal with, and rent, lease, license, mortgage, charge, transfer turn to account and develop all forms of real and personal property whatsoever, including all such land, buildings, machinery, equipment and chattels and effects whatsoever.

(d) To purchase insurance and to take all and any other such measures to protect and preserve all and any such assets of the Company and to take out any policy or policies of insurance in favour of any Director or officer or Auditor of the Company as is permitted by S. 310(1) of the Companies Act, 1985 for any such liability as is referred to therein.

(e) To hold, register, take out, make application for, renew, preserve, acquire, maintain, improve, defend, protect and licence any patent, design, process, invention and all and any other such intellectual property and to take all and any necessary steps and measures to defend, preserve and extend all and any such rights in any jurisdiction anywhere in the World and to test, improve, acquire and obtain, whether by purchase or otherwise, any such further rights conducive to the commercial objectives of the Company in any jurisdiction anywhere in the World.

(f) To raise finance and funding and to borrow and raise all such moneys and other funds necessary to undertake the commercial objects of the Company or any of them and to provide any, part or all of any such security required for any such borrowings whether by charge, mortgage, lien, debenture, security, guarantee or other security over all and any such assets or prospective assets of the Company, including uncalled capital, and to provide any such guarantee or undertaking necessary to secure any such borrowing, whether actual, contingent or otherwise.

(g) To hold, direct, deal with and invest all and any such funds and investments of the Company surplus to the immediate purposes of required working capital of the business and any other funds and investments of the Company so held and to direct the investment of all such moneys, funds, investments and moneys worth in any manner likely to increase and further and advance the worth and value of any and all such holdings.

(h) To purchase, acquire and hold in any manner, in whole or in part, any business, asset or undertaking of any sole trader, firm, partnership or company conducive to the commercial objectives of the Company and to fund and provide consideration for any such acquisition or part acquisition by way of securities, shares, debentures or debenture stock that may form part of any such agreement and to undertake and discharge all and any such liabilities of any such sole trader, firm, partnership or company and, subject to any such agreement, to hold, maintain, transfer or otherwise deal with any such rights, securities, shares, debentures or debenture stock received or transferred as part of any such agreement, and to enter into any joint arrangement or agreement for any joint venture or profit sharing arrangement or of mutual assistance or co-operation and to provide any and all such assistance, support and contributions necessary to further, extend and preserve any such arrangement.

(i) To loan, lend and advance money or credit to any company, firm, partnership or sole trader on any terms or conditions whatsoever and to give any and all types of indemnities, undertakings, surety ships and guarantees, whether by personal covenant or by mortgaging or charging all or any part of the undertaking, property and assets of the Company, present or future, and uncalled capital of the Company or by both such methods, in order to guarantee the performance of any and all such obligations and the payment of any capital or principal (together with any premium thereon), of and dividends or interest on, any such debenture stocks, shares or other securities of any company, firm or person (including any holding, subsidiary, associated or fellow company).

(j) To purchase, make application and subscribe for, or otherwise acquire, deal with and hold any shares, stocks, debentures, debenture stocks, bonds, obligations, securities issued or guaranteed by any other company, corporation, government, body, local or municipal authority in any jurisdiction anywhere in the World.

- 3 -

(j) To purchase, make application and subscribe for, or otherwise acquire, deal with and hold any shares, stocks, debentures, debenture stocks, bonds, obligations, securities issued or

guaranteed by any other company, corporation, government, body, local or municipal authority in any jurisdiction anywhere in the World.

(k) To register, establish or promote or concur in establishing or promoting any other company, as a subsidiary or associated company or otherwise, the promotion of which shall be in any manner calculated to further and advance, whether directly or indirectly, the objects or interests of the Company or for the purpose of acquiring (whether in whole or in part) the whole or part of any business, property or undertaking of the Company, and to acquire and hold or dispose of shares, stocks or securities of and guarantee the payment of the dividends, interest or capital of any shares or stock of any such company.

(l) To issue, draw, make, discount, endorse, accept, negotiate, and execute any and all such cheques, bills of exchange, promissory notes, debentures, bills of lading, warrants and all other and any and all other such type of transferable or negotiable instruments whatsoever.

(m) To undertake the promotion of, and to apply for, any Act of Parliament, statute, instrument, privilege, charter, licence, concession, authorisation of any national Government, local authority or Government body or department, including the Department of Trade and Industry, and any European body or other authority, for the purpose of furthering and promoting the commercial objectives of the Company and to enable it to extend, modify or improve the constitutional structure of the Company and to oppose any applications, proceedings or determinations of any such body prejudicial or potentially prejudicial to the interests and commercial objectives of the Company.

(n) To reimburse, recompense, compensate or remunerate any persons, body, firm, agent or organisation for all and any such services rendered and expenses incurred on behalf of the Company in furtherance of its commercial objectives, whether by cash, shares, debentures, debenture stock or other fully or partly paid securities of the Company and to meet all costs lawfully incurred in effecting the formation and registration of the Company and the issue of its share capital together with the any expenses incurred in placing or underwriting or procuring the underwriting of its shares, debentures or other securities.

(o) To establish pension funds and grant any such pensions, gratuities, superannuation, benefits and other allowances in favour of, and to the benefit of, any serving and former directors, employees and officers of the Company and any such associated and subsidiary companies or their relatives and dependants, spouses, children and widows and to maintain all such trusts, funds and schemes for the purpose of providing pensions, life assurance and all other such benefits and to undertake the position of trustees, either solely or jointly with any other such person, firm, corporation or organisation and to subscribe to, support and further (financially or otherwise) any charitable institution, fund, club or other establishment which in the opinion of the Directors is, or is likely to be, of benefit to the Company any subsidiary company or associated company and to establish, maintain and extend any profit sharing

scheme calculated to extend and advance the interests of the Company and its officers, employees or any such former persons.

(P) To bring, defend and undertake any legal proceedings in defence or in furtherance of, the commercial objectives, rights or interests of the Company and of any subsidiary or associated company in any jurisdiction anywhere in the World.

(q) To provide, give or make any type of financial assistance (as defined in Section 152(1)(a)) for any purpose defined and specified in Section 151(1) and / or Section 151(2) of the Act, so far as is permitted by the Act and any further or amending legislation, instrument or order.

(r) To arrange for, undertake and to divide and distribute all or any part of the assets and property of the Company, in specie, amongst the members.

(s) To undertake all and any activity as agents, licences, brokers, factors, operators or trustees for any other company, organisation, body, firm, sole trader, partnership or business in any jurisdiction anywhere in the World

(t) To arrange for and to undertake the registration or recognition of the Company in any other jurisdiction anywhere in the World.

(u) To do and undertake all and any such other things that are incidental to and conducive with the above objects of the Company or any of them in any jurisdiction anywhere in the World.

AND it is hereby declared that each and every object specified in each of the paragraphs of this clause shall be regarded, interpreted and construed as separate and independent objects and accordingly shall not be restricted or limited in its interpretation in any way or by any reference to or inference from any other such paragraph and shall be given the widest possible interpretation and the phrase " The Act " refers to the Companies Acts, 1985 (as amended by the Companies Acts, 1989 and 2006) and to all current relevant and subsequent statutory instruments and orders relevant to its interpretation.

5. The liability of the Members is limited.

6. The share capital of the Company is £3,550,000 divided into 100,000 ' A ' Ordinary shares of £0.25 each, 100,000 ' B ' Ordinary shares of £0.25 each and a further 14,000,000 Ordinary shares of £0,25 each .

THE COMPANIES ACTS 1985 to 2006

A PUBLIC COMPANY LIMITED BY SHARES

ARTICLES OF ASSOCIATION OF RIGHT PEOPLE TECHNOLOGIES PLC

PREAMBLE AND INTERPRETATION

1. The following interpretations shall be applied to these Articles :

(a) "The Company" means the Company as the name registered in the Memorandum of Association

(b) "The Act" means the Companies Act, 1985, as amended by the Companies Act, 1989, and so as to include all and any further statutory modifications or re-enactment for the time being in force. " 2006 Act " means the Companies Act, 2006.

(c) " Table A" as referred to hereafter means Table A of The Companies (Tables A - F) Regulations, 1985 (as amended by the Companies (Tables A - F) (Amendment) Regulations 1985) and, save as hereinafter modified or excluded by or inconsistent with, any Article, shall constitute the regulations of the Company.

NUMBER AND APPOINTMENT OF DIRECTORS

2. (a) The minimum number of appointed Directors of the Company shall not be less than two.

(b) The appointment or election of each proposed Director shall be effected by a separate resolution Whensoever more than one Director is purported to be appointed or elected on a single resolution, such resolution shall be ineffective and void except as otherwise provided by Section 292 of the Act.

(c) The Company by Ordinary Resolution in General Meeting may determine the maximum number of Directors that may be appointed. Unless and until otherwise so determined, there shall be no maximum number.

(d) No Director of the Company shall be required to retire by rotation..

(e) Unless so recommended by the Board, no person shall deemed to be eligible to be appointed the position of Director of the Company unless and until not less than fourteen nor more than thirty five clear calendar days have elapsed before the date of holding any General Meeting of the Company and there shall have been given to the Company Secretary notice in writing by a Member enabled to attend and vote at any such General Meeting of his intention to propose any such person foe election as a Director of the Company and a further notice in writing signed by the person proposed for election as a Director of his consent to be appointed as such a Director.

(f) Without prejudice in any respect to the power of the Company in General Meeting to elect a person so nominated to be a Director of the Company, the Board shall at all times retain the power to appoint any person to the position of Director from time to time as either a further Director of the Company or in order to fill any casual vacancy that may arise from time to time on the Board.

(g) Clause 64 and 73 to 80 (inclusive) in Table A shall not apply to the Company.

SHARE ALLOTMENT

3. (a) The maximum amount of securities which may be allotted shall not exceed the nominal value for the time being of the unissued share capital of the Company as at the date of allotment unless increased by Ordinary Resolution in General Meeting by such sum divided into such amounts as the resolution shall determine.

(b) All shares allotted in the capital of the Company shall be paid up to a minimum of one quarter of their nominal value and the whole of any premium, except as otherwise provided by S.101(2) of the Act.

(c) Any and all unissued shares comprised in the authorised share capital of the Company as at the date of adoption of these Articles of Association shall be at the disposal of the Board of Directors who shall have the power to allot any such shares, convert any issued securities into shares of the Company and grant any appropriate rights to subscribe for such shares under the authority granted to them by S.80 of the Act being the period of five years from the date of adoption of the articles of association of the Company. Such authority shall permit the Board to honour any and all such agreements made within that period even though any actual allotment and granting of all and any such rights is effected outside of the five year period. The authority of the Board of Directors to allot shares and deal with the shares comprising the authorised share capital of the Company may only be renewed, revoked or varied by Company in General Meeting by the passing of an Ordinary Resolution.

(d) Pursuant to the provisions of S.95 (1) of the Act, the authority of the Board is conferred as if S.89(1) of the Act were not to apply to the Company.

(e) Whenever any person or body is acquiring or proposes to acquire any shares comprised in the capital of the Company, then no financial assistance of whatever nature whatsoever shall be given by the Company for any such purpose as is specified in Section 151 of the Act, except as otherwise permitted by the Act or any subsequent statutory modification and in any such circumstances the restrictions of Section 154 of The Act shall be met.

(f) Whenever the authorised share capital of the Company is increased beyond the existing amount of the authorised share capital then the authority of the Board of Directors to allot and deal with such all shares shall be renewed by the Company in General Meeting unless dispensed with by the provisions of S.80A of the Act.

SHARE CERTIFICATES

4. (a) Any person or body becoming the holder of any shares shall be entitled within two months after lodgement or allotment be entitled to receive one share certificate for all of his shares of each class or several certificates each for one or more of his shares upon the payment of such sum as the Board may determine shall be reasonable after each first certificate.

(b) The Company shall only be required to seal share certificates when it has formally adopted a seal as the common seal of the Company and Clause 6 of Table A shall be modified accordingly.

THE COMPANY SEAL

5. (a) The Company may adopt a seal which shall then be deemed to be the common seal of the Company.

(b) Whenever a seal has been adopted it shall only be used under the authority of the Board of Directors or a committee of the Board authorised and empowered to execute all and any such documentation requiring such use of the seal on behalf of the Company. Every document to which the seal is so affixed shall be signed by at least one Director and the Company Secretary or two Directors of the Company. The obligation to seal share certificates shall not apply if the Company has not adopted a seal.

(c) The Company shall be entitled to exercise the powers conferred by Section 39 of the Act to enable it to have an Official Seal for use abroad and any such power shall be vested in the Board of Directors.

(d) Clause 101 of Table A shall not apply to the Company and Clause 6 shall be modified accordingly.

DIRECTORS' BORROWING POWERS

6. The Directors shall be enabled to exercise all of the powers of the Company, whether expressly or impliedly,

(a) to borrow and secure the payment of any and all such moneys loaned to the Company.

(b) to guarantee the fulfilment of any and all such obligations and the performance of any such contract entered into on behalf of the Company, and,

(c) (subject to Section 80 of the Act) to issue debenture stock and debentures and to charge and mortgage any and all of the assets and property and uncalled capital of the Company.

PROCEDURE AND RESOLUTIONS OF GENERAL MEETINGS

7. (a) Every meeting of the Company other than the Annual General Meeting shall be referred to as Extraordinary General Meetings of the Company and Regulation 38 of Table A shall apply. Any and all such business transacted at an Extraordinary General Meeting of the Company shall be referred to as special.

(b) Any notice issued by the Company convening any such General Meeting shall comply with Section 372(3) of the Act thereby notifying members of their rights to appoint proxies at any such meeting. All and any other notices and communications relating to any General Meeting of the Company and which any Member is entitled to receive shall also be sent to the Auditors for the time being of the Company.

(c) The Company shall not transact any business at any General Meeting unless a quorum is present and a quorum shall comprise of two persons entitled to attend and vote upon the business to be transacted, each such person being an actual member of the Company or a proxy for a Member or a duly authorised representative of a corporation. If such a quorum is not present within half an hour of the time set for any such adjourned meeting then, notwithstanding the provisions of Regulation 41 of Table A, the meeting may be dissolved thereafter.

(d) Provided that a member has given prior consent to the Company in writing and provided an effective and correct address to which such notice may be sent, then the Company shall be empowered to give notice communicated to him by a legible form of electronic transmission, being all and any form of electrical or electronic communication whether by electric, electro - magnetic, electro - optical or any other like or similar method of transmission and in the event that any such communication is made by such method, notice shall be deemed to have been served on the member on either the date that such electronic communication was effected or on the actual date that it was physically delivered to the member, whichever date shall be the earliest. Whenever any such notice is communicated by electronic transmission, the provisions of clause 115 in Table A shall not apply and clauses 112 to 116 shall be modified accordingly.

(e) All and any decisions taken in a General Meeting of the Company or by way of a written resolution shall be deemed to be effective and all and any such decisions so made shall be recorded in writing and entered into and maintained in the minute book of the Company, being the dedicated book held and maintained by the Company for such purpose.

(f) On a show of hands every member being an individual and present in person or by proxy or (being a corporation) is present by a duly authorised representative then (unless he is himself a member entitled to vote) then every person attending as a member or a proxy shall have one vote on a show of hands and one vote on a poll (subject to any restrictions attaching to the share class).

(g) If any votes shall be counted which ought not to have been counted or which might have been rejected, the error shall not vitiate the resolution unless it is pointed out at the same meeting and not, in that case, unless in the opinion of the Chairman the error is of a sufficient magnitude as to vitiate the resolution.

(h) No resolution may be passed if such resolution requires the casting vote of the Chairman who shall not exercise such vote other than to maintain the status quo. Regulation 50 of Table A shall not apply to the Company.

(i) All original signed notices of meeting and other papers relevant to the convening and proceedings of

such meetings shall be held and maintained with the statutory books of the Company.

PROCEEDINGS OF THE BOARD OF DIRECTORS

8. (a) Each Director of the Company shall be entitled to receive notice of every meeting of Directors. Notice of such meeting of the Directors shall be given to each Director (including every Alternate Director) at any address supplied by him to the Company (including by way of electronic communication under the procedure and definition of Article 7. (d)), for such purpose whether or not he is present within the United

Kingdom, provided that any Director shall have the power to waive notice of any such meeting either prospectively or retrospectively and if he does so it shall not affect the validity of such meeting that the required notice was not given to him.

(b) A meeting of the Directors may be convened and held at any location in any jurisdiction anywhere in

the World.

(c) The Chairman shall have a second or casting vote which shall only be exercised by him to maintain the status quo. Clause 88 of Table A shall be modified accordingly.

(d) A quorum for the transaction of any and all business at a meeting of the Directors of the Company shall be two Directors physically present and, in counting a quorum, an alternate Director present shall be counted as part of the quorum, but only in the absence of his appointer. Clause 89 of Table A shall be modified accordingly.

(e) The Directors shall be empowered to appoint a committee of Directors the powers of which shall be determined by a meeting of the directors of the Company at which a quorum shall be present. Such committee may be permanent or temporary but the number of Directors on such committee shall not be less than two and Clause 72 of Table A shall be modified accordingly.

(g) A Director shall be entitled to vote in regard to any contract or arrangement in which he is interested or on any such like matter arising thereout provided that he declares his interest pursuant to S. 175, Companies Act, 2006, and if he votes on any such matter or related matter then his vote shall be counted and his presence at the meeting shall be counted in estimating a quorum in considering any such arrangement or contract whether at a meeting of the Directors or committee of the directors. The declaration of any interest by a Director in any contract or arrangement shall be formally recorded in the minutes of the meeting.

(e) Clauses 94 to 97 (inclusive) of Table A shall not apply to the Company.

AGE OF DIRECTORS

9. No person shall be eligible to be appointed as a Director or Alternate Director of the Company if that person has attained the age of seventy years unless the appointment of any such person is made or approved by a General Meeting of the members, provided that special notice is given of the resolution to make or approve the appointment. Any person who is appointed or, to the knowledge of that person, is proposed to be appointed, a Director of the Company or a subsidiary of the Company at a time when that person has attained the age of 70 years must give notice of their age in writing to the Company.

DIRECTORS DUTIES OF OFFICE

10. (a) A Director of the Company (including every appointed alternate Director) shall be subject to the general duties as specified in S.171 - 177, Companies Act, 2006, which shall at all times be owed by every

Director to the Company.

11. Every appointed Director shall at all times in the exercise of the powers and duties of his office and otherwise : -

(a) Act within the powers of the registered constitution of the Company and only exercise such powers for the true purpose for which they have been conferred upon him.

(b) Act in good faith with the object of promoting the furtherance and success of the Company for the benefit of its members, employees, the communities in which it is established and in which it operates, and to further good relations between its suppliers and customers, to act reasonably and fairly between members and to promote the reputation, success and understanding of the company.

(c) Exercise independent judgement where appropriate.

(d) Exercise at all times reasonable care, skill and diligence in the exercise of the powers of his office.

(e) Avoid any direct or indirect conflict of interest with the interests of the Company, except where such

transaction or arrangement with the Company which has been authorised following declaration of interest made to the Board under article 5. (g) provided that such authorisation and approval is made by a majority of the Board without the vote of the Director(s) subject of the declared interest and without counting him in

declaring a quorum for a meeting of the Board or any other such interested Director.

(f) Refuse any direct or indirect benefits arising or resulting from (whether directly or indirectly) his position as a Director (or otherwise) or in relation to any other position or office held by him within the Company from a third or other party and which would be conferred as a result of him agreeing, undertaking, assisting, facilitating or omitting to undertake any action as a Director which may normally be expected of him in the normal course of his duties except where such benefit cannot reasonably be regarded as having derived from his position or office.

(g) Declare the nature and extent of any interest in any proposed transaction or arrangement with the Company and any such declaration may be made by way of written notice to the Board of Directors, at a meeting of the Board or by way of written notice under S. 184, 2006 Act or by way of general notice under S.185, 2006 Act before any such transaction is entered into.

(i) Such notice need not be given where a Director is not aware or have knowledge of any such

proposed transaction or arrangement, where no conflict of interest has arisen, where the Board is already

aware of any such proposed transaction or arrangement or where such transaction or arrangement relates to

his terms or conditions of service..

(i) In the event that any such declaration is inaccurate or incomplete, or becomes so by way of the change and nature of events, then a further declaration must be made based upon the changed circumstances.

DIRECTORS & OFFICERS PENSIONS GRATUITIES AND ALLOWANCES

12. (a) Provided that any Director or Directors of the Company declares any interest pursuant to S. 317, Companies Act, 1985, he shall be entitled to be counted as part of the quorum and to vote and benefit from the exercise of any power of the Company to arrange or provide for the grant of any retirement pensions annuities or other benefits and allowances provided or to be provided for the benefit of any Director or officer or former Director or officers of the Company, its subsidiaries and predecessors in business and of the member of their family (including any spouse widow, or former spouse and dependants) of any Director or former Director of the Company) and Clause 87 of Table A shall be modified accordingly.

RIGHT OF INDEMNITY OF DIRECTORS, OFFICERS AND AUDITORS

13. (a) The Directors and the Company shall be authorised and empowered to take out, purchase and maintain indemnity insurance or insurances to cover any future potential liability referred to in Section 309(6) of the Act of any of the appointed Directors and officers of the Company (who may not necessarily be a Director of the Company) or of any Associated Company (as defined) in addition to the appointed Auditor of the Company.

(b) All of the appointed Director's, officers and the Auditor of the Company shall be entitled at all times to be indemnified out of the assets of the Company against all and any liabilities, losses, debts, charges and expenses incurred and sustained by him as a result of any liability incurred in the performance of any duties of his office, (whether such liability is incurred in civil or criminal law), in defending any proceedings brought against him of which he is acquitted or judgement given in his favour, or in relating to any application under which relief is granted to him from any liability by any Court or recognised tribunal having sufficient authority to do so.

(c) The term "Liability" for the purpose of this Article shall mean any and all such liability incurred by any person being a Director, officer or Auditor (including any breach or failure of duty, negligence, breach of trust or any other default in relation to the Company or an Associated Company) in the course of him carrying out and executing his duties, employment or exercising the powers of his office on behalf of the Company.

(d) Clause 118 of Table A shall not apply to the Company.

' A ' ORDINARY SHARES

14. (a) Holders of ' A ' Ordinary shares in the capital of the Company shall have a right to three votes for every one ' A ' Ordinary share in the capital of the Company held by them and shall further be entitled to receive a dividend declared to the holders of this class of shares, be entitled to receive notice of and attend and vote at any General Meeting duly convened by the Company and shall further have the right to participate equally in any winding up of the Company.

(b) ' A ' Ordinary shares may only be held by those members who have held either ' B ' Ordinary shares or Ordinary in the capital of the Company for a minimum of four years.

(c) A holder of ' B ' Ordinary shares or Ordinary shares in the capital of the Company whose shares are fully paid shall be entitled by way of notice in writing addressed to the Company Secretary at its registered office to have such shares converted into ' A ' Ordinary shares by the Company and such notification shall be sent to the Registrar of Companies at Companies House. The Company shall maintain sufficient authorised share capital to enable any such conversion of shares to be effected.

(d) Any variation proposed in the rights of the holders of ' A ' Ordinary shares shall only be valid if approved at a class meeting of the holders of such shares by an extraordinary resolution being three - quarter majority of those attending and voting at such meeting and any such changes approved at any such class meeting must subsequently be approved by the passing of a special resolution at a subsequent General Meeting of the Company duly convened and held.

' B ' ORDINARY SHARES

15. (a) Holders of ' B ' Ordinary shares in the capital of the Company shall have a right to two votes for every one ' B ' Ordinary share in the capital of the Company held by them and shall further be entitled to receive a dividend declared to the holders of this class of shares, be entitled to receive notice of and attend and vote at any General Meeting duly convened by the Company and shall further have the right to participate equally in any winding up of the Company.

(b) ' B ' Ordinary shares may only be held by those members who have held fully paid Ordinary shares in the capital of the Company in their own name for a minimum of three years except that all shares to be allotted as fully paid up shares shall always be allotted as ' B ' ordinary shares.

(c) A holder of Ordinary shares in the capital of the Company whose shares are fully paid shall be entitled by way of notice in writing addressed to the Company Secretary at its registered office to have such shares converted into ' B ' Ordinary shares by the Company and such notification shall be sent to the Registrar of Companies at Companies House. The Company shall maintain sufficient authorised share capital to enable any such conversion of shares to be effected.

(d) Any variation proposed in the rights of the holders of ' B ' Ordinary shares shall only be valid if approved at a class meeting of the holders of such shares by an extraordinary resolution being three - quarter majority of those attending and voting at such meeting and any such changes approved at any such class meeting must subsequently be approved by the passing of a special resolution at a subsequent General Meeting of the Company duly convened and held.

ORDINARY SHARES

16. (a) Holders of Ordinary shares in the capital of the Company shall have a right to one vote for every one Ordinary share in the capital of the Company held by them and shall further be entitled to receive a dividend declared to the holders of this class of shares, be entitled to receive notice of and attend and vote at any General Meeting duly convened by the Company and shall further have the right to participate equally in any winding up of the Company.

(b) Any variation proposed in the rights of the holders of Ordinary shares shall only be valid if approved at a class meeting of the holders of such shares by an extraordinary resolution being three - quarter majority of those attending and voting at such meeting and any such changes approved at any such class meeting must subsequently be approved by the passing of a special resolution at a subsequent General Meeting of the Company duly convened and held.

DISCLOSURE OF BENEFICIAL OWNERSHIP AND OF TRANSFERS OF SHARES .

17. (a) All shares in the capital of the Company shall (subject to the payment of appropriate stamping duties and Government taxation) be freely transferable and the Directors shall have no discretion to decline to register the proposed transfer of any shares in the capital of the Company except where such transfer of shares is in breach of these articles or in defiance of national or international prohibitions, restrictions or sanctions of any recognised national government, the European Union or the United Nations where the Directors shall be entitled to decline but shall give any reason or explanation thereof on any formal request for such reason being received.

(b) Notice of any refusal to register any such proposed transfer shall be sent to both the transferee at the address recorded in the register of members and the address of any presenter of such documents of transfer within one month after the date upon which the documents of transfer were presented to the Company.

(c) Any proposed transfer of shares in the capital of the Company shall be presented on the prescribed form, be correctly executed and shall have the appropriate stamping duty paid. No more than one class of share shall be transferred on each prescribed stock transfer form.

(d) Any natural or legal person holding shares in the Company as nominee shall, at the request in writing made by the Company, disclose within 14 calendar days in writing addressed to the Company Secretary at its registered office the full names and identities of any person who is the beneficial owner of any shares (or part thereof) on request being made in writing by the Company Secretary on behalf of the Company to the first named holder in the register of members.

(e) Clauses 23, 24 & 25 of Table A shall be modified accordingly.

Chapitre 17: Contrats importants

La Société n'a pas conclu de contrats importants autres que ceux signés dans le cadre normal de ses activités.

Chapitre 18: Informations provenant de tiers, déclarations d'experts et déclarations d'intérêts

Toutes les sources relatives aux tableaux, graphiques estimations et pourcentages figurant dans le présent Document d'Information, notamment à la Section 8 sont clairement mentionnées.

La Société confirme que les informations visées ont été reproduites fidèlement. Pour autant que la Société le sache et soit en mesure de l'assurer à la lumière des données publiées par ces tierces parties, aucun fait n'a été omis qui rendrait les informations reproduites inexactes ou trompeuses.

Chapitre 19: Documents accessibles

L'ensemble des documents sociaux de la Société devant être mis à la disposition des actionnaires est consultable aux bureaux de la Société :

Adresse : 72, New Bond Street – Mayfair - London W1S 1RR, UK
Téléphone : + 44 (0) 207 514 58 21
Fax : + 44 (0) 207 100 83 09
E-mail : investors@rightpeople.mobi
Site Internet : www.rightpeople.mobi

Peuvent notamment être consultés :

- a) l'acte constitutif et les statuts de la Société ;
- b) tous rapports, courriers et autres documents, informations financières historiques, évaluations et déclarations établis par un expert à la demande de la Société, dont une partie est incluse dans le présent Document d'Information ;
- c) les informations financières historiques de la Société pour chacun des exercices précédant la publication du Document d'Information.

La Société entend communiquer ses résultats financiers conformément aux exigences des lois et réglementations en vigueur.

Right People Technologies Plc.
72 New Bond Street London W1S 1RR, UK
investors@rightpeople.mobi www.rightpeople.mobi



RightPeople

37, av des Champs-Élysées • 75008 Paris
Tel : + 33 (0) 1 53 93 74 00
Fax : + 33 (0) 1 42 89 55 96

EUROPE FINANCE ET INDUSTRIE
ENTREPRISE D'INVESTISSEMENT - INVESTMENT BANK