# Leleux Press Review

## Wednesday 27/1/2016

LELEUX ASSOCIATED BROKERS
SOCIETE DE BOURSE
BEURSVENNOOTSCHAP

### BEL 20 (Belgium)

| Last Price | 3475,05 | Minimum Price | 1046,07 (02/09/1992) | Maximum Price | 4759,01 (23/05/2007) |
|---|---|---|---|---|---|

| Gainers | 16 | | | Losers | 4 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| DELTA LLOYD | 5,34 | ▲ | +6,52% | AGEAS | 38,13 | ▼ | -1,49% |
| UCB (BE) | 85,06 | ▲ | +4,39% | ELIA SYSTEM OPERATOR | 43,17 | ▼ | -0,80% |
| KBC GROUPE (BE) | 52,74 | ▲ | +2,40% | GBL (BE) | 69,48 | ▼ | -0,30% |

### CAC 40 (France)

| Last Price | 4356,81 | Minimum Price | 2693,21 (23/09/2011) | Maximum Price | 7347,94 (21/10/2009) |
|---|---|---|---|---|---|

| Gainers | 31 | | | Losers | 9 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ARCELORMITTAL (NL) | 3,59 | ▲ | +7,16% | ALSTOM | 23,84 | ▼ | -3,18% |
| MICHELIN (FR) | 84,62 | ▲ | +4,36% | SAFRAN | 58,94 | ▼ | -0,53% |
| TECHNIP COFLEXIP (FR | 40,44 | ▲ | +3,85% | VINCI | 61,37 | ▼ | -0,42% |

### AEX (Nederland)

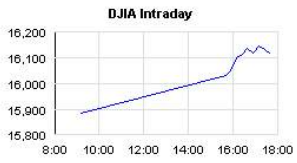
| Last Price | 421,97 | Minimum Price | 194,99 (09/03/2009) | Maximum Price | 806,41 (21/10/2009) |
|---|---|---|---|---|---|

| Gainers | 18 | | | Losers | 7 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| ARCELORMITTAL (NL) | 3,59 | ▲ | +7,16% | GEMALTO N.V. | 56,61 | ▼ | -2,81% |
| DELTA LLOYD | 5,34 | ▲ | +6,52% | RELX NV | 14,65 | ▼ | -1,08% |
| PHILIPS ELECTRONICS | 24,11 | ▲ | +6,09% | RANDSTAD (NL) | 49,74 | ▼ | -0,66% |

### DAX (Deutschland)

| Last Price | 9822,75 | Minimum Price | 438,38 (18/03/2002) | Maximum Price | 636497,44 (18/03/2011) |
|---|---|---|---|---|---|

| Gainers | 18 | | | Losers | 12 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| SIEMENS (DE) | 90,60 | ▲ | +8,62% | DEUTSCHE POST (DE) | 22,60 | ▼ | --2,73% |
| RWE AG ST O.N. (DE) | 12,80 | ▲ | +6,31% | DT.ANNINGTON IMM.SE | 27,35 | ▼ | --1,01% |
| E.ON AG | 9,37 | ▲ | +4,05% | K+S AG NA O.N. (DE) | 20,03 | ▼ | --0,79% |




### Dow Jones Industries (United States)

| Last Price | 16119,57 | Minimum Price | 0,20 (21/10/2011) | Maximum Price | 19737,03 (02/11/2011) |
|---|---|---|---|---|---|

| Gainers | 29 | | | Losers | 1 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3M CO (US) | 144,78 | ▲ | +5,24% | COCA COLA (US) | 42,08 | ▼ | -0,18% |
| JOHNSON & JOHNSON | 101,18 | ▲ | +4,95% | | | | |
| CHEVRON CORP (US) | 84,12 | ▲ | +3,99% | | | | |

**SW - SODEXO - EUR**

**Sodexo: Sophie Bellon Appointed Chairwoman of the Board** **Thomson Reuters (26/01/2016)**

Issy-les-Moulineaux, January 26, 2016 - Following the January 26, 2016 Shareholders' Meeting, Sodexo's Board of Directors will appoint Sophie Bellon asChairwoman. She will succeed Pierre Bellon, Sodexo's founder and Chairman, whowill become Chairman Emeritus.

After graduating from EDHEC Business School, Sophie Bellon began her career in1985 in the United States, first in the finance and then in the fashion sectors.She returned to France in 1994 to join Sodexo, where she has taken part in thelandmark steps in the Group's growth, including major acquisitions andinternational expansion during the 1990s, the Quality of Life services offerand, more recently, the Group's Research, Development and Innovation strategy.This experience has prepared her for her future role as Chairwoman, which shesees as having two underlying goals: pursuing the Group's record of innovation-led profitable growth while upholding its mission and core values.

Sophie Bellon joined Sodexo's Board of Directors in 1989 and has been ViceChairwoman since November 29, 2013. She has also been a member of L'Oréal'sBoard of Directors since April 2015.

About Sodexo

Founded in 1966 by Pierre Bellon, Sodexo is the global leader in services thatimprove Quality of Life, an essential factor in individual and organizationalperformance. Operating in 80 countries, Sodexo serves 75 million consumers eachday through its unique combination of On-site Services, Benefits and RewardsServices and Personal and Home Services. Through its more than 100 services,Sodexo provides clients an integrated offering developed over nearly 50 years ofexperience: from food services, reception, safety, maintenance and cleaning, tofacilities and equipment management; from Meal Pass, Gift Pass and Mobility Passbenefits for employees to in-home assistance and concierge services. Sodexo'ssuccess and performance are founded on its independence, its sustainablebusiness and financial model and its ability to continuously develop and toengage the commitment of its 420,000 employees throughout the world.

Key figures (As of August 31, 2015)

19.8 billion euro in consolidated revenues

420,000 employees

19th largest employer worldwide

80 countries

32,000 sites

75 million consumers served daily

14 billion euro in market capitalization (as of January 12, 2016)

Contacts

+----------+ Press Analysts and Investors

Laura SCHALK Virginia JEANSON Tel. & Fax : + 33 1 57 75 80 56 Tel. & Fax: +33 1 57 75 85 69 virginia.jeanson@sodexo.com Laura.schalk@sodexo.com

+----------+

**ALSOL - CUSTOM SOLUTIONS - EUR**

**Custom Solutions: amélioration de la profitabilité.** **Cercle Finance (26/01/2016)**

(CercleFinance.com) - Custom Solutions a fait état ce mardi soir d'une croissance de son bénéfice net consolidé part du groupe au terme de son exercice 2015. Celui-ci a en effet grimpé de 31,9% pour ressortir à 513.000 euros.

Les revenus ont a contrario reculé de 6,2% pour s'établir à 18,5 millions d'euros. A périmètre comparable, c'est-à-dire retraité de l'activité logistique cédée et du CA du premier semestre 2015 des acquisitions APP et Lojaali intégrées à partir du second semestre, les ventes sont cependant ressorties stables par rapport à l'exercice précédent.

Le groupe, qui a réorganisé ses activités historiques en déployant un plan d'économie de plus de 500.000 euros de charges RH pour 2016, devrait profiter de gains de nouveaux clients et de ventes additionnelles grâce à ses nouvelles plate-formes digitales, dont PromoAnalytics qui a déjà été vendue à plusieurs annonceurs. Il devrait en outre bénéficier de la croissance de ses filiales ou participations cette année, notamment Q3 et Lojaali, dont les activités sont bien orientées.

Custom Solutions a également confirmé sa position dans Bilendi et n'entend pas la faire évoluer au cours des 6 prochains mois. Le groupe continue en parallèle à faire évoluer son offre sur le Big Data et la valorisation des données collectées.

**AURS - AURES TECHNOLOGIES - EUR**

**Aures: hausse de 41% du CA au 4ème trimestre.** **Cercle Finance (26/01/2016)**

(CercleFinance.com) - Le Groupe enregistre un chiffre d'affaires de 21 944 KE au 4ème trimestre 2015, en hausse de 41% par rapport à la même période 2014. (France + 25 %, Royaume-Uni + 8%, Allemagne + 35 %, Australie + 17 % et Etats Unis + 198 %).

Le chiffre d'affaires du Groupe en 2015 est de 76 833 KE, en croissance organique de +20,3%.

' Comme annoncé à la fin du 3ème trimestre, la filiale américaine a inversé la tendance en fin d'année. Elle enregistre une croissance annuelle de 30,3% en 2015 ' indique le groupe. ' Toutes les entités du groupe sont en croissance en 2015 '.

' Le Yuno, dernier terminal point de vente du groupe, a connu un démarrage record. Plus de 15 000 exemplaires ont été commercialisés en 2015, année de lancement. Cette performance permet d'envisager une belle réussite commerciale pour ce produit '.

**RXL - REXEL - EUR**

**Rexel: arrivée d'un nouveau directeur marketing.** **Cercle Finance (26/01/2016)**

(CercleFinance.com) - Rexel a annoncé ce mardi après Bourse l'accession de François Thuilleur, 46 ans, au poste nouvellement créé de directeur marketing, digital et opérations.

Ce diplômé de l'ESC de Clermont-Ferrand (Puy-de-Dôme) et titulaire d'un Master spécialisé en Organisation et Gestion de Production des Arts et Métiers ParisTech prendra ses nouvelles fonctions à compter du 1er février prochain. Il sera membre du comité exécutif et directement rattaché au PDG Rudy Provoost.

Le poste de directeur marketing, digital et opérations intégrera les responsabilités actuellement occupées par Pascal Martin, directeur business portfolio, management et développement des nouvelles activités groupe, et celles de Peter Hakanson, directeur des opérations.

Compte tenu de cette évolution d'organisation, Pascal Martin et Peter Hakanson vont quitter le groupe. De son côté, François Thuilleur intègre Rexel après avoir occupé différents postes de direction à travers l'Europe au sein du groupe Renault au cours de ces 20 dernières années. Il a occupé différents postes de direction chez Renault au cours de ces 20 dernières années et occupait dernièrement le poste de directeur global Alliance Renault-Nissan de l'activité Après-Vente.

**ALNBT - NETBOOSTER - EUR**

**NetBooster: hausse de 16% de la marge brute au T4.** **Cercle Finance (26/01/2016)**

(CercleFinance.com) - NetBooster a réalisé une marge brute de 10,7 ME au 4ème trimestre 2015, en hausse de 16% par rapport à la même période en 2014. L'EBITDA atteint 2,1 ME avec un taux de rentabilité de 20%. <BR/>La marge brute sur l'ensemble de l'année 2015 enregistre une forte hausse de 7% pour atteindre 36,6 ME. L'EBITDA s'élève à 5,5 ME, soit 1 ME supplémentaire. Le taux de rentabilité atteint ainsi les 15%.

' Les 3ème et 4ème trimestres 2015 ont largement contribué à cette surperformance, démontrant que NetBooster est bel et bien en pleine croissance ' indique la direction. ' Suite aux retours d'expérience positifs de clients existants, ainsi qu'à la signature récente de nouveaux clients, la Direction est confiante quant à la poursuite de cet élan en 2016 '.

Tim Ringel, CEO de NetBooster, commente: 'Nous avons produit des résultats records pour la deuxième année consécutive, prouvant ainsi ce dont nous sommes capables. Les fondations que nous avons établies ces trois dernières années nous ont permis d'évoluer, et de passer de la position d'acteur international européen, à celle d'agence média digitale globale '.

**LCO - SOLUCOM - EUR**

**Solucom: des ambitions (encore) revues à la hausse.** **Cercle Finance (26/01/2016)**

(CercleFinance.com) - Solucom a en marge de la publication de ses ventes du troisième trimestre relevé son objectif de croissance annuelle pour la deuxième fois. Le groupe table désormais sur des revenus en hausse de plus de 20% en 2016, contre 16% fin novembre et 12% initialement.

A périmètre comparable, le cabinet se fixe pour objectif une croissance supérieure à 12%, contre 8% à fin novembre et 5% visés en début d'exercice. Sur le plan de la rentabilité, l'objectif d'une marge opérationnelle courante comprise entre 11% et 13% a pour sa part été confirmé.

Ces objectifs ne tiennent pas compte de la consolidation, à compter du 1er janvier 2016, des activités de Kurt Salmon en Europe, dont l'acquisition a été finalisée il y a quelques jours.

Solucom a rapporté ce mardi soir avoir dégagé 145,7 millions d'euros au terme des 3 premiers trimestres de son exercice 2015/2016, soit une hausse de 25% et de 16% à périmètre constant par rapport à la même période l'année précédente.

Les revenus se sont élevés à 54,2 millions d'euros sur le seul troisième trimestre, en croissance de 26% et de 17% à périmètre constant.

Le taux d'activité des consultants est, lui, ressorti à 84% sur 9 mois, contre 83% au premier semestre. 'Les prix continuent de s'inscrire en amélioration, illustrant la détente progressive de la pression tarifaire constatée sur le marché', a souligné Solucom, qui a également fait état d'un taux journalier moyen de 742 euros sur 9 mois, en augmentation de 3%.

**BHFKB - BHF KLEINWORT BENSON GR - EUR**

**BHF Kleinwort Benson : Publication du mémorandum de réponse** **Thomson Reuters (26/01/2016)**

Bruxelles, le 26 janvier 2016 - BHF Kleinwort Benson Group (la « Société »)annonce que le Conseil d'administration de la Société (le « Conseil ») a publiéce jour son mémorandum de réponse à l'offre publique d'achat obligatoire (la «Contre-offre ») lancée par Oddo et Cie SCA, après que la Société ait obtenul'approbation par l'Autorité des Services et Marchés Financiers belge. LeConseil a évalué la Contre-offre avec ses conseillers indépendants et résolu àl'unanimité de la recommander à ses actionnaires.

Le mémorandum de réponse peut être consulté via le lien suivant :http://www.bhfkleinwortbenson.com/investor-information/mandat ory-counterbid-by-oddo-et-cie-sca. Des copies peuvent être obtenues gratuitement au siège socialde la Société ou en envoyant une demande par e-mail à investor-relations@bhfkleinwortbenson.com.

Contacts

Pour plus d'informations, Tél : +32 (0)2 643 60 10 veuillez contacter : Courriel : investor-relations@bhfkleinwortbenson.com

À propos de BHF Kleinwort Benson Group SA

BHF Kleinwort Benson (Euronext : BHFKB) est une société à responsabilité limitéeorganisée selon les dispositions de la législation belge, dont le siège social est sisAvenue Louise 326 à 1050 Bruxelles, Belgique. BHF Kleinwort Benson est unebanque d'affaires axée sur la banque privée, la gestion d'actifs, les marchésfinanciers et les entreprises.

Pour plus d'informations, consultez notre site Internet : www.BHFKleinwortBenson.com

**LOUP - LDC SA - EUR**

**LDC : Nombre total de droits de vote et d'actions composant** **Thomson Reuters (26/01/2016)**

Société anonyme à Directoire et Conseil de surveillance Zone industrielle Saint-Laurent - 73200 Sablé-sur-Sarthe 576 850 697 RCS LE MANS Capital 6 525 902 euros

Déclaration au titre de l'article 223-16 du Règlement Général de l'Autorité desMarchés Financiers

+----------+----------------------+--------------------+-------------- Nombre d'actions Nombre de dr Date composant le capital Nombre de droits de vote NE vote BRUT +----------+----------------------+--------------------+---------- - 31/12/2015 8 308 446 14 413 1 14 418 079 +----------+----------------------+--------------------+----------

**SEFER - SERGEFERRARI GROUP - EUR**

**Serge Ferrari: +3,5% de ventes au quatrième trimestre.** **Cercle Finance (26/01/2016)**

(CercleFinance.com) - Serge Ferrari a fait état ce mardi soir d'un chiffre d'affaires de 34,5 millions d'euros au titre du quatrième trimestre de son exercice, soit une croissance de 3,5% sur une base annuelle, dont 32,6 millions de revenus tirés de la branche 'Matériaux composites souples' (+5,9%).

Les ventes s'élèvent ainsi à 148,3 millions d'euros sur la totalité de l'exercice, en progression de 4,3% par rapport à 2014.

Confiant dans l'impact qu'aura le renforcement passé et en cours de ses équipes commerciales sur la croissance de son chiffre d'affaires en 2016, SergeFerrari Group a confirmé sa guidance de chiffre d'affaires, toujours attendu à 215 millions d'euros. Le groupe continue par ailleurs de cibler une marge d'Ebitda de 15% à horizon 2018.

L'ensemble des équipes commerciales, marketing et supply-chain est placé depuis le 1er janvier 2016 sous l'autorité d'Hervé Trellu, qui a rejoint l'équipe de direction générale du groupe en qualité de senior vice-président Sales & Marketing. Il a pour mission d'accélérer l'internationalisation du groupe et de mettre en valeur les avantages différenciants des produits.

**APR - APRIL GROUP - EUR**

**April: croissance de 4,1% du CA en 2015.** **Cercle Finance (26/01/2016)**

(CercleFinance.com) - April indique avoir enregistré pour l'exercice 2015 un chiffre d'affaires de 798 millions d'euros, en hausse de 4,1% par rapport à l'année 2014 en publié, et en progression de 4,6% à taux de change et périmètre constants.

En organique, la société affiche une baisse de 2,2% des commissions de courtage en santé-prévoyance, liée principalement à la diminution des portefeuilles en santé individuelle salariés, mais un retour à la croissance des commissions en dommage (+3%).

April revendique aussi une hausse de 9,3% des primes d'assurance en santé-prévoyance, portée par le développement des portefeuilles santé et prévoyance individuelle (Séniors et TNS), collective et expatriés, et une augmentation de 13,1% des primes d'assurance de la branche dommage.

Les performances opérationnelles du groupe en 2015 sont globalement en ligne avec ce qui avait été annoncé au cours du second semestre. April confirme attendre un résultat opérationnel courant en léger repli par rapport à 2014.

**HCO - HIGH - EUR**

**HIGHCO : 2015 Gross profit** **Thomson Reuters (26/01/2016)**

Paris, 26 January 2016

HIGHCO POSTS STRONG PICK-UP IN GROWTH IN 2015 AND STRENGTHENS ITS DATA MARKETING BUSINESSES

The HighCo Group announces a 5.5% increase in gross profit on a like-for-like(LFL) basis, surpassing expectations. This excellent performance, driven bydigital business, confirms the Group's strategy in France and Benelux, whichgrew 7.3% and 5.7% respectively. For 2016, HighCo maintains its goal to become a leader in digital services bystrengthening its data marketing businesses with the acquisition of CapitalData.

SHARP PICK-UP IN GROWTH IN 2015 (UP 5.5% LFL) DRIVEN BY DIGITAL * Q4 2015 gross profit(1) of EUR20.29 M, up 14% on a reported basis and 13.5%LFL(2) * Full-year 2015 gross profit of EUR75.39 M, up 6.4% on a reported basis and5.5% LFL * Continued strong growth in France (Q4: up 11.1% LFL, FY 2015: up 7.3% LFL)* Excellent performance in Benelux (Q4: up 21.6% LFL, FY 2015: up 5.7% LFL)with a return to growth in International business (Q4: up 18.2% LFL, FY2015: up 2.6% LFL) * Outstanding growth in Digital (Q4: up 32.5% LFL, FY 2015: up 26.6% LFL)* Higher-than-expected improvement in profitability estimated for FY 2015:headline PBIT(3) in excess of EUR11 M. Operating margin (headline PBIT/grossprofit) estimated with growth of more than 120 basis points.

----------+-----+-------+------+---------+------ -------Gross Profit (in EUR M)(1) 2015 2014 2014 2015/2014 2015 / 2014 Reported LFL(2) Reported change LFL change(2) ----------+-----+-------+------+---------+------ ----
---Q1 17.83 17.4 17.64 +2.5% +1.1% ----------+-----+-------+------+---------+------ -------Q2
19.44 18.68 18.84 +4.1% +3.2% ----------+-----+-------+------+---------+------ -------Q3 17.83
17.01 17.1 +4.8% +4.3% ----------+-----+-------+------+---------+------ -------Q4 20.29 17.79
17.87 +14% +13.5% ----------+-----+-------+------+---------+------ -------Total 2015 75.39 70.88
71.45 +6.4% +5.5%----------+-----+-------+------+---------+- ----------(1) Data currently being audited. (2) LFL: On a like-for-like basis and at constant exchange rates. (3) Headline PBIT: Profit before interest, tax and restructuring costs.

HIGH Historic

Didier Chabassieu, Chairman of the Management Board, stated, 'This excellentfourth quarter has enabled us to achieve organic growth of 5.5% for the fullyear 2015, far exceeding our most recent guidance. France, still driven bydigital business, maintains its excellent performance, while Benelux hasreturned to an encouraging rate of growth. Building on this solid performance,we expect FY 2015 profitability to exceed the targets we set during the year.'

STRONG PICK-UP IN FY 2015 ORGANIC GROWTH AT 5.5% HighCo recorded strong business growth in Q4 2015, up 14% on a reported basisand 13.5% like for like (LFL) to EUR20.29 M. Rising 32.5% LFL in Q4 2015, Digitalis once again the Group's growth driver. The share of digital business increasedfrom 39.2% in Q4 2014 to 45.3% in Q4 2015.

The Group recorded FY 2015 gross profit of EUR75.39 M, up 6.4% on a reported basisand 5.5% LFL. Digital businesses grew 26.6% LFL in 2015, up from 34.8% of theGroup's gross profit in 2014 to 41.3% in 2015. Offline businesses declined 5.6%LFL in 2015 and represented 58.7% of gross profit for FY 2015.

CONTINUED STRONG GROWTH IN FRANCE The strong business growth in France in Q4 2015 (up 11.1% LFL) to EUR13.05 Mresults from the excellent performance of Digital (up 32% LFL). In 2015, grossprofit totalled EUR48.04 M in France, rising 7.3% LFL. As such, the Frenchbusinesses accounted for 63.7% of Group gross profit in 2015.* The fully digital Drive to Store businesses (Webcoupons, social media andmobile marketing) showed very strong growth (number of digital couponsissued up 23%, SMS/push notifications up 14%).* Overall, the In-Store businesses declined slightly, but Click & Collectwebsite services for the main retailers in France grew significantly.* The DATA businesses expanded further. The share of digital business once again exceeded the target of 50% of grossprofit in France in Q4 2015 and came to 49.2% for FY 2015.

EXCELLENT PERFORMANCE IN BENELUX AND RETURN TO GROWTH IN INTERNATIONAL BUSINESSInternational gross profit amounted to EUR7.24 M in Q4 2015, up 18.2% LFL. In2015, international gross profit stood at EUR27.35 M, a LFL increase of 2.6%.International businesses accounted for 36.3% of Group gross profit in 2015.* Benelux boasted an outstanding fourth quarter (up 21.6% LFL), with a better-than-expected performance for IN-STORE and DATA businesses. The region fullyresumed growth in 2015, rising 5.7% LFL. Benelux accounted for 30.6% ofGroup gross profit in 2015. * Southern Europe (Spain and Italy) also grew in Q4 and FY 2015, with thesuccessful launch of mobile businesses in Italy. This region represented1.2% of Group gross profit in 2015. * Business continued to fall in the United Kingdom in Q4 2015, but the declinewas less significant than over the first nine months of the year. Thecountry represented 4.5% of Group gross profit in 2015.

HIGHER-THAN-EXPECTED IMPROVEMENT IN PROFITABILITY ESTIMATED FOR 2015 Based on the 2015 year-end closing in progress, HighCo projects headline PBIT ofmore than EUR11 M, representing growth of about 16% (reported 2014 headline PBITof EUR9.52 M). Estimated operating margin (headline PBIT/gross profit) is expectedto climb more than 120 basis points (13.4% in 2014).Estimated net cash(4), including working capital resources from the DATAbusinesses, totalled more than EUR40 M at 31 December 2015 (EUR38.24 M at30 June 2015 and EUR31.21 M at 31 December 2014).

2015 annual earnings will be released on 21 March after market ... (truncated) ...

**TFI - TF1 - EUR**

TF1 Historic

**TF1: a finalisé l'acquisition de Newen Studios.** **Cercle Finance (26/01/2016)**

(CercleFinance.com) - TF1 annonce avoir finalisé aujourd'hui l'acquisition d'une participation de 70 % du capital de FLCP, rebaptisée à l'occasion Newen Studios et qui regroupera Newen et Neweb.

Les actionnaires actuels, dont l'équipe dirigeante, restent associés à hauteur de 30 %.

Cette acquisition produira ses effets dans les comptes du groupe TF1 à partir de janvier 2016.

**ETH - ETHAN ALLEN INTERIORS - USD**

**Home Fashion Retailer Ethan Allen Enlists With Army & Air Fo** **Thomson Reuters (26/01/2016)**

DANBURY, Conn., Jan. 26, 2016 (GLOBE NEWSWIRE) -- Ethan Allen (NYSE:ETH),America's classic design brand for 83 years, this week is launching a specialtyonline store at shopmyexchange.com, a members-only website dedicated to ensuringactive and retired soldiers, airmen, and their families have access to U.S.goods and services, wherever they serve or live.

The Army & Air Force Exchange Service ('The Exchange') is the oldest and largestof the Department of Defense exchange services. At war and in peacetime, TheExchange provides military personnel with the services and merchandise they needto make their lives more comfortable.

Through the operation of department stores, convenience stores, restaurants,movie theaters, and shopmyexchange.com, The Exchange also funds services andsupport for family members and troops back home.

'The Exchange has proudly served America's armed forces since 1895,' says EthanAllen Chairman, President and CEO Farooq Kathwari. 'We are proud to bring ouriconic products to such a heroic group of men and women.'

Those looking for furniture and décor will find Ethan Allen listed under 'Home &Appliances' on The Exchange website. The Ethan Allen link will lead shoppers toa newly launched dedicated Ethan Allen specialty website where they willdiscover everything they need to beautifully furnish their homes. Products willbe delivered through Ethan Allen's North American premier in-home deliverylogistics network.

As a featured brand, Ethan Allen will also be promoted on The Exchange websitethrough a series of high-profile banner ads.

Adds Mr. Kathwari, 'We are pleased to collaborate with the Army and Air ForceExchange to bring our products and services to members of the American militaryand their families.'

Ethan Allen Interiors Inc. (NYSE:ETH) is a leading interior design company andmanufacturer and retailer of quality home furnishings. The company offerscomplimentary interior design service to its clients and sells a full range offurniture products and decorative accessories through ethanallen.com and anetwork of approximately 300 Design Centers in the United States and abroad.Ethan Allen owns and operates nine manufacturing facilities, which include sixmanufacturing plants and one sawmill in the United States plus one plant each inMexico and Honduras. Approximately seventy percent of its furniture products aremade in its North American plants. www.ethanallen.com. Follow EthanAllen: Facebook, Pinterest, Twitter, Houzz, You Tube, Instagram, Google Plus

MEDIA CONTACT: November Rawlings Ethan Allen Global, Inc. nrawlings@ethanalleninc.com 203.743.8293

**EKI - EKINOPS - EUR**

**Ekinops: hausse de 24% du CA en 2015.** **Cercle Finance (26/01/2016)**

(CercleFinance.com) - Ekinops annonce pour le quatrième trimestre 2015 un chiffre d'affaires de 4,73 millions d'euros, en progression de +125%. Sur l'ensemble de 2015, il a réalisé un chiffre d'affaires de 15,15 millions, renouant comme escompté avec une croissance annuelle soutenue de +24%, dont +115% au second semestre 2015.

La stratégie de conquête de nouveaux opérateurs s'est matérialisée à travers l'entrée de six nouvelles références au sein des 10 premiers clients en 2015, pour des signatures de contrats allant chacun de 500.000 à plus de 2,5 millions d'euros.

L'année 2015 s'est également traduite par un fort développement des ventes de solutions 100G, en croissance de +62% sur l'année, qui représentent désormais 50% de l'activité en 2015 et par un bon démarrage commercial du nouvel équipement 200G au second semestre.

Sur le plan géographique, la région Europe de l'Est (qui inclut la Russie et le Kazakhstan) affiche la croissance annuelle la plus soutenue. La région Europe du Sud (qui inclut l'Afrique) a également enregistré une croissance très soutenue.

Ekinops entend poursuivre sa croissance sur ses trois segments cibles : le transport très haut débit, la collecte des flux mobiles sur les réseaux optiques et l'interconnexion de centres de données. D'autre part, les discussions se poursuivent positivement avec plusieurs opérateurs de rang 1, avec pour objectif de compter un Tier 1 dans le Top 10 clients en 2016.

**RXL - REXEL - EUR**

**REXEL :FRANCOIS THUILLEUR JOINS REXEL AS GROUP SENIOR VICE P** **Thomson Reuters (26/01/2016)**

FRANÇOIS THUILLEUR JOINS REXEL AS GROUP SENIOR VICE PRESIDENT MARKETING, DIGITAL AND OPERATIONS

Rexel, a global leader in the professional distribution of products and servicesfor the energy world, announces the appointment of François Thuilleur to thenewly-created position of Group Senior Vice President Marketing, Digital andOperations, effective February 1st, 2016. François Thuilleur will become amember of the Rexel Executive Committee, reporting to Rudy Provoost, Rexel'sChairman and Chief Executive Officer.

The position of Group Senior Vice President Marketing, Digital and Operationswill incorporate the responsibilities currently entrusted to Pascal Martin,Group Senior Vice President, Business Portfolio Management and New BusinessDevelopment, with those of Peter Hakanson, Group Senior Vice President,Operations.

This organizational change reflects Rexel's determination to accelerate theimplementation of a truly customer-centric strategy by establishing single-pointaccountability at Group level to drive alignment of functional plans withstrategic resource allocation, and to fully leverage the business platform andcore competencies which have been developed in past years. Moreover, this moveaims at unleashing the full potential of Rexel's unique strengths and globalassets in the area of strategic supplier development and category management, inthe field of international account management and customer development, as wellas in relation to its investments in digital capabilities, commercialeffectiveness and operational excellence.

As the organizational structure is evolving, both Pascal Martin and PeterHakanson will be leaving the Group after having made a significant contributionto the development of the company during their years at Rexel.

François Thuilleur joins Rexel from Renault, where he worked for over 20 yearsin a variety of leadership positions across Europe. He will bring to Rexel awealth of international and cross-functional management experience.

Biography

François Thuilleur has held variety of senior positions at Renault for over 20years. Most recently, he was Alliance Global Director for After-Sales NewBusiness at Renault-Nissan BV. Previously he held positions such as MarketingDirector for Renault Portugal in 2004, and then Marketing Director for Renaultand Dacia for Renault Germany in 2008. He returned to France in 2011 as VP Sales& Marketing in Global After-Sales, in charge of parts and accessories globalbusiness for Renault, Dacia and Samsung brands. In parallel, he was head of theCross Functional Team 1 'Business Development' and lead the reorganization ofthe Global Sales and Marketing Division. In July 2014, he became Pilot of theAlliance 'All Parts' breakthrough project.

François Thuilleur aged 46 graduated from the ESC Clermont business school andhas a Master degree in Organization, Manufacturing and Supply Chain Managementfrom Arts et Métiers ParisTech.

ABOUT REXEL GROUP

Rexel, a global leader in the professional distribution of products and servicesfor the energy world, addresses three main markets - residential, commercial andindustrial. The Group supports its customers to be at their best in runningtheir business, by providing a broad range of sustainable and innovativeproducts, services and solutions in the field of technical supply, automationand energy management.Rexel operates through a network of some 2,100 branches in 35 countries, with c.28,000 employees. The Group's sales were EUR13.1 billion in 2014.Rexel is listed on the Eurolist market of Euronext Paris (compartment A, tickerRXL, ISIN code FR0010451203). It is included in the following indices: SBF 120,CAC Mid 100, CAC AllTrade, CAC AllShares, FTSE EuroMid, STOXX600. Rexel is alsopart of the following SRI indices: DJSI Europe, FTSE4Good Europe & Global, EUROSTOXX Sustainability, Euronext Vigeo Europe 120 and ESI Excellence Europe.Finally, Rexel is included on the Ethibel EXCELLENCE Investment Register inrecognition of its performance in corporate social responsibility (CSR). Formore information, visit Rexel's web site at www.rexel.com.

CONTACTS

FINANCIAL ANALYSTS / INVESTORS Marc MAILLET +33 1 42 85 76 12 marc.maillet@rexel.com

Florence MEILHAC +33 1 42 85 57 61 florence.meilhac@rexel.com

PRESS Pénélope LINAGE +33 1 42 85 76 28 penelope.linage@rexel.com

Brunswick: Thomas KAMM +33 1 53 96 83 92 tkamm@brunswickgroup.com

**VLA - VALNEVA SE - EUR**

**VALNEVA Announces Successful Establishment of New Global Ma** **Thomson Reuters (26/01/2016)**

Valneva Announces Successful Establishment of New Global Marketing and Distribution Network

* IXIARO(®) marketing and distribution handover largely completed - excellentIXIARO(®) sales performance in 2015 and successful transition

* Valneva sales and marketing organizations established in Canada and U.K. -More than 60% of expected 2016 product sales (IXIARO(®) and DUKORAL(®))planned to be generated by Valneva's own commercial teams

* Country-specific marketing and distribution agreements with leading playersin place for IXIARO(®) and DUKORAL(®) in several countries

* Partnership with previous global marketing & distribution partner forIXIARO(®) continues in Germany

* New global marketing and distribution network expected to deliver productsales in the range of EUR75 to 80 million in 2016 - representing more than30% growth over 2015

Lyon (France), January 26, 2016 - Valneva SE ('Valneva' or 'the Company'), aleading pure play vaccine company, announces today the successful establishmentof its new global marketing & distribution network. This network provides astrong platform for significant further value growth from the Company's firsttwo commercial vaccines - IXIARO(® )/JESPECT(®) and DUKORAL(®).

Valneva also reverts to its prior guidance of approximately EUR30 million forIXIARO(®) net sales revenues in 2015, owing to a very collaborative andprofessional transition and substantial in-market sales growth in 2015.Management had anticipated that the transition would impact net sales by EUR5-10million, but this reduction has not materialised.

Valneva acquired a sales and marketing team in the Nordic countries in 2015 andrecently established two new dedicated sales and marketing organizations withoffices in Montreal, Canada and London, UK, which will focus on developing thesales of the Company's travel vaccines 'IXIARO(®)' and 'DUKORAL(®)' in additionto third party products. In the US, Valneva will now distribute IXIARO(®)directly to the US Military, the Company's largest customer for this vaccine.

Valneva estimates that more than 60% of its expected 2016 total product salescan be generated by its own commercial teams. The company's commercial teamshave extensive expertise in the sale, marketing and distribution of vaccines,gained through prior experience in sales and business development in largepharmaceutical companies. Valneva is confident that it can successfully build acommercial presence in its targeted countries and become a trusted and valuedpartner for healthcare professionals and travelers.

In order to complement its own commercial sales infrastructure, Valneva hasentered into a number of country-specific marketing and distribution agreementsto ensure broad geographic availability of its products through leading localdistribution partners. The commercial terms of these new agreements are improvedcompared to the global marketing and distribution agreement terminated in June2015. GlaxoSmithKline (GSK), however, will continue to be responsible for themarketing and distribution of IXIARO(®) and DUKORAL(®) in Germany.

As previously announced, VaxServe, Inc., a Sanofi Pasteur company, will marketand distribute IXIARO(® )exclusively in the U.S. private market while US companyPaxVax, who was already commercializing DUKORAL(® )in Italy, Spain and Portugal,will now market and distribute IXIARO(® )in these countries. Australian companyBioCSL will continue to distribute Valneva's Japanese encephalitis vaccine inAustralia and New Zealand while India and Taiwan will be covered by the existingagreements with Biological E and Adimmune.

Valneva has also partnered with a number of local companies in smaller markets,such as IMED for Poland and certain Eastern European markets, Pro Farma inSwitzerland and a number of other partners in the Asia Pacific region includingSingapore, Malaysia, Philippines and Thailand.

Thomas Lingelbach, President and CEO, and Franck Grimaud, Deputy CEO of Valnevacommented, 'Taking direct control over marketing & distribution of our currentand future products is essential in the evolution of our business, allowing usto increase our revenues and sales margins, in addition to securing our positionas a leading, independent and fully integrated vaccine company. We believe thecombined commercialization structure we are creating, comprising distributionagreements with high caliber partners in addition to our own teams, represents astrong basis for significant further value growth for our travel vaccines. We,therefore, expect 2016 total revenues to be close to EUR100 million'.

The Company will release its fourth-quarter and 2015 sales figures, along withestimated financial results, on February 24, 2016.

About IXIARO(®)/JESPECT(®) Valneva's Japanese encephalitis vaccine is indicated against Japaneseencephalitis for adults who travel to, or live in, endemic areas. The vaccinehas received marketing approval in the U.S., Europe, Canada, Hong Kong,Singapore, and Israel under the trade name IXIARO(®) and in Australia and NewZealand where it is marketed as JESPECT(®). It is the only vaccine beingmarketed to the U.S. military for Japanese encephalitis. IXIARO(®) is approvedfor use in individuals 2 months of age and older in the US and EU member states,Norway, Liechtenstein, Iceland, Singapore, Hong Kong and Israel. In all otherlicensed territories, IXIARO(®)/JESPECT(®) is indicated for use in persons 18years of age and above.

About DUKORAL(®) DUKORAL(®) is an oral vaccine indicated for active immunization against choleraand, in some countries, also indicated against LT-ETEC-caused diarrhea. Thevaccine is indicated for adults and children from 2 years of age who will bevisiting endemic/epidemic areas. DUKORAL(®) was first granted authorization foruse in Sweden in 1991. In 2004, DUKORAL(®) was granted a marketing authorizationby the European commission for European Union members (including Norway andIceland) and was pre-qualified by the World Health ... (truncated) ...

**ALFOC - FOCUS HOME INT - EUR**

**Focus Home Interactive SA : Modification du contrat de liqui** **Thomson Reuters (26/01/2016)**

Communiqué de presse Paris, le 26 janvier 2016

Modification du contrat de liquidité contracté

avec la société de bourse Gilbert Dupont

Au titre du contrat de liquidité confié par la société FOCUS HOME INTERACTIVE àla Société de Bourse Gilbert Dupont, il a été procédé à un apport complémentairede 100 000 EUR en date du 26 janvier 2016

Il est rappelé que lors du bilan semestriel du 31 décembre 2015, les moyenssuivants figuraient au compte de liquidité :

- Nombre d'actions FOCUS INTERACTIVE : 6 189 - Solde en espèce du compte de liquidité : 115 873.92EUR

A propos de Focus Home Interactive FOCUS HOME INTERACTIVE est le 3(ème) éditeur français de jeux vidéo. Sa vocationest d'accompagner les studios de développement dans le suivi de production, lemarketing, la commercialisation et le financement. Editeur de licences à succèstelles que Blood Bowl, Tour de France et Farming Simulator, FOCUS a vendu 4millions de jeux dans le monde en 2014. Avec un chiffre d'affaires 2014 de 43,7MEUR en progression de plus de 68%, FOCUS HOME INTERACTIVE réalise plus de 80 % deses ventes à l'international. Les bonnes performances du Groupe lui ont permisd'être élu « éditeur de l'année 2014 » dans la catégorie jeux vidéo grand publicpar un jury EY - Les Echos pour le Syntec Numérique.

Retrouvez toute l'information financière de FOCUS HOME INTERACTIVE sur www.focus-home.com

Contacts communication financière

FOCUS HOME INTERACTIVE Relations investisseurs - ACTIFIN Deborah Bellangé Benjamin LEHARITel : + 33 (0) 1 55 26 85 00 Tél : + 33(0) 1 56 88 11 25 mail : dirgen@focus-home.com mail : blehari@actifin.fr

Relations Presse - ACTIFIN Jennifer JULLIA Tél : + 33 (0) 1 56 88 11 19 mail : jjullia@actifin.fr

**VLA - VALNEVA SE - EUR**

**VALNEVA établit avec succès son réseau de marketing et de di** — **Thomson Reuters (26/01/2016)**

Valneva établit avec succès son réseau de marketing et de distribution mondial

* Transfert du marketing et de la distribution d'IXIARO(® )en grande partieachevé - excellente progression des ventes d'IXIARO(® )en 2015 et transitionréussie

* Nouvelles structures de vente et de marketing créées au Canada et au Royaume-Uni - plus de 60% des ventes mondiales de produits (IXIARO(®) etDUKORAL(®)) en 2016 devraient provenir des équipes commerciales de Valneva

* Accords de marketing et de distribution pour IXIARO(®) et DUKORAL(®) signésdans plusieurs pays avec des leaders du secteur

* La collaboration avec le précédent partenaire du Groupe en charge du marketing et de la distribution d'IXIARO(®) se poursuit en Allemagne

* Les ventes de produits devraient atteindre entre 75 et 80MEUR en 2016 suite àla mise en place de ce nouveau réseau de marketing et de distribution, soitune croissance de plus de 30% comparée aux ventes de 2015

Lyon (France), 26 janvier 2016 - Valneva SE ('Valneva' ou 'le Groupe'), sociétéleader dans l'industrie du vaccin, annonce ce jour avoir mis en place avecsuccès son nouveau réseau mondial de marketing et de distribution. Ce réseauconstitue une base solide pour générer une croissance de valeur importante desdeux vaccins commerciaux du groupe IXIARO(® )/JESPECT(®) et DUKORAL(®).

Valneva réajuste sa prévision de chiffre d'affaires d'IXIARO(®) en revenant à saprévision initiale d'environ 30 millions d'euros en 2015, grâce à une transitiontrès professionnelle et collaborative et une forte croissance des ventes desdistributeurs en 2015. Le Management du Groupe avait initialement estimé que latransition aurait un impact de 5 à 10 millions d'euros sur les ventes nettesmais cet effet négatif ne s'est pas matérialisé.

Valneva a acquis une équipe de vente et de marketing dans les pays nordiques en2015 et a récemment ouvert deux filiales commerciales à Montréal (Canada) et àLondres (Royaume-Uni) avec des équipes de marketing et de distribution qui vontse consacrer au développement des ventes des vaccins du Groupe, IXIARO(®) etDUKORAL(®), ainsi que celles de produits distribués pour le compte de tiers. AuxEtats-Unis, Valneva distribuera désormais IXIARO(® )directement à l'arméeaméricaine, qui représente à ce jour le plus gros client du Groupe pour cevaccin.

Valneva estime que plus de 60% des ventes totales de produits en 2016 devraitêtre généré par ses équipes commerciales. Ces équipes ont une très grandeexpertise de la vente, du marketing et de la distribution de vaccins, acquisegrâce à leur expérience des ventes et du développement commercial dans de grandsgroupes pharmaceutiques. Valneva est persuadé que ces équipes sauront assoir uneprésence commerciale dans les pays ciblés et devenir des partenaires de choix etde confiance pour les professionnels de santé et les voyageurs de ces pays.

Afin de compléter cette nouvelle organisation commerciale, Valneva a parailleurs signé de nouveaux accords de marketing et de distribution par pays avecdes partenaires locaux de renom afin de s'assurer de la disponibilité de sesproduits sur une plus large zone géographique. Les termes commerciaux de cesaccords sont plus avantageux que le précédent accord mondial de marketing et dedistribution auquel le Groupe a mis fin en juin 2015. GlaxoSmithKline (GSK)continuera néanmoins d'être responsable du marketing et de la distributiond'IXIARO(®) et DUKORAL(®) en Allemagne.

Comme précédemment annoncé, VaxServe, Inc., une société de Sanofi Pasteur,s'occupera du marketing et de la distribution d'IXIARO(® )exclusivement sur lemarché privé américain, et la société américaine PaxVax, qui commercialisaitdéjà le DUKORAL(® )en Italie, Espagne et Portugal, s'occupera également dumarketing et de la commercialisation d'IXIARO(®) dans ces pays. La sociétéaustralienne BioCSL continuera de distribuer le vaccin contre l'encéphalitejaponaise de Valneva en Australie et en Nouvelle Zélande, alors que l'Inde etTaïwan seront couverts par les accords existants entre le Groupe et les sociétésBiological E et Adimmune.

Valneva a également signé des accords de partenariat sur des marchés moinsimportants avec des sociétés locales telles qu'IMED pour le marketing et ladistribution en Pologne et dans certains pays d'Europe de l'Est, ProFarma enSuisse, et avec d'autres partenaires pour la région Asie-Pacifique et notammentà Singapour, en Malaisie, aux Philippines et en Thaïlande.

Thomas Lingelbach, Président du directoire et Franck Grimaud, directeur généralde Valneva ont indiqué, 'Prendre le contrôle direct du marketing et de lacommercialisation de nos produits actuels et futurs est essentiel pourl'évolution de notre activité. Cela nous permet non seulement d'augmenter notrechiffre d'affaires et nos marges mais renforce également notre position en tantque société leader dans l'industrie du vaccin, indépendante et totalementintégrée. Nous sommes persuadés que cette nouvelle structure decommercialisation conjuguant accords de distributions avec des partenaires derenom et nos équipes de ventes représente une base solide pour accroître lavaleur de nos vaccins du voyageur. Nous estimons, en conséquence, que notrechiffre d'affaires total devrait être proche de 100 millions d'euros en 2016.'

Le Groupe publiera le 24 février 2016 son chiffre d'affaires 2015 annuel ettrimestriel (T4) ainsi que des résultats financiers estimés.

A propos d'IXIARO(®)/JESPECT(®) Le vaccin de Valneva est indiqué contre l'encéphalite japonaise chez les adultesqui voyagent, ou vivent dans les zones endémiques. Ce vaccin a reçu uneautorisation de mise sur le marché aux Etats-Unis, en Europe, au Canada, à HongKong, à Singapour et en Israël sous le nom commercial IXIARO(®) ainsi qu'uneautorisation de mise sur le marché en Australie et en Nouvelle-Zélande sous lenom commercial JESPECT(®). C'est le seul vaccin contre l'encéphalite ... (truncated) ...

**ALEHT - DIAXONHIT - EUR**

**Diaxonhit: recul du chiffre d'affaires annuel.** — **Cercle Finance (26/01/2016)**

(CercleFinance.com) - Diaxonhit a fait état ce mardi après Bourse d'un chiffre d'affaires de 29,5 millions d'euros à fin décembre, contre 30,6 millions au terme de l'exercice 2014.

Les ventes de produits de diagnostic in vitro de la société affichent cependant une progression de 4% sur un an à 28,9 millions d'euros. Celle-ci a permis de compenser en grande partie la fin du partenariat avec Allergan en décembre 2014 et le chiffre d'affaires induit.

'Dans un marché français du diagnostic in vitro qui a particulièrement souffert en 2015 avec un chiffre d'affaires global annuel en baisse de 2,9% au 30 novembre 2015, nos ventes de diagnostics in vitro ont donc continué de progresser. Cette performance valide notre positionnement sur le diagnostic de spécialités, avec une offre de produits et de services très innovants adaptés aux besoins médicaux en constante évolution', a commenté Loïc Maurel, président du directoire de Diaxonhit.

'En 2016, notre groupe sera désormais entièrement focalisé sur le diagnostic de spécialités, avec une R&D innovante, une production intégrée, une force de vente dynamique, et le début de la commercialisation de deux nouveaux produits propriétaires, AlloMap et BJI InoPlex, qui bénéficient des nouveaux systèmes de remboursement de tests innovants mis récemment en place par le Ministère de la Santé', a-t-il poursuivi.

**ALNBT - NETBOOSTER - EUR**

**NetBooster GROUP : Record year - NetBooster publishes its Q4** **Thomson Reuters (26/01/2016)**

Paris, 26th January 2016

Press Release

Record year - NetBooster publishes its Q4 2015 Results

NetBooster (FR0000079683 - ALNBT - PEA-PME eligible), a leading independentEuropean agency in digital performance marketing, today announces itspreliminary results for the fourth quarter of 2015.

NetBooster recorded a Gross Margin of EUR10.7m in Q4 2015, resulting in a 16%increase versus the equivalent period in 2014. EBITDA in the fourth quarter camein at EUR2.1m, with profitability levels hitting 20%.

Results for Full Year 2015 matched management's expectations with Gross Marginshowing strong annual growth of 7% to reach EUR36.6m and EBITDA being boosted byanother EUR1m to hit EUR5.5m and a commensurate profitability rate of 15%. Q3 and Q4accounted for a large part of that top line outperformance, which is a clearindication that the company is once again a growth story. Given the feedbackreceived from existing clients and new business being signed, management isconfident that this momentum can be carried into 2016.

+--------+----------+--------+----------+ Gross 2014 (a) 2015 Variation Margin

EURm +--------+----------+--------+----------+ Q1 EUR8.5m EUR8.4m -1% +--------+----------+--------+----------+ Q2 EUR8.6m EUR8.7m +1% +--------+----------+--------+----------+ Q3 EUR7.9m EUR8.8m +11% +--------+----------+--------+----------+ Q4 EUR9.2m EUR10.7m +16% +--------+----------+--------+----------+ Total EUR34.2m EUR36.6m +7% +--------+----------+--------+----------+ +--------+----------+-------+----------+ EBITDA 2014(a) 2015 Variation

EURm +--------+---------+------+----------+ Q1 EUR0.7m EUR0.9m +29% +--------+---------+-------+----------+ Q2 EUR1.0m EUR1.2m +20% +---------+---------+-------+----------+ Q3 EUR1.1m EUR1.3m +18% +---------+---------+----------+ Q4 EUR1.7m EUR2.1m +24% +---------+---------+-------+----------+ Total EUR4.5m EUR5.5m +22% +--------+---------+-------+----------+

From a balance sheet perspective, NetBooster has been engaged with both banksand private placement funds over the last number of months with a view torefinance the convertible bond, which is due to be repaid in March of this yearand provide debt funding for the planned growth programme. More detail will beprovided on this in due course.

Tim Ringel, CEO of NetBooster, commented:

'2015 was the second year in a row where we achieved record results and showswhat we are capable of. The platform we have built over the last three years hasnow put us in a position to evolve from being a Europe focused internationalplayer into a global digital media agency. Ours is a business with a growingclient base, loyal employees and a strong pedigree for innovation. Our industryis shifting in our favour from traditional media to digital. Our blue chipclients are eager to work with the exceptional talent that we can put at theirdisposal. They come to us because we're transparent, efficient and clientcentric and can deliver the service that they want. That's what defines us andmakes us stand out from the traditional media agencies and will fuel our growthstory going forward.'

- END -

About NetBooster Group www.netbooster.com NetBooster is an independent international performance agency that makes itscomprehensive expertise of digital marketing available to its clients to achievethe best possible performance for their investments. The agency invests intechnology and covers the entire chain of online marketing through itsInternational network: search engine optimisation and marketing, data andanalytics (DnA), GroundControl Technology, display, affiliation, online media,creation, eCRM and social networks, with a recognised expertise in tomorrow'sdigital marketing (Social Media, Video, Ad Exchange, etc.). Shares inNetBooster are traded on the NYSE Alternext Paris.

Information

For more information please contact:

Financial Communication Press ContactAlexia Cassini (Group Communication Manager)
ALIZE RP NetBooster S.A. Caroline Carmagnol /Wendy Rigal Tel. 00 00 (0)1 40 40 27 00 Tel. 00 33(0)1 44 54 36 66 acassini@netbooster.com netbooster@alizerp.com

**ALBFR - SIDETRADE - EUR**

**Sidetrade: croissance de 14% du CA en 2015.** **Cercle Finance (26/01/2016)**

(CercleFinance.com) - Sidetrade affiche pour son quatrième trimestre 2015 de 4,2 millions d'euros (+15% de croissance), dans la lignée des trois précédents. Sur l'exercice 2015, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires de 16 millions, avec une croissance purement organique de 14%.

Sur l'exercice, de nouvelles références sont venues renforcer le parc d'abonnés à l'image de XPO Logistics (ex-Norbert Dentressangle Logistique) pour un déploiement paneuropéen sur neuf pays.

La récurrence des revenus SaaS liée à ces contrats pluriannuels garantit une visibilité de l'activité à moyen terme. À ce titre, le carnet de commandes SaaS au 31 décembre 2015 s'établit à 21 millions d'euros.

'Nous sommes confiants dans notre capacité à enregistrer une croissance soutenue de notre activité en 2016 avec une forte accélération prévisible sur 2017', déclare Olivier Novasque, président du groupe.

**LSS - LECTRA SYSTEMES - EUR**

**LECTRA : Lectra annonce DiaminoFurniture V6R2** **Thomson Reuters (26/01/2016)**

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Lectra annonce DiaminoFurniture V6R2

La dernière version de la solution de placement de Lectra dédiée à l'ameublementpermet aux fabricants de réaliser des économies substantielles

Paris, le 26 janvier 2016 - Lectra, numéro un mondial des solutionstechnologiques intégrées pour les industries utilisatrices de matériaux souples- textiles, cuir, tissus industriels et composites -, annonce la sortie deDiaminoFurniture V6R2, la dernière version de sa solution de placement dédiée àl'industrie des meubles rembourrés. En étendant les possibilités du placementautomatique, cette nouvelle édition accélère le processus de développementproduit, accroît l'économie de matière dans la salle de coupe et permetd'obtenir des produits de meilleure qualité.

Aujourd'hui, les consommateurs recherchent des meubles qui reflètent leur stylede vie. Ils veulent des modèles sophistiqués, avec une infinie variété de tissuset de couleurs, livrés toujours plus vite. Les fabricants sont amenés à sanscesse renouveler leur offre et à redoubler d'efforts pour rester profitables etcompétitifs. Les entreprises doivent en effet créer et gérer des placements pluscomplexes et en plus grand nombre, tout en honorant les commandes dans lesdélais et les budgets impartis.

DiaminoFurniture est un élément clé de l'offre de Lectra pour l'ameublement.Cette l'offre, très complète, repose sur l'automatisation pour accélérer leprocessus de pré-production en éliminant les tâches manuelles répétitives etchronophages.

La situation des fabricants est, par ailleurs, aggravée par la hausse du coûtdes tissus, qui les oblige à trouver des alternatives moins onéreuses pourprotéger leurs marges et maintenir leur niveau de compétitivité. Or, lesmatières bon marché sont susceptibles de comporter davantage de défauts, telsque des variations dans la répétition des motifs ou des différences de teintespour les tissus unis, ce qui accroît le gaspillage et réduit la rentabilité.« La demande croissance pour un choix plus large et un renouvèlement plusfréquent des modèles exerce une pression énorme sur les fabricants de meublesrembourrés. Ces derniers doivent trouver de nouveaux moyens de mettre leursproduits sur le marché plus vite et de réduire les coûts », déclare CélineChoussy Bedouet, directeur marketing groupe de Lectra. « Parce que le tissu peutreprésenter jusqu'à 40 % du prix de revient d'un meuble, un placement efficace,qui optimise l'usage de matière, confère un avantage concurrentiel certain »,explique-t-elle.

DiaminoFurniture V6R2 permet d'économiser 1,1 % de matière de plus que laversion antérieure, qui s'appuyait déjà sur une technologie avancée. Ainsi, unclient de Lectra utilisant chaque année 350 000 mètres de tissu, acquis au prixde 30 euros le mètre, pourra économiser jusqu'à 115 500 euros par an grâce à unplacement optimal.

Le puissant algorithme de DiaminoFurniture génère de multiples options deplacement afin de trouver celle qui optimisera l'usage de chaque rouleau detissu. Pour une plus grande efficacité, le placement peut être simulé par lots,en temps masqué ou pendant la nuit. La solution fournit également desestimations de coûts fiables très tôt dans le processus de développementproduit, de sorte que tous les modèles proposés correspondent aux objectifsfixés. Accélérée, l'étape de développement produit est par ailleurs sourced'importantes économies en réduisant au minimum le besoin de prototypesphysiques, ces derniers pouvant représenter jusqu'à cinq fois le coût du modèlefini. Enfin, la qualité finale des produits est rehaussée car les défauts de lamatière, variations de coloris et erreurs de motifs sont désormais pris encompte automatiquement, réduisant au passage les coûts et les délais dans lasalle de coupe.

A propos de Lectra Lectra est numéro un mondial des solutions technologiques intégrées pourautomatiser, rationaliser et accélérer les processus de conception, dedéveloppement et de fabrication des produits des industries utilisatrices dematériaux souples. Lectra développe les logiciels et les systèmes de découpeautomatique les plus avancés et propose des services associés, spécifiques à unensemble de grands marchés dont la mode (habillement, accessoires, chaussure),l'automobile (sièges et intérieurs automobiles, airbags), l'ameublement, ainsiqu'à un large éventail d'autres industries telles que l'aéronautique,l'industrie nautique, le secteur de l'énergie éolienne et les équipements deprotection des personnes. Avec un effectif de 1 500 personnes, Lectra accompagne23 000 clients dans plus de 100 pays et a réalisé un chiffre d'affaires de EUR211millions en 2014. Lectra est cotée sur Euronext.

Pour de plus amples informations, visitez notre site www.lectra.com

Responsable Relations Presse Groupe : Nathalie Fournier-Christol E-mail : n.fournier-christol@lectra.com Tél.: +33 (0)1 53 64 42 37 - Fax: +33 (0)1 53 64 43 40

**AF - AIR FRANCE - KLM (FR) - EUR**

**Air France-KLM: les syndicats signent un accord sur l'emploi** **Cercle Finance (26/01/2016)**

(CercleFinance.com) - 3 organisations syndicales représentatives, la CFDT, la CFE-CGC et l'UNSA, représentant plus de 50% des voix du personnel au sol aux dernières élections professionnelles, ont signé l'accord triennal de gestion prévisionnelle des emplois et des métiers et contrat de génération d'Air France, a-t-on appris ce mardi après la clôture.

'Cet accord apporte un ensemble de garanties importantes pour les salariés du sol concernant l'évolution de l'emploi, l'accompagnement de la mobilité, les changements qui interviennent dans les métiers', a résumé la compagnie aérienne française, qui avait dû faire face en octobre dernier à des troubles sociaux très médiatisés et évoquait la menace de nouvelles suppressions de poste dans le cadre d'un plan de restructuration alternatif. <BR/>La signature de cet accord va permettre à l'ensemble des salariés au sol d'Air France de bénéficier jusqu'au 30 juin 2018 d'un engagement d'absence de tout départ contraint pour motif économique. Il suppose donc de nouvelles et importantes garanties en matière d'emploi.

'Les salariés concernés par des redéploiements collectifs et qui souhaitent poursuivre leur carrière au sein de l'entreprise seront accompagnés dans une mobilité fonctionnelle et/ou géographique', a également précisé la compagnie dans son communiqué.

**ALO - ALSTOM - EUR**

**Alstom: 233,8 millions d'actions apportées à l'offre.** **Cercle Finance (26/01/2016)**

(CercleFinance.com) - Euronext Paris a fait connaître à l'AMF qu'au 22 janvier, date ultime fixée pour le dépôt des ordres présentés à l'offre publique de rachat par Alstom de ses propres actions, au prix unitaire de 35 euros, elle avait reçu en dépôt 233.826.700 actions.

Le nombre d'actions présentées en réponse à l'offre étant supérieur au nombre maximum de 91.500.000 actions que le groupe industriel s'était engagé à racheter, il a été procédé à une réduction des demandes de rachat.

Les actions rachetées seront annulées par Alstom. Euronext Paris fera connaître par un avis les modalités de traitement des ordres et le calendrier de règlement-livraison de l'offre publique.

**BNP - BNP PARIBAS (FR) - EUR**

**BNP Paribas: BlackRock Inc. s'allège.** **Cercle Finance (26/01/2016)**

(CercleFinance.com) - Agissant pour le compte de clients et de fonds dont elle assure la gestion, BlackRock Inc. a déclaré avoir franchi en baisse le 20 janvier dernier les seuils des 5% du capital et des droits de vote de BNP Paribas et détenir, pour le compte desdits clients et fonds, 62.014.446 actions représentant autant de droits de vote, soit 4,98% du capital et des droits de vote de la banque française.

Ce franchissement de seuils résulte d'une diminution du nombre d'actions BNP Paribas détenues à titre de collatéral.

**SAF - SAFRAN - EUR**

**Safran: BlackRock passe sous les 5% des droits de vote.** **Cercle Finance (26/01/2016)**

(CercleFinance.com) - BlackRock Inc, agissant pour le compte de clients et de fonds dont elle assure la gestion, a déclaré à l'AMF avoir franchi en baisse, le 20 janvier 2016, le seuil de 5% des droits de vote de Safran et détenir, pour le compte desdits clients et fonds, 6,23% du capital et 4,85% des droits de vote du groupe de technologies pour l'aéronautique et la sécurité.

Ce franchissement de seuil résulte d'une cession d'actions Safran hors marché et d'une diminution du nombre d'actions détenues à titre de collatéral.

**MMM - 3M CO (US) - USD**

**3M: au-dessus des attentes au quatrième trimestre.** **Cercle Finance (26/01/2016)**

(CercleFinance.com) - 3M a bien terminé l'année, avec des résultats du quatrième trimestre supérieurs aux attentes du marché.

Le groupe a fait état ce mardi avant l'ouverture de Wall Street d'un bénéfice par action (BPA) de 1,66 dollar sur la période, soit 15 cents de moins qu'au terme des 3 derniers mois de l'exercice précédent.

Hors exceptionnel, le BPA s'est cependant élevé à 1,8 dollar, sensiblement au-dessus de la prévision moyenne des analystes de 1,63 dollar.

Les ventes sont pour leur part ressorties à 7,3 milliards de dollars, contre 7,7 milliards un an plus tôt, mais le consensus était là aussi moins optimiste, tablant sur 7,2 milliards. Sur l'ensemble de l'exercice, les revenus s'établissent ainsi à 30,3 milliards de dollars, tandis que le BPA hors éléments exceptionnels s'élève à 7,44 dollars.

3M a enfin confirmé cibler une progression de son BPA hors exceptionnel, lequel est anticipé dans une fourchette comprise entre 8,1 et 8,45 dollars en 2016.

**JNJ - JOHNSON & JOHNSON - USD**

**Johnson & Johnson: bat le consensus au 4e trimestre.** **Cercle Finance (26/01/2016)**

(CercleFinance.com) - Johnson & Johnson dévoile des profits légèrement supérieurs aux attentes du marché pour le quatrième trimestre 2015, en dépit de l'appréciation du dollar qui a lourdement pénalisé le chiffre d'affaires.

Le groupe de santé américain a engrangé un bénéfice net ajusté en progression de 4% à quatre milliards de dollars sur cette période, soit 1,44 dollar par action, là où les analystes attendaient un BPA inférieur de deux cents.

A 17,8 milliards de dollars, ses revenus ont diminué de 2,4% sous le poids exclusif des variations de changes sans lesquelles il a augmenté de 4,4%. En excluant aussi les effets périmètres et les ventes pour l'hépatite C, les revenus ont même progressé de 7,8%.

Sur l'ensemble de l'année écoulée, le chiffre d'affaires de 70,1 milliards a augmenté de 1,8% hors effets de changes, tiré d'abord par la division pharmaceutique (+4,2%) avec notamment l'antidiabétique Invokana/Invokamet et l'anticoagulant Xarelto.

Johnson & Johnson a ainsi engrangé un BPA ajusté de 6,20 dollars sur 2015, soit la borne haute de sa fourchette cible d'il y a trois mois, et vise entre 6,43 à 6,58 dollars pour 2016 (pour un chiffre d'affaires entre 70,8 et 71,5 milliards).

**DD - DU PONT DE NEMOURS (US) - USD**

**Dupont: dépasse légèrement les attentes.** **Cercle Finance (26/01/2016)**

(CercleFinance.com) - Dupont de Nemours annonce des bénéfices un peu meilleurs que prévu sur les trois derniers mois de 2015, les économies de coûts réalisées lui ayant permis une compression de ses revenus sous l'effet principalement de variations de changes.

Le groupe américain dévoile un bénéfice opérationnel (non GAAP) plus que divisé par deux (-54%) à 239 millions de dollars, mais à 27 cents, le BPA correspondant a dépassé d'un cent l'estimation moyenne des analystes.

Le chiffre d'affaires du groupe de chimie s'est pourtant contracté de 9% à 5,3 milliards, contre environ 5,5 milliards en consensus, pénalisé essentiellement par des effets de changes tandis que les volumes se sont tassés de 1%.

Ce tassement des volumes provient à la fois des divisions matériaux de performances, sécurité-protection et surtout électronique-communication, alors qu'ils ont progressé dans la division nutrition-santé.

Affichant un BPA opérationnel de 2,77 dollars sur l'ensemble de l'année 2015, Dupont l'anticipe entre 2,95 et 3,10 dollars sur l'exercice qui commence, en incluant 64 cents de bénéfices sur des restructurations et économies de coûts.

Le groupe basé à Wilmington (Delaware) estime en effet que ses actions en la matière lui permettront de réduire ses coûts opérationnels d'un milliard de dollars en rythme annuel d'ici la fin de l'année, soit 730 millions en 2016.

**SIE - SIEMENS (DE) - EUR**

**Siemens: met la main sur CD-adapco.** **Cercle Finance (26/01/2016)**

(CercleFinance.com) - Dans le cadre de son plan Vision 2020, Siemens a annoncé un accord pour l'acquisition de CD-adapco, société américaine de solutions logicielles pour la simulation, pour un prix de 970 millions de dollars.

Le conglomérat industriel allemand va ainsi étendre son portefeuille dans le secteur du logiciel, la société acquise couvrant une large gamme de disciplines comme la dynamique des fluides, le transfert de chaleur, la dynamique de particules, l'électrochimie ou l'acoustique.

CD-adapco emploie plus de 900 personnes et a réalisé un chiffre d'affaires de près de 200 millions de dollars l'exercice passé, avec des marges à deux chiffres. A taux de changes constants, ses revenus se sont accrus de plus de 12% par an sur les trois derniers exercices.

Cette acquisition, soumise aux conditions usuelles devrait être finalisée au second semestre de l'exercice 2016 de Siemens. Elle sera alors intégrée à l'activité gestion du cycle de vie des produits au sein de sa division numérique (digital factory).

**DPW - DEUTSCHE POST (DE) - EUR**

**Deutsche Post: dévisse sur une dégradation d'analyste.** **Cercle Finance (26/01/2016)**

(CercleFinance.com) - Deutsche Post-DHL dévisse de 3,4% et sous-performe donc la tendance à Francfort (-1,3%), miné de par une dégradation d'opinion chez Credit Suisse de 'surperformance' à 'sous-performance', avec un objectif de cours ramené de 32,7 à 20,57 euros.

Le bureau d'études réduit de 7% son estimation de profit opérationnel pour 2016, à 3180 millions d'euros, un niveau inférieur de 8% au consensus, principalement à cause d'une moindre contribution de la division express avec un risque accru sur les changes.

'Nous prenons aussi en compte la constitution d'une menace à moyen terme venant du service de livraison qu'Amazon met en place en Allemagne', ajoute l'analyste, qui fait part aussi d'une vision plus prudente des perspectives 2020 pour la division poste, e-commerce et colis.

**ACA - CREDIT AGRICOLE (FR) - EUR**

**CREDIT AGRICOLE SA : Montant définitif de l'Emission TSR 2,** **Thomson Reuters (26/01/2016)**

CRÉDIT AGRICOLE S.A.

Société anonyme au capital de 7 917 980 871 EUROS Siège social : 12, Place des Etats-Unis - 92127 Montrouge Cedex France 784608416 RCS Nanterre - APE 651 D

Avis aux porteurs de TSR d'un objectif de montant nominal de 550 000 000 euros susceptible d'être porté à un objectif de montant nominal maximum de 700 000 000 euros à taux fixe et intérêts trimestriels 2,80 % janvier 2016 / 2026 Code valeur : FR0013076353

Montant définitif de l'émission de TSR Crédit Agricole S.A. (visa de l'Autorité des marchés financiers n°16-003 en date du 4 janvier 2016) :

Le montant définitif de l'émission de TSR Crédit Agricole S.A. à taux fixe etintérêts trimestriels janvier 2016 / janvier 2026 est de 617 980 540 eurosreprésenté par 617 980 540 titres de un euro de nominal.

**SIE - SIEMENS (DE) - EUR**

**Siemens: bondit sur un début d'exercice réussi.** **Cercle Finance (26/01/2016)**

(CercleFinance.com) - Siemens bondit de 4,6% et se distingue ainsi comme seule valeur dans le vert sur le DAX de Francfort, au lendemain de la publication des résultats trimestriels de bonne facture et accompagnés d'un relèvement d'objectif.

Le conglomérat industriel allemand déclare ainsi tabler sur un bénéfice par action compris entre six et 6,40 euros sur l'ensemble de l'exercice en cours, à comparer à une fourchette cible précédente qui allait de 5,90 à 6,20 euros.

Ce relèvement s'appuie sur un début d'exercice jugé vigoureux, avec un bénéfice net en croissance de 42% à 1,6 milliard d'euros, soit 1,89 euro par action, sur son premier trimestre comptable (mois d'octobre à décembre 2015).

Siemens a profité d'une base de comparaison favorable du fait de facteurs en dehors des activités industrielles, mais sa marge des activités industrielles (hors restructurations) s'est aussi améliorée de 0,3 point à 10,7%.

En termes d'activités, le groupe affiche un chiffre d'affaires en croissance de 8% à 18,9 milliards d'euros, ainsi que des prises de commandes en progression de 27% à 22,8 milliards (+1% et +19% respectivement en données comparables).

Il met en avant de grosses commandes dans le domaine énergétique, telles qu'une centrale électrique pour 1,6 milliard d'euros en Egypte et un parc éolien offshore pour un milliard au Royaume Uni, ainsi que de nombreux contrats en mobilité.

**PHIA - PHILIPS ELECTRONICS (NL) - EUR**

**Philips: résultats trimestriels supérieurs aux attentes.** **Cercle Finance (26/01/2016)**

(CercleFinance.com) - Philips a fait état de résultats trimestriels supérieurs aux attentes, ce qui lui valait une progression de près de 5% en Bourse mardi matin dans des marchés européens pourtant orientés à la baisse.

Le groupe néerlandais a accusé sur les trois derniers mois de l'année une perte nette de 39 millions d'euros due à des provisions liées à son régime de retraite, mais son Ebitda a légèrement progressé, atteignant 263 millions d'euros.

C'est supérieur de 6% à ce que prévoyait le consensus.

Dopé par les produits dits 'HealthTech' (technologies de la santé), le chiffre d'affaires affiche d'ailleurs une croissance organique de 2%, là où les analystes visaient 1,9%.

Pour 2016, Philips a toutefois dit s'attendre à une croissance organique 'modeste' au vu de l'environnement macroéconomique 'difficile'.

'Dans l'ensemble, nous considérons cette publication comme solide d'un point de vue opérationnel et en mesure de rassurer les investisseurs sur la capacité d'exécution de Philips', décrypte ce matin SG.

'Les titres avaient connu un accès de faiblesse avant les résultats et nous nous attendons à ce que l'action affiche des gains aujourd'hui', poursuit SocGen, qui reste à l'achat avec un objectif de 31 euros.

Vers 9h30, le titre Philips accusait la plus forte et seule hausse de l'indice AEX, grimpant de 5% à près de 23,9 euros.

**AI - AIR LIQUIDE (FR) - EUR**

**Air Liquide: rassurant quant à l'acquisition d'Airgas.** **Cercle Finance (26/01/2016)**

**E:ATLN - ACTELION (CH) - CHF**

**Actelion receives Health Canada approval for Uptravi (selexi** **Thomson Reuters (26/01/2016)**

Actelion Pharmaceuticals Ltd / Actelion receives Health Canada approval for Uptravi (selexipag) for thelong-term treatment of pulmonary arterial hypertension . Processed and transmitted by NASDAQ OMX Corporate Solutions. The issuer is solely responsible for the content of this announcement.

ALLSCHWIL, SWITZERLAND - 26 January 2016 - Actelion (SIX: ATLN) announced todaythat Health Canada has granted a Notice of Compliance (NOC) approving the orallyactive, selective IP prostacyclin receptor agonist Uptravi(selexipag),originally discovered and synthesized by Nippon Shinyaku, for thetreatment of pulmonary arterial hypertension.

Uptravi(®) is indicated for the long-term treatment of idiopathic pulmonaryarterial hypertension (iPAH), heritable pulmonary arterial hypertension (HPAH),PAH associated with connective tissue disorders and PAH associated withcongenital heart disease, in adult patients with WHO functional class (FC) II-III to delay disease progression. Disease progression included hospitalizationfor PAH, initiation of intravenous or subcutaneous prostanoids, or other diseaseprogression events (decrease of 6-minute walk distance [6MWD] associated witheither worsened PAH symptoms or need for additional PAH-specific treatment).Uptravi is effective in combination with an endothelin receptor antagonist (ERA)or a phosphodiesterase-5 (PDE-5) inhibitor, or in triple combination with an ERAand a PDE-5 inhibitor, or as monotherapy.

Jean-Paul Clozel, MD and Chief Executive Officer of Actelion commented: 'Thisapproval represents a major milestone: the approval of a new oral medicationthat effectively targets the prostacyclin pathway. Uptravi is supported byrobust long-term outcome results in combination with an ERA, or a PDE-5inhibitor, and, for the first time in PAH, in triple combination with both anERA and a PDE-5 inhibitor. We are now working diligently to make Uptraviavailable to patients in Canada as soon as possible, since we know how eagerlyanticipated it is.'

The safety of selexipag has been evaluated in a long-term, Phase III placebo-controlled study enrolling 1,156 patients with symptomatic PAH. The meantreatment duration was 76.4 weeks (median 70.7 weeks) for patients receivingselexipag versus 71.2 weeks (median 63.7 weeks) for patients on placebo. Theexposure to selexipag was up to 4.2 years.

The most commonly reported adverse drug reactions related to the pharmacologicaleffects of Uptravi are headache, diarrhoea, nausea and vomiting, jaw pain,myalgia, pain in the extremity, flushing, and arthralgia. These reactions aremore frequent during the dose titration phase. The majority of these reactionsare of mild to moderate intensity.

ABOUT THE GRIPHON STUDY DATA [1]

GRIPHON was a long-term, global Phase III study in 1,156 patients treated for upto 4.2 years. The GRIPHON study, in which more than 80% of patients were alreadyreceiving PAH-specific therapies, showed that the risk of the primary compositeendpoint was reduced by 40% (p<0.0001) with selexipag compared to placebo.

The benefit of selexipag was consistent across pre-specified patient subgroupssuch as disease etiology, functional class and baseline PAH therapy, includingpatients already receiving combination therapy with an ERA and a PDE-5inhibitor.

Titrating selexipag to an individualized maintenance dose based on tolerabilitywas effective in achieving long-term outcome benefits across the tested doserange. The dosing in GRIPHON was initiated at 200 micrograms (mcg) twice daily(b.i.d.) and increased weekly in steps of 200 mcg up to a maximum of 1600 mcgb.i.d. or to the patient's individual highest tolerated dose. The benefit wasconsistent across the pre-specified low (200, 400 mcg b.i.d.), medium (600,800, 1'000 mcg b.i.d.) and high maintenance (1'200, 1'400, 1'600 mcg b.i.d.)dose groups.

###

NOTES TO EDITOR:

REGULATORY STATUS OF SELEXIPAG

In December 2014, Actelion submitted the registration dossier for selexipag toboth the US FDA and Europe's EMA. Approval from the FDA was received on 21December 2015, approval was also received from Health Canada on 21 January2016. Submission of the registration dossier to other health authorities isongoing, with regulatory reviews underway in Australia, Japan, New Zealand,South Korea, Switzerland, Taiwan and Turkey.

ABOUT UPTRAVI(®) (SELEXIPAG) [2-7]

Uptravi (selexipag), originally discovered and synthesized by Nippon Shinyaku,is a potent, oral, selective IP prostacyclin receptor agonist formulated as atablet.

Uptravi and its major metabolite selectively target the prostacyclin receptor(also called IP receptor). The IP receptor is one of 5 major types of prostanoidreceptor (IP, EP, DP, TP, FP). Prostacyclin activates the IP receptor to inducevasodilation and inhibit proliferation of vascular smooth muscle cells.

PULMONARY ARTERIAL HYPERTENSION (PAH)

PAH is a chronic, life-threatening disorder characterized by abnormally highblood pressure in the arteries between the heart and lungs of an affectedindividual. The symptoms of PAH are non-specific and can range from mildbreathlessness and fatigue during normal daily activity to symptoms of rightheart failure and severe restrictions on exercise capacity and ultimatelyreduced life expectancy.

PAH is one group within the classification of pulmonary hypertension (PH). Thisgroup includes idiopathic PAH, heritable PAH and PAH caused by factors whichinclude connective tissue disease, HIV infection and congenital heart disease.

The last decade has seen significant advances in the understanding of thepathophysiology of PAH, which has been paralleled with developments of treatmentguidelines and new therapies. Drugs targeting the three pathways that have beenestablished in the pathogenesis of PAH are endothelin receptor antagonists(ERAs), ... (truncated) ...

**GTO - GEMALTO N.V. - EUR**

**IT-beveiligingsprofessionals weinig vertrouwen in beveiligin** **Thomson Reuters (26/01/2016)**

43 procent IT-beveiligingsprofessionals in Benelux geeft organisatie een 4 oflager voor beveiliging van mobiele betalingen

Amsterdam, 26 januari 2016 - 54 procent van de IT-beveiligingsprofessionalsgeeft aan dat hun organisatie in de afgelopen twee jaar gemiddeld vier keer eenbeveiligings- of datalek had waar betalingsgegevens bij betrokken was. Ditblijkt uit een wereldwijd onderzoek onder 3.700 IT-beveiligingsprofessionalsdoor Gemalto (Euronext NL0000400653 GTO), de wereldleider in digitalebeveiliging. Security van betaalgegevens behoeft topprioriteit, zeker ervanuitgaande dat mobiele betalingen en andere nieuwe vormen van betalingen dekomende twee jaar verdubbelen. Aan organisaties de dringende taak om hunbeveiliging rondom betalingsgegevens te verbeteren of het risico op datalekkente verkleinen.

Benelux versus wereldwijd Het is niet zo best gesteld met het vertrouwen in de beveiliging van betalingsgegevens. Bijna de helft (47 procent) van de IT- beveiligingsprofessionals wereldwijd geeft zijn organisatie een 4 of lager voorde beveiliging van mobiele betalingen. De Benelux is iets positiever, daar kentmaar 43 procent van de IT-beveiligingsprofessionals deze lage waardering toe. Demeest populaire manieren om betalingsgegevens te beschermen in de Benelux zijn:firewalls (94%), anti-virus (90%) en detectie en preventie (72%).

Verder komt in het onderzoek 'Global Study on Payment Data Security' naar vorenwat de huidige stand is van beveiligingsinvesteringen, -praktijken en-procedures die door de professionals worden ingezet:

* 54 procent zegt dat het beveiligen van betaalgegevens bij hun organisatieniet in de top vijf van beveiligingsprioriteiten staat. * Een derde (31%) heeft het gevoel dat de organisatie genoeg middelen toewijstom deze gegevens te beschermen. * Ownership voor de beveiliging van betalingsgegevens is niet gecentraliseerd.De verantwoordelijkheid ligt bij 28 procent van de ondervraagden bij de CIO,gevolgd door een business unit (26%), compliance-afdeling (19%), CISO (15%)en overige afdelingen (14%). * 55 procent geeft aan niet te weten waar alle betaalgegevens is opgeslagen ofgevestigd. * Minder dan de helft (44%) stelt dat hun organisatie gebruik maakt van end-to-end encryptie om betalingsgegevens van het verkooppunt tot opslagpunt tebeschermen. * 74 procent zegt dat hun organisatie niet tot of slechts gedeeltelijk PCI DSScompliant zijn. Een derde geeft aan dat deze compliancy niet voldoende isvoor het waarborgen van de veiligheid en integriteit van betalingsgegevens.

'Deze onderzoeksresultaten zijn een wake-up call voor managers wereldwijd',stelt Dirk Geeraerts, identity and data protection expert bij Gemalto. 'Hetwordt tijd dat organisaties zich realiseren dat compliancy alleen niet genoeg isen hun huidige beveiligingsbeleid herzien. Nu nieuwe vormen van betalingsverkeergeaccepteerd worden, is de kans op financiële en reputatieschade door datalekkensteeds groter.'

Nieuwe betalingsmethodes nemen een vlucht, net als de beveiligingszorgenUit het onderzoek blijkt ook dat de acceptatie van nieuwe vormen van betalingen,zoals mobiel, contactloos en e-wallets, de komende twee jaar gaat verdubbelen.Terwijl IT-beveiligingsprofessionals aangeven dat mobiele transacties momenteelgoed zijn voor 9 procent van alle betalingen, verwachten zij dat dit binnen tweejaar groeit naar 18 procent. Momenteel worstelen organisaties nog met hetbeveiligen van traditionele betalingsmethodes. Zij komen in de toekomstwaarschijnlijk nog meer moeilijkheden tegen bij het veiligstellen van nieuwebetaalmethodes. Uit het onderzoek blijkt dat bijna driekwart (72%) van deprofessionals ervan overtuigd is dat deze nieuwe methodes betalingsgegevens ingevaar brengen. 54 procent gelooft niet of twijfelt eraan dat de huidigebeveiligingsprotocollen van hun organisatie in staat zijn deze nieuwebetalingsvormen te ondersteunen.

Dirk Geeraerts: 'Organisaties accepteren meer en meer nieuwe betaalmethodes. Alswe naar de toekomst kijken, zien we dat men niet veel vertrouwen heeft in hetvermogen om betalingsgegevens te beschermen. Ondanks de trend om nieuweremethodes te implementeren, hebben IT-beveiligingsprofessionals niet het gevoeldat hun organisatie daar klaar voor is. Het is essentieel dat organisatieszoeken én investeren in oplossingen om deze databeveiligingskloven snel tedichten.'

Meer informatie: * Infographic: Global Payment Data Security Trends * Video: Secure the Breach - a Three Step Approach to Data Security

Over het onderzoek Aan het wereldwijde onderzoek 'Global Study on Payment Data Security' namen3.773 IT-beveiligingsexperts deel. Vertegenwoordigde sectoren zijn:communicatie, entertainment & media, financiële dienstverlening, overheid,gezondheidszorg, hospitality, IT, retail, technologie, transport en utilities.Het onderzoek is uitgevoerd door Ponemon Institute. Alle respondenten zijnvertrouwd en betrokken bij de aanpak omtrent het beveiligen vanbetalingsgegevens van hun werkgever. De meeste respondenten zijn betrokken bijhet stellen van prioriteiten en selecteren van leveranciers en aannemers voorhet betalingsecosysteem van hun organisatie.

--- Over Gemalto's SafeNet Identity & Data Protection Solutions Door de overname van SafeNet biedt Gemalto een van de meest complete enterprisesecurity-oplossingen portfolio's ter wereld. Hierdoor profiteren klanten van eenbewezen bescherming van digitale identiteiten, transacties, betalingen en data,van de rand tot de kern van het netwerk. Het complete aanbod van SafeNetIdentity en Data Protection-oplossingen van Gemalto stelt organisaties indiverse verticale markten, zoals grote financiële dienstverleners enoverheidsinstellingen, in staat om een data-centric beveiligingsaanpak tehanteren op basis van innovatieve encryptiemethoden, technieken voorcryptobeheer en krachtige oplossingen voor authenticatie en identiteitsbeheer.Op deze manier ... (truncated) ...