

Stratégie B2C gagnante : +21% d'abonnés en 1 an.

Bluelinea annonce avoir franchi le cap des 17.000 abonnés à ses offres dédiées au maintien à domicile de personnes fragiles et dépendantes. L'opérateur d'objets et de services connectés confirme ainsi la réussite de sa transition maîtrisée vers un positionnement tourné vers le client final (B2C).

Données non auditées à fin septembre	2015	2016	Variation
Nombre d'abonnés	14.145	17.143	+21%
Produits d'exploitation Maintien à domicile (B2C)	2.588 k€	2.690 k€	+4%
Produits d'exploitation Groupe	4.537 k€	4.034 k€	-11%

A fin septembre 2016, Bluelinea compte 17.143 particuliers accompagnés jour et nuit à leur domicile grâce au bouquet de services BlueHomeCare®. **Sur 1 an, le portefeuille d'abonnés enregistre ainsi une progression nette de +21%**. Cette performance est notamment portée par l'intégration de portefeuilles d'abonnés gérés en marque blanche. Cette stratégie permet d'optimiser le taux d'occupation des équipes d'écoute de la plateforme H24 mais entraîne une légère réduction du revenu moyen par abonné (ARPU) qui s'établit à un peu plus de 17 € HT sur le 3^{ème} trimestre 2016.

Les revenus de l'activité B2C progressent ainsi de +4% sur un an pour s'établir à 2.690 k€ à fin septembre 2016 contre 2.588 k€ à fin septembre 2015. Ils représentent désormais 67% des produits d'exploitation du Groupe.

Dans le même temps, les revenus de l'activité B2B avec les établissements de soin sont stabilisés au-dessus de 400.000 € par trimestre, soit 1.344 k€ en cumul à fin septembre 2016 (1.949 k€ à fin septembre 2015).

Cette stratégie assumée et maîtrisée de positionnement B2C entraîne un recul transitoire des revenus d'exploitation du groupe Bluelinea qui s'élèvent ainsi à 4.034 k€ à fin septembre 2016 contre 4.537 k€ un an plus tôt.

20 décembre 2016 : Présentation de la stratégie commerciale France et International.

Afin d'accélérer son déploiement commercial en B2C, Bluelinea va mettre en œuvre au cours des prochains mois une nouvelle politique commerciale dont les contours seront dévoilés le 20 décembre prochain. Cette réunion aura lieu à Obernai (Alsace) sur le site historique de Hager Group en France.

Cette politique sera mise en œuvre à l'international dans le cadre du partenariat stratégique majeur conclu entre les deux groupes (cf. communiqué de presse du 17 mai 2016).

Depuis le 27 octobre 2016, les prémices de cette nouvelle stratégie sont déjà visibles en France au travers de la campagne nationale de communication auprès des chaînes du groupe France Télévisions : « **Bon, qu'est-ce on fait pour maman ?** »

**Prochain rendez-vous : chiffre d'affaires de l'exercice 2016,
le mardi 7 février 2017, avant Bourse.**

A propos de Bluelinea :

Twitter : @Bluelinea

Opérateur d'objets connectés dédiés à la santé, Bluelinea a pour but de rendre possible, à grande échelle, le maintien et le soutien à domicile des personnes fragiles et dépendantes. Déjà plus de 17.000 personnes âgées sont suivies, nuit et jour, à leur domicile, notamment au travers du bouquet de services BlueHomeCare®, développé autour du bracelet d'autonomie BlueGard, de ses offres de téléassistance et de sa plateforme d'écoute dédiée 24h/24, 7j/7. En déployant des plateformes locales de coordination, Bluelinea, qui est à l'origine du concept d'«EHPAD à domicile», s'inscrit comme un nouveau type d'opérateur du domicile avec un triple objectif : protéger les personnes en perte d'autonomie, assister les soignants et accompagner les aidants.



Cotée sur Alternext à Paris (ALBLU), Bluelinea est qualifiée « entreprise innovante » par Bpifrance. Les actions de la société sont éligibles au PEA-PME. Plus d'informations : www.bluelinea.com

Contacts Investisseurs :

Laurent LEVASSEUR
Président du Directoire
contact@bluelinea.com
01 76 21 70 60

Contacts Presse :

Adrien WESTERMANN
Directeur de la Communication
adrien.westermann@bluelinea.com
01 76 21 70 60

Jérôme FABREGUETTES-LEIB
ACTUS finance & communication
bluelinea@actus.fr
01 53 67 36 78

Vivien FERRAN
ACTUS finance & communication
vferran@actus.fr
01 53 67 36 34