



Communiqué de presse

Tassin, le 29 juillet 2014

Chiffre d'affaires au 30 juin 2014

Un semestre contrasté avec un CA en repli dans l'édition mais une forte croissance en monétisation et des développements commerciaux prometteurs à l'international

Léger repli du chiffre d'affaires consolidé malgré une croissance soutenue dans la monétisation

ADTHINK MEDIA (ALADM) a réalisé un chiffre d'affaires de 14,25 M€ au 30 juin 2014, à comparer à 14,87 M€ au 30 juin 2013 soit, un recul de 4,2%.

Ce recul de l'ordre de 620 K€ est essentiellement lié à des difficultés rencontrées sur le semestre dans l'édition BtoC. Les activités de « casual gaming » et de « dating » ont dû faire face à une concurrence française et surtout internationale accrue. Ces activités restent toutefois solidement positionnées sur leurs marchés avec des offres renforcées et d'importants parcs d'abonnés. Elles investissent et se développent à l'international et notamment dans la mobilité qui devrait générer des revenus sur les prochains mois.

Le chiffre d'affaires issu de l'activité monétisation est en croissance à deux chiffres malgré un marché de la publicité en ligne qui reste tendu en France et en pleine mutation technologique. Les équipes ont augmenté de près de 60% dans cette activité (49 collaborateurs vs 31 en juin 2013) et se concentrent sur le déploiement des nouvelles offres, en France et à l'international :

MailKitchen.com, solution de routage e-mailing self-service disponible en 6 langues, compte déjà plus de 50 000 inscrits avec une forte accélération de la croissance et des performances depuis début juin, grâce à d'avantages différenciateurs forts et attractifs par rapport aux acteurs existants. Plus de 80% des inscrits proviennent de l'international et sont répartis sur plus de 20 pays (USA, Latam, Europe, Inde,...).

BIG (this-is-big.com), plateforme de Big Data Marketing (User Data Exchange), a sorti la version finale de sa plateforme début juin afin de débiter son déploiement commercial. Plus de 100 comptes clients ont été ouverts.

Advertstream.com et sa nouvelle suite de solutions publicitaires, issue de son repositionnement, finalise par ailleurs sa mutation en RTB pour s'imposer dans les prochains mois sur le marché mondial de la publicité programmatique.

Ces nouveaux leviers de croissance commenceront pour la plupart à générer du chiffre d'affaires dans le courant du 2^{ème} semestre.

Pour accompagner ces développements, ADTHINK MEDIA a continué à investir sur le semestre en publicité, en R&D, et en ressources humaines. Ses effectifs ont notamment augmenté de 30% au 30 juin 2014 par rapport à juin 2013 (161 VS 124). Associé à des réorganisations ponctuelles dans l'activités BtoC, l'ensemble aura un impact sensible sur les résultats du semestre.

Bon démarrage à l'international, déploiement intensif des nouveaux leviers de croissance

Tel qu'exposé précédemment, 2014 est une année charnière qui voit le déploiement commercial de nouvelles offres innovantes dans la publicité en ligne et dans l'édition.

La filiale créée en septembre 2013 à Palo Alto aux Etats-Unis et pilotée par Sylvain Morel, Président du groupe, assure progressivement le déploiement international d'ADTHINK MEDIA.

Le développement à l'international procure à ce jour toute satisfaction et s'accéléra probablement dans le courant de l'exercice. Il s'appuie aujourd'hui sur la commercialisation des sites BtoC et de leurs applications mobiles en Amérique du Nord et du Sud, sur le déploiement de la solution Mailkitchen.com et de la plateforme BIG et, profitera bientôt des solutions publicitaires programmatiques/RTB d'Advertstream.

Concrètement, plus de 50 nouveaux comptes clients internationaux à forte récurrence sont déjà rentrés en portefeuille dans la filiale américaine.

Bertrand Gros, Directeur général commente : « A l'exception des difficultés subies dans l'édition ce premier semestre, qui ne devraient plus être un obstacle compte tenu des mesures prises et, de quelques mois de décalage dans la mise en place de notre Adexchange en RTB, le groupe poursuit son développement conformément à la stratégie annoncée. Le marché de la publicité en ligne est en pleine mutation en France, mais nous procure des opportunités à l'international. Avec nos produits et services performants, nous sommes armés pour poursuivre notre développement et saisir les opportunités de croissance. »

A propos d'ADTHINK MEDIA

Groupe média Internet, ADTHINK MEDIA est un acteur global de l'internet en France articulé par deux pôles d'activités complémentaires à fortes synergies : l'édition et la monétisation d'audience. Le groupe a réalisé un chiffre d'affaire de 31,1 M€ sur l'exercice 2013 et compte 161 personnes au 30 juin 2014

ADTHINK MEDIA est certifiée "Entreprise Innovante" par OSEO Innovation et est éligible aux FCPI

www.adthink-media.com

Alternext Paris : ALADM - FR0010457531

Contacts

ADTHINK MEDIA : Bertrand GROS - Sylvain MOREL – T : +33 4 78 42 90 99

PCE : Ségolène de Saint Martin – T : +33 1 47 22 63 66 - +33 6 16 40 90 73