

**Communiqué de presse**

Tassin, le 30 janvier 2015

## **Chiffre d'affaires de l'exercice 2014 : 29,2 M€**

ADTHINK MEDIA (ALADM) a réalisé un chiffre d'affaires de 29,2 M€ au 31 décembre 2014, en repli de 6% par rapport à 2013 (31,1 M€). Les tendances enregistrées au premier semestre se sont poursuivies sur l'ensemble de l'exercice. Le groupe affiche un chiffre d'affaires annuel en croissance dans l'activité de monétisation et en recul dans l'activité d'édition.

- Dans l'édition, le groupe a fait face à une concurrence particulièrement accrue sur le marché des sites BtoC de « casual gaming » et de « dating ».

Ces sites devraient toutefois profiter de nouveaux développements dans les prochaines semaines, en France et à l'international : lancement d'un nouveau site de jeux visant que des marchés internationaux, lancement de plusieurs jeux sur mobile, développements novateurs dans le « dating » avec un visiochat multi device unique au monde.

Dans l'édition BtoB, les sites informatiques ([www.lemondeinformatique.fr](http://www.lemondeinformatique.fr) ...) sont en croissance et développent leurs audiences, permettant ainsi de capter de nouveaux budgets d'annonceurs internationaux.

- Dans la monétisation, ADTHINK enregistre une légère croissance malgré un contexte de marché toujours difficile. Advertstream confirme son solide positionnement, plus particulièrement dans les secteurs de la famille et du sport avec notamment l'intégration récente des espaces publicitaires de Sport24 (groupe Le Figaro). Le groupe se concentre sur le développement de ses nouvelles solutions de monétisation d'audience, en France et à l'international.

BIG, plateforme de Big Data Marketing, progresse dans la collecte de données et va prochainement être intégrée à l'offre de solutions d'Adverstream.

Mailkitchen.fr, solution de routage emailing en self-service (8 langues), se concentre quant à elle à accroître sa base de clients actifs et payants au sein d'un portefeuille de plus de 150 000 inscrits dans plus de 100 pays.

ADTHINK opère sur un marché de la publicité en ligne où les acteurs se réorganisent après deux ans de mutations technologiques. 2014 aura été un nouvel exercice d'investissement, comprenant un renforcement de l'offre et des structures en France et, le développement de la filiale à Palo Alto aux Etats-Unis.

**Bertrand Gros, Directeur Général commente :** «*De nouvelles frontières se dessinent dans la publicité en ligne nous permettant d'optimiser notre positionnement à l'aide de différentes technologies adaptées à l'achat programmatique. Dans l'édition, le marché s'est complexifié cette année, mais nos activités restent solides, dynamisées par l'expertise et la créativité de nos équipes. L'international et la mobilité sont clairement des leviers de croissance sur ce marché. La filiale de Palo Alto porte aujourd'hui l'ensemble de nos offres et nous donne toute satisfaction. Ce développement international demande des moyens mais devrait contribuer de façon significative à la progression du groupe dans les prochaines années.*».

## **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 compte 142 personnes.

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

[www.adthink-media.com](http://www.adthink-media.com)  
FR0010457531

Alternext - NYSE Euronext Paris : ALADM -

---

### **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