



Communiqué de presse

Tassin, le 20 mars 2015

**Résultats annuels 2014**  
***Des développements encore coûteux sur l'exercice***  
***De meilleures perspectives pour 2015***

<b>Comptes consolidés, audités, en K€</b>	<b>31 déc. 2014</b>	<b>31 déc. 2013</b>
<b>Chiffre d'affaires consolidé</b>	<b>29 206</b>	<b>31 109</b>
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>- 3 529</b>	<b>1 236</b>
<b>Résultat net des sociétés intégrées <sup>(1)</sup></b>	<b>- 3 282</b>	<b>530</b>

(1) Avant dotation aux amortissements des écarts d'acquisition

ADTHINK (ALADM) a réalisé un chiffre d'affaires de 29,2 M€ au 31 décembre 2014, en repli de 6% par rapport à l'exercice précédent. Cette évolution reflète principalement la baisse de l'activité d'édition BtoC, les autres activités du groupe, l'édition de sites BtoB et la monétisation, étant elles en progression.

Le résultat d'exploitation du groupe s'établit à – 3,5 M€ à comparer à un gain de 1,2 M€ au 31 décembre 2013. Les dépenses publicitaires n'augmentent que légèrement à 7,9 M€ sur l'exercice mais intègrent un coût d'acquisition client en hausse.

Au-delà de l'impact du recul de l'activité, la forte baisse de résultat d'exploitation reflète les investissements réalisés dans de nouvelles offres en cours de commercialisation et, un niveau de charges particulièrement élevé :

- Les charges de personnel augmentent de 17% (+ 1,4 M€) avec notamment un effectif en forte hausse à mi exercice (+30% au 30 juin). Ce dernier a été réduit dans le courant du 2<sup>ème</sup> semestre. Ainsi, au 31 décembre 2014, ADTHINK comptait 142 collaborateurs (contre 147 au 31 décembre 13).
- Les charges externes (hors dépenses publicitaires) augmentent de 1 M€, principalement sous l'effet des postes d'achats et de sous-traitance élevés. Des mesures prises au 2<sup>ème</sup> semestre ont permis de ramener ces charges à un niveau normatif à partir du mois de septembre.

Le résultat financier s'établit à - 0,18 M€ au 31 décembre 2014 à comparer à - 0,11 M€ sur l'exercice précédent. Le résultat exceptionnel ressort à – 0,35 M€ et le résultat net des sociétés intégrées est de – 3,28 M€ contre un gain de 0,53 M€ sur l'exercice 2013.

## **Bilan**

Les capitaux propres d'ADTHINK s'élèvent à 7,8 M€ au 31 décembre 2014. L'endettement financier est de 5,1 M€ et la trésorerie s'établit à 4,7 M€ (contre 5,9 M€ au 31 décembre 2013) soit, un niveau d'endettement net sous contrôle de 0,4 M€.

## **Des perspectives plus favorables sur 2015**

### **Edition : un développement tiré par une série de nouveautés et par l'international**

L'activité de « dating » a développé un nouveau moteur de recherche optimisant l'usage du service, et s'enrichit aussi d'un visiochat permettant de se déployer d'une manière innovante dans la mobilité.

Dans le « casual gaming », ADTHINK vient de lancer une nouvelle version de Ludokado.fr et a procédé à la refonte graphique de tous ses jeux, permettant ainsi d'optimiser les revenus du site. Globbies.com, nouveau site de jeux, vient également d'être lancé spécifiquement pour l'international et ADTHINK travaille par ailleurs en coproduction sur plusieurs nouveaux jeux mobiles.

L'activité BtoB d'édition IT Pro poursuit par ailleurs sa croissance avec des nouvelles versions de ses quatre sites, et la création de Digitalworldbusiness.fr, afin de garder sa place de leader en audience IT Pro.

Le fruit de ces lourds investissements technologiques et éditoriaux réalisés en 2014, associés à la rationalisation des coûts d'acquisition de trafic, permettront d'améliorer sensiblement les performances de l'activité d'édition sur 2015.

### **Monétisation : innovation et repositionnement sur un marché de la publicité en ligne en mutation**

L'activité de monétisation s'appuie d'une part, sur le déploiement commercial des nouvelles solutions en France et à l'international et, d'autre part, sur son repositionnement.

Parmi les nouvelles solutions, Mailkitchen.com disponible en 8 langues et dans 150 pays, a déjà capté plus de 150 000 inscrits qui vont progressivement se transformer en abonnés et générer ainsi des revenus (modèle freemium).

Big, plateforme de Big Data Marketing aux fonctionnalités de ciblage ultra avancées, est également en cours de commercialisation en France et à l'international. Cette solution s'intègre progressivement dans différents DSP (Demand Side Platform) afin d'apporter aux annonceurs des segments de ciblage permettant d'optimiser les performances des campagnes publicitaires.

En adéquation avec les profondes évolutions du marché de la publicité en ligne, ADTHINK, plateforme globale de monétisation d'audience, se repositionne en s'appuyant sur les principales solutions en marque blanche du marché pour réaliser ses achats d'audience sur les DSP (Demand Side Platform). La plateforme se renforce par ailleurs dans le marketing à la performance. Elle a ainsi procédé très récemment à l'acquisition des actifs de la société Digital4cast.com, spécialiste de la co-registation réalisant 50% de son activité à l'international.

**Bertrand Gros, Directeur Général, commente :**

*«L'activité d'édition a été particulièrement défavorable cette année. Nous avons rapidement pris des mesures, et cela se traduit sur les performances ces derniers mois. Dans la monétisation, le retour sur investissement des solutions Mailkitchen et Big demande du temps, mais nos équipes commerciales sont dans une dynamique très positive. Le marché de la publicité en ligne reste très complexe, il change de modèle avec le déploiement des achats programmatiques.*

*Nous prenons en 2015 un nouveau virage stratégique avec des équipes principalement commerciales et expertes dans l'achat d'audience. C'est un positionnement efficace, qui nous rapproche de nos clients annonceurs et permet d'avoir un inventaire publicitaire sans limite à monétiser. ADTHINK, qui devient progressivement une plateforme globale et internationale de publicité, devrait tirer profit de ces évolutions dès cette année, tout en bénéficiant par ailleurs d'un renforcement de ses activités de marketing à la performance.*

*L'année passée a été particulièrement difficile avec une conjugaison de facteurs coûteux, mais le groupe reste solide ; nous avons des capacités de rebond à court terme et des leviers de croissance à plus long terme».*

**A propos d'ADTHINK MEDIA**

---

Groupe média Internet, ADTHINK 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 29,2 M€ sur l'exercice 2014 et compte 142 personnes au 31 décembre 2014.

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

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