



Communiqué de presse

Tassin, le 30 juillet 2015

Chiffre d'affaires du premier semestre 2015 : 12 M€*

ADTHINK (ALADM) a réalisé un chiffre d'affaires de 12 M€* au 30 juin 2015, en recul de 16% par rapport au premier semestre de l'exercice précédent. Le chiffre d'affaires est en retrait dans des proportions identiques dans les deux pôles d'activité, Edition et Monétisation, sous l'effet de plusieurs facteurs externes et internes.

En interne, ADTHINK a mené d'importantes réorganisations qui ont mécaniquement perturbé ses activités. L'effectif du groupe est passé à 114 collaborateurs au 30 juin contre 161 collaborateurs un an auparavant, soit une réduction de près de 30% de l'effectif. Dans l'édition, l'activité de « dating » a notamment été profondément réorganisée pour gagner en efficacité et en agilité. Dans le pôle monétisation, deux filiales ont fusionné au printemps sous la marque Adthink pour rationaliser les coûts et, pour renforcer l'identité collective ainsi que la structure managériale.

Au-delà de ces facteurs internes, ADTHINK a fait face à des marchés encore difficiles. La concurrence est particulièrement accrue dans l'édition BtoC (« dating » et « casual gaming ») en Europe et, le groupe a constaté dans l'édition BtoB des transferts de budgets publicitaires display de grands annonceurs vers la publicité à la performance.

Le marché de la publicité en ligne est, pour sa part, toujours en pleine mutation avec une forte montée en puissance des achats programmatiques. Ces derniers représentent notamment 30% des achats de display en France au 1^{er} semestre 2015, une part qui a doublé en deux ans (source Observatoire de l'ePub par SRI, l'Udecam et PWC). La confirmation de ces nouveaux usages renforce la stratégie engagée par ADTHINK. Le groupe poursuit son repositionnement en s'appuyant sur les principales solutions en marque blanche du marché pour réaliser ses achats d'audience et, il a consolidé sa force de frappe dans le marketing à la performance via l'intégration récente des actifs de Digital4cast.com.

Parmi les nouvelles solutions innovantes lancées par ADTHINK, le démarrage de l'activité de « BIG » a été très satisfaisant sur le semestre.

Bertrand Gros, Directeur Général, commente :

« Nous nous adaptons en permanence à des marchés très évolutifs. Il a été nécessaire ces derniers mois de revoir l'organisation du groupe, de rationaliser nos activités d'un point de vue opérationnel et juridique. Nous continuons actuellement en ce sens, l'objectif étant d'optimiser nos structures et d'améliorer nos performances. Malgré un début d'année difficile, nos équipes sont bien mobilisées sur la commercialisation de nos offres. La mobilité et l'international restent des axes de croissance majeurs».

*Chiffre non audité

A propos d'ADTHINKMEDIA

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 comptait 142 personnes au 31 décembre 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