



Communiqué de presse

Tassin, le 30 septembre 2015

Premier semestre 2015

- **Un semestre marqué par d'importantes restructurations**
- **Une priorité donnée au développement commercial et à la restauration de la profitabilité**

Comptes consolidés, audités, en K€	30 juin 2015	30 juin 2014
Chiffre d'affaires consolidé	11 978	14 270
Résultat d'exploitation	- 1 826	- 2 359
Résultat courant avant impôt	- 1 866	- 2 424
Résultat net des sociétés intégrées ⁽¹⁾	- 1 993	- 1 807

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

Des marchés difficiles et la mise en œuvre de mesures de restructuration

En recul de 16% sur le premier semestre 2015, l'activité d'ADTHINK a été pénalisée par différents facteurs :

- Un secteur de la publicité en ligne particulièrement complexe avec le développement des achats programmatiques (RTB),
- Des marchés fortement concurrentiels dans l'édition BtoC,
- Un besoin de réorganisations concomitant au sein des pôles Edition et Monétisation, réorganisations qui ont ponctuellement perturbé l'activité commerciale.

Dans un contexte difficile et à la suite des pertes enregistrées au terme de l'exercice précédent, ADTHINK a pris des mesures dès fin 2014, mesures qui se sont amplifiées au cours du 1^{er} semestre 2015 : analyse des foyers de pertes, réduction des effectifs, renouvellement et renforcement de la structure managériale, pondération des investissements R&D, fusion de certaines filiales et rationalisation drastique des coûts externes.

Destinées à **accroître les performances commerciales et à restaurer la rentabilité**, ces mesures se sont notamment traduites par une baisse de 30% de l'effectif du groupe sur un an et de 20% sur le semestre (114 collaborateurs au 30 juin 2015 contre 161 au 30 juin 2014). ADTHINK a, par ailleurs, pris le parti de concentrer ses ressources sur le management, le marketing et la commercialisation, en France et à l'international, afin d'accélérer son retour à la croissance.

Résultats du semestre

ADTHINK a réalisé un chiffre d'affaires de 12,0 M€ au 30 juin 2015, en recul de 16% par rapport au 1^{er} semestre de l'exercice précédent.

Le résultat d'exploitation du groupe s'établit à -1,8 M€ à comparer à une perte d'exploitation de -2,4 M€ au 1^{er} semestre 2014. Les charges d'exploitation baissent de 15%, avec principalement une réduction des achats externes de 1,5 M€ et une baisse de la masse salariale de près de 0,8 M€.

Le résultat courant avant impôt ressort à -1,9 M€ au 30 juin 2015 à comparer à -2,4 M€ au 1^{er} semestre de l'exercice précédent.

Après impact de charges exceptionnelles de restructuration à hauteur de 0,2 M€, le groupe enregistre un résultat exceptionnel légèrement négatif comparativement à un gain exceptionnel de 0,2 M€ au 30 juin 2014.

Le résultat net des sociétés intégrées s'établit à -2,0 M€ à comparer à -1,8 M€ au 30 juin 2014.

Au bilan, ADTHINK affiche des capitaux propres de 5,5 M€ au 30 juin 2015, l'endettement financier brut est de 5,3 M€ et la trésorerie du groupe s'élève à 3,5 M€, soit un endettement financier net limité de 1,8 M€.

Des structures profondément revues pour atteindre deux objectifs : l'efficacité commerciale et le retour à la rentabilité

Les évolutions apportées par ADTHINK dans son organisation et ses méthodes depuis plusieurs mois permettent d'ores et déjà d'observer les signes d'une plus grande efficacité dans le déploiement des projets :

- Dans l'Édition BtoC :

- L'activité de « dating » a évolué favorablement sur le premier semestre 2015 avec une situation assainie par rapport aux difficultés rencontrées en 2014. Un nouveau Manager a pris en charge l'activité suite au départ de Marc LAVIGNE DELVILLE le 31/07/2015,
- Le « casual gaming » voit les premiers revenus de ses solutions mobiles, bien qu'il continue de souffrir d'un marché ultra concurrentiel et en pleine mutation.

- Dans l'édition « BtoB », ADTHINK fait face au transfert du marché du display, avec une audience « IT Pro » toujours leader, vers une offre à la performance renforcée.

- Dans la publicité en ligne, une nouvelle direction pilote les activités d'Advertstream qui ont été réorganisées en deux pôles distincts : Media et Performance, en meilleure adéquation avec l'évolution du marché. Le pôle Media est positionné sur la vente d'audiences premium avec une nouvelle identité : THINK. Le pôle Performance développe son réseau et s'appuie également sur la puissance d'inventaires publicitaires externes via les solutions d'achats programmatiques.

En ce qui concerne les nouvelles solutions, Mailkitchen, plateforme d'e-mailing 100% self-service, a enregistré 150 000 inscrits. Le Groupe, ayant incubé ce projet d'envergure

internationale, étudie actuellement différentes opportunités permettant d'accompagner son développement et sa croissance.

Big, plateforme de Big Data Marketing aux fonctionnalités de ciblage ultra avancées, a quant à elle attiré ses premiers clients, grands acteurs du digital en Europe. L'activité est depuis peu à l'équilibre et présente des perspectives favorables.

Bertrand Gros, Directeur Général, commente : « Le semestre a été marqué par une accumulation de facteurs défavorables et nous avons rapidement pris des mesures afin de limiter leur impact sur nos résultats. Le groupe bénéficie aujourd'hui d'une structure allégée et d'une meilleure organisation managériale et commerciale dans toutes ses activités. Nous soutenons le dynamisme commercial tout en poursuivant nos efforts de rationalisation. »

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 compte 114 personnes au 30 juin 2015.

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