



Communiqué de presse

Tassin, le 21 mars 2016

Résultats de l'exercice 2015

Amélioration du résultat d'exploitation Objectif 2016 : renouer avec la rentabilité

Comptes consolidés, audités, en K€	31 déc. 2015	2 ^{ème} semestre 2015	1 ^{er} semestre 2015	31 déc. 2014	2 ^{ème} semestre 2014	1 ^{er} semestre 2014
Chiffre d'affaires consolidé	24 441	12 463	11 978	29 206	14 936	14 270
Résultat d'exploitation	- 1 897	- 71	- 1 826	- 3 529	- 1 170	- 2 359
Résultat courant avant impôt	- 2 040	- 174	- 1 866	- 3 706	- 1 282	- 2 424
Résultat net des sociétés intégrées ⁽¹⁾	- 4 327	- 2 334	- 1 993	- 3 282	- 1 475	- 1 807

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

Forte réduction des pertes d'exploitation au 2^{ème} semestre 2015

Conformément aux informations communiquées en février dernier, les mesures de restructuration menées sur 2015 -réduction des effectifs, renforcement de la structure managériale, pondération des investissements R&D, réduction des coûts, rationalisations des filiales- ont permis à ADTHINK de réduire significativement ses pertes d'exploitation.

Le résultat d'exploitation du groupe s'établit à -1,90 M€ sur l'ensemble de l'exercice 2015 à comparer à -3,53 M€ en 2014. Le résultat d'exploitation est pour ainsi dire à l'équilibre au 2^{ème} semestre 2015 (-0,07 M€) alors que le groupe enregistrait une perte d'exploitation de 1,17 M€ au 2^{ème} semestre de l'exercice précédent. Les charges d'exploitation baissent au global de 19% sur l'exercice, comprenant 800 K€ d'économies sur les coûts externes et une baisse de 8,5% de la masse salariale (après retraitement des indemnités de départ sur 2015). La réduction des effectifs (101 collaborateurs au 31 décembre 2015 contre 142 au 31 décembre 2014) a un impact non négligeable sur les charges, impact qui reste encore peu perceptible, la majeure partie des départs ayant eu lieu au 2^{ème} semestre.

Le résultat courant avant impôt ressort à -2,04 M€ au 31 décembre 2015 à comparer à -3,71 M€ sur l'exercice précédent.

Le groupe enregistre un résultat exceptionnel de -1,06 M€ (contre -0,35 M€ sur 2014), comprenant près de 800 K€ de charges exceptionnelles liées à la perte de valeur de certaines technologies.

Après imputation de l'impôt sur les sociétés à hauteur de 1,23 M€, **dont 1,20 M€ d'impôts différés** (2014 : déficit reportable de -0,88 M€), le résultat net des sociétés intégrées s'établit à -4,33 M€ à comparer à -3,28 M€ au 31 décembre 2014.

Au bilan, ADTHINK affiche des capitaux propres de 2,82 M€, l'endettement financier brut est de 4,21 M€ et la trésorerie du groupe s'élève à 2,97 M€, soit un endettement financier net de 1,24 M€.

Un groupe restructuré et renforcé pour poursuivre son développement

Après plus de 12 mois de réorganisations internes, ADTHINK opère en 2016 avec des structures renforcées et une stratégie redéfinie sur chacun de ses marchés.

- Dans la publicité en ligne, après de profondes mutations internes venant transformer le modèle de régie, les deux nouveaux pôles s'orientent positivement sur leurs marchés complémentaires. « Think », pôle media de vente d'audience premium, accueille de nouveaux clients majeurs, et le pôle « Performance » dispose de compétences renforcées pour commercialiser des inventaires externes puissants via les solutions d'achats programmatiques.
- Dans l'édition BtoC, le potentiel de croissance réside principalement dans l'activité « entertainment » grâce aux solides positions de ses sites et à des modèles efficaces. Le groupe retrouve des performances significatives dans cette activité alors que le « casual gaming » reste impacté par un environnement de marché très atomisé et extrêmement concurrentiel.
- Dans l'édition BtoB, l'activité démarre favorablement l'année avec une audience « IT Pro » toujours leader sur le secteur et une offre à la performance attractive pour les annonceurs.

Le développement du groupe intègre aussi désormais la contribution grandissante de « Big ». Cette plateforme de big data marketing aux fonctionnalités de ciblage ultra avancées se commercialise avec succès et constitue un nouveau levier de croissance rentable.

Bertrand Gros, Directeur général, indique : « Nous sommes sur le bon chemin pour renouer avec la rentabilité. Les efforts consentis en 2015 se traduisent sur les résultats et devraient avoir un impact encore plus significatif sur l'exercice en cours. Nos indicateurs sont aujourd'hui nettement plus favorables, que ce soit au niveau de la structure de charges qu'au niveau opérationnel. Confrontés à un environnement difficile, nous avons développé une solide connaissance de nos marchés. Sur 2016, nous comptons, avec Sylvain Morel et l'équipe de managers en place, dynamiser le développement commercial. »

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 24,4 M€ sur l'exercice 2015 et compte 101 personnes au 31 décembre 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