



Communiqué de presse

Tassin, le 20 décembre 2016

Un repositionnement stratégique

Dans la continuité de l'annonce effectuée lors de la publication de ses résultats semestriels, ADTHINK précise le repositionnement initié durant cette année 2016, sa stratégie de développement et ses perspectives.

Vers un "Digital Performance Advertising player"

Hier articulé autour de ses 2 pôles d'activités (monétisation d'audience et édition), le groupe ADTHINK MEDIA opère aujourd'hui un recentrage sur son pôle historique de monétisation d'audience pour devenir un pure player de la publicité à la performance.

Prochainement rebaptisé ADTHINK de manière officielle, le groupe bénéficiera d'une nouvelle identité et d'une meilleure lisibilité auprès de ses clients, partenaires et investisseurs.

Organisés autour d'un métier unique, les différents produits et activités actuelles de monétisation seront déclinés sous la dénomination ADTHINK (ADTHINK CPA, ADTHINK PULSE, ADTHINK TRADING DESK, ADTHINK ADNETWORK, ...) afin de développer et d'institutionnaliser la marque "ADTHINK".

Une cession stratégique envisagée du pôle "Publishing"

Concernant le pôle "Publishing" devenu non stratégique, ADTHINK et son management étudient les opportunités et options envisageables pour céder l'intégralité de ces actifs d'édition avec un effet relatif ou favorable pour les actionnaires.

Par ailleurs, ADTHINK souligne que cette cession envisagée sur le premier semestre 2017, devrait avoir un impact relativement limité sur le volume global de chiffre d'affaires. En effet, les synergies actuelles entre les 2 pôles d'activité devraient être significativement maintenues sous forme d'une relation commerciale exclusive entre ADTHINK et les acquéreurs de ces actifs.

Evolution vers un “One stop shop” du marketing et de publicité à la performance

Jusqu'à ce jour, bien qu'acteur d'intermédiation entre les annonceurs et les éditeurs, ADTHINK avait un positionnement marketing et commercial majoritairement orienté vers les éditeurs de sites souhaitant monétiser leurs audiences. Désormais, via son nouveau positionnement, ADTHINK va s'adresser prioritairement aux annonceurs en leur proposant une gamme complète de solutions de performance marketing et de publicité, devenant ainsi un véritable générateur de prospects et de ventes pour ces clients.

Ce nouveau positionnement de “One stop shop” confère à ADTHINK un modèle unique, pérenne et avec un fort potentiel de croissance organique.

Des perspectives sereines et confirmées

Déjà perceptible dans les performances globales du 1^{er} semestre 2016, la pertinence de ce virage stratégique se poursuit sur le second semestre de l'exercice en cours. Ce dernier bénéficie d'une remarquable dynamique interne, avec des équipes fédérées et motivées par ce nouveau positionnement unique et les réorganisations implicites de celui-ci. Il est également et notamment soutenu par des activités complémentaires, comme le réseau d'affiliation international « ADTHINK CPA » (cpa.adthink.com), récemment créé dans le cadre de la mise en avant d'un « Digital Performance Advertising Player » complet.

Une stratégie de croissance priorisée par la rentabilité

Concernant la stratégie de développement, ADTHINK réaffirme privilégier prioritairement la rentabilité à la croissance.

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 24,4 M€ sur l'exercice 2015 et compte 90 collaborateurs au 30 juin 2016.

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