

Communiqué de presse

Tassin-la-Demi-Lune, le 4 avril 2019

Résultats de l'exercice 2018 Retour à la rentabilité opérationnelle sur S2 Acquisition d'ALSINE SA

Comptes consolidés, audités, en M€	31 décembre 2018 - pro forma ¹	31 décembre 2018	31 décembre 2017
Chiffre d'affaires	13,51	11,96	22,02
EBITDA	-0,11	-0,40	1,83
Résultat d'exploitation	-0,61	-0,89	0,93
Résultat exceptionnel	-1,41	-1,42	3,87
Résultat net part du groupe	-2,64	-2,76	4,39

Adthink (ALADM) publie ses résultats pour l'exercice 2018, exercice durant lequel la société a opéré sur un périmètre d'activité sensiblement réduit (cession des activités non stratégiques) et s'est concentrée sur le développement de ses activités de publicité en ligne. Adthink annonce par ailleurs l'acquisition de 80 % du capital d'ALSINE SA, spécialiste en marketing digital.

Evolution favorable de la rentabilité entre les deux semestres

Tel qu'annoncé le 31 janvier dernier, Adthink a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 11,96 M€ en 2018 (2017 : 22,02 M€), en recul sous les effets du changement de périmètre lié à la cession des activités d'édition (IT News Info au 31 mars 2018, Orchidia Marketing SA au 30 juin 2017) et du ralentissement inattendu des dépenses publicitaires de clients exclusifs au second semestre.

Evolution semestrielle de l'EBITDA 2018

Comptes consolidés, audités, en M€	S2 – 2018	S1 – 2018
Chiffre d'affaires	4,77	7,19
<i>Charges d'exploitation</i>	4,95	8,05
EBITDA	0,05	-0,45

¹ Comptes pro-forma non audités

Adthink affiche un EBITDA de - 0,40 M€ au 31 décembre 2018 comparativement à 1,83 M€ sur l'exercice précédent. Après un premier semestre difficile et malgré un CA S2 inférieur aux attentes, **la société a renoué avec la rentabilité au 2^{ème} semestre**, générant un EBITDA de 0,05 M€. Elle a poursuivi ses réorganisations liées au recentrage des activités sur la publicité en ligne, l'effectif passant notamment de 79 collaborateurs au 31 décembre 2017 à 41 collaborateurs à fin 2018.

Après dotations et reprises aux amortissements et provisions pour un montant de - 486 K€, le résultat d'exploitation s'établit à -0,89 M€ (2017 : 0,93 M€). Le groupe enregistre un résultat exceptionnel de -1,42 M€, constitué principalement de survaleurs liées aux cessions et de charges de restructuration.

Le résultat net au 31 décembre 2018 s'établit à -2,76 M€. Au 31 décembre 2017 le résultat net s'élevait à 4,39 M€ incluant pour rappel un produit exceptionnel de 4,5 M€ lié à la cession d'Orchidia Marketing SA.

Au bilan, les capitaux propres s'élèvent à 4,69 M€ à fin 2018. La trésorerie, après remboursement d'emprunts échus, est de 1,39 M€ (2017 : 2,95 M€). L'endettement financier brut s'établit à 1,84 M€ (2017 : 3,2 M€), soit un endettement financier net limité à 0,45 M€.

Premier trimestre 2019 : renforcement de l'activité par croissance externe

Adthink annonce la réalisation d'une opération de croissance externe avec **l'acquisition d'ALSINE SA, spécialiste en marketing digital**, déjà partenaire de la société. Avec une équipe de 7 personnes, ALSINE apporte à Adthink une consolidation de son savoir-faire dans la conception de dispositifs d'acquisition de trafic et la génération de leads.

Adthink a acquis 80 % du capital d'ALSINE SA, le reste du capital de la société restant détenu par ses managers. Cette acquisition représente **un chiffre d'affaires annuel additionnel de l'ordre de 1,5 M€ et un EBITDA additionnel de 0,3 M€** pour Adthink en 2018 (pro forma) ; la société consolidera l'activité d'ALSINE SA au 1^{er} janvier 2019. Cette acquisition, relative dès son intégration, est financée par un emprunt bancaire.

Le 1^{er} trimestre 2019 est également marqué par un développement commercial favorable avec le gain de nouveaux clients – Groupe Bernard, Gaumont, Spartoo – et, le renouvellement de la confiance de budgets historiques tels que Pasquier ou Santé Publique France. Ces budgets publicitaires s'appuient principalement sur les offres Display et SEA.

Arnaud Lacroix, Directeur général, indique : « *L'année 2018 a été une année de transformation intense. Nous avons poursuivi nos restructurations en travaillant sur nos produits, notre marketing et nos coûts, dans un contexte clients compliqué (attentisme RGPD, report de budgets d'acquisition). Le retour à la rentabilité opérationnelle sur S2 est un indicateur très positif malgré un volume d'activité très en-dessous de nos attentes. Nous débutons 2019 avec une structure plus légère et plus affûtée. L'intégration d'ALSINE, société rentable et en croissance, ouvre de nouvelles perspectives de développement.* »

A propos de Adthink - Smart Performance Advertising

Adthink accompagne les annonceurs dans leur acquisition de prospects et de clients en ligne via une gamme complète de solutions de publicité à la performance : Affiliate Network, Display Network, Trading Desk, Customer Acquisition, Data Activation. Expert en monétisation d'audiences, Adthink propose aux éditeurs des solutions pour accroître leurs revenus publicitaires.

Créé en 2001, Adthink est présent à Lyon (siège social), Paris, Genève et Porto, et compte 41 collaborateurs à fin 2018. Son chiffre d'affaires 2018 s'élève à 12 millions d'euros.

Adthink est coté sur le marché Euronext Growth d'Euronext Paris (ALADM - FR0010457531) et fait partie du Top 100 Digital (étude PwC - Tech IN France, juillet 2018).

Plus d'informations sur : www.adthink.com

Contact

Presse&Com Ecofi : Paul-Marie Grosse - Tél. : +33 6 59 97 16 48 - pmgrosse@p-c-e.fr