

**Résultats du 1<sup>er</sup> semestre 2010 :**  
**Chiffre d'affaires en croissance de 24%**  
**Résultat d'exploitation en progression de 1,6 M€**

Comptes consolidés non audités, en K€	30 juin 2010	30 juin 2009	Evolution
Chiffre d'affaires consolidé	10 677	8 643	+24%
Résultat d'exploitation avant publicité	2 842	2 600	+9%
Résultat d'exploitation	460	(1 152)	+ 1.600 K€
Résultat net des sociétés intégrées <sup>(1)</sup>	256	(1 283)	+ 1 539 K€

*(1) Avant dotation avant amortissements des écarts d'acquisition*

**Une croissance à deux chiffres sur les 2 pôles d'activité**

Avec un chiffre d'affaires de 10,7 M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2010, ADTHINK MEDIA enregistre 24% de croissance de son activité. Cette croissance, entièrement organique, concerne aussi bien le pôle édition qui augmente de 10% que le pôle monétisation qui affiche une hausse de 48%.

**Activité Edition (57% du chiffre d'affaires du groupe) : +10%**

Le chiffre d'affaires de l'activité Edition s'élève à 6,1 M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2010.

Les services en ligne continuent d'enregistrer une forte progression du nombre d'inscrits: 9,5 millions d'inscrits dans la rencontre au 30 juin 2010, contre 8 millions 6 mois plus tôt, et 3,5 millions d'inscrits dans les jeux, contre 3 millions au 31 décembre 2009.

Par ailleurs le semestre est marqué par le retour à une conjoncture favorable pour le marché publicitaire qui s'est accompagné d'une nette reprise de l'activité des sites médias (+30%). Sa position de leader dans l'informatique professionnelle a ainsi permis à ADTHINK MEDIA de fidéliser un portefeuille d'annonceurs grands comptes, dont notamment IBM, Hewlett-Packard, Intel, Dell, SAP, Microsoft, Oracle.

**Régie / Monétisation - Trafic inclus (43% du chiffre d'affaires du groupe) : +48%**

L'activité de la régie ADVERTSTREAM a plus que doublé durant le semestre (+132%) Cette croissance rapide illustre la pertinence du modèle ADVERTSTREAM. En effet, avec une audience de 26 millions de visiteurs uniques<sup>1</sup>, le groupe optimise la monétisation des sites d'une part grâce à la puissance de ses offres publicitaires, et d'autre part grâce à sa capacité à réaliser des campagnes à la performance avec sa place de marché aux enchères [www.adsmarketplace.com](http://www.adsmarketplace.com) Cette technologie avancée avec ciblage comportemental constitue pour le groupe un avantage concurrentiel majeur qui lui permet de piloter toute sorte de campagnes publicitaires.

<sup>1</sup> Source : Médiamétrie, juin 2010

## 1<sup>ère</sup> étape dans la progression des résultats

ADTHINK MEDIA affiche un résultat d'exploitation positif de 0,5 M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2010, en progression de 1,6 M€ par rapport au résultat d'exploitation négatif de 1,2 M€ un an auparavant. Cette amélioration de la rentabilité d'exploitation est le fruit d'un double effet : l'effet volume induit par la progression du chiffre d'affaires et l'optimisation des dépenses publicitaires rendue possible à la fois par une diversification des sources de trafic et par une meilleure expertise d'achat.

Le groupe dégage également un résultat net des sociétés intégrées positif de 0,26 M€ en progression de près d'1 M€ par rapport au résultat négatif de 1,28 M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2010. Après 0,30 M€ de dotations aux amortissements des écarts d'acquisition, le résultat net consolidé groupe est légèrement positif (15 K€).

Au bilan, ADTHINK MEDIA présente une situation financière saine avec 6,1 M€ de capitaux propres, une trésorerie de 3 M€, en progression sur le semestre, et un endettement financier limité à 2,6 M€, en baisse au cours du semestre.

### Perspectives : un objectif de marge d'exploitation d'environ 10% en 2010

Bertrand GROS, Directeur Général, commente : *« Ces résultats constituent les premiers effets positifs de la stratégie de croissance et d'investissements que nous menons depuis plusieurs années pour atteindre un effet volume favorable à la rentabilité. Nous avons aujourd'hui atteint une taille critique qui nous permet de poursuivre la croissance du groupe en optimisant nos dépenses de publicité et en améliorant nos marges. »*

Compte tenu de ces perspectives favorables, ADTHINK MEDIA prévoit de réaliser une marge d'exploitation d'environ 10% en 2010.

### A propos d'ADTHINK MEDIA

---

Groupe Internet de Médias & Services fondé en 2001, ADTHINK MEDIA est un acteur global et majeur de l'internet en France articulé par 2 pôles d'activités complémentaires à fortes synergies, véritables catalyseurs de croissance du groupe : l'édition et la monétisation d'audience. Couplée à une forte culture technologique, cette configuration lui permet de se hisser rapidement parmi les leaders de chaque marché investi. Le groupe compte 93 personnes.

ADTHINK MEDIA a reçu le label OSEO.

[www.adthink-media.com](http://www.adthink-media.com)

Alternext - NYSE Euronext Paris : ALADM - FR0010457531

---

### Contacts

**AdThink Media** : Bertrand GROS - Sylvain MOREL – T : +33 4 78 42 90 99

**Actifin** : Anaïs de SCITIVAUX, Emilie DEBES – T : +33 1 56 88 11 11 – [edebes@actifin.fr](mailto:edebes@actifin.fr)