

Exercice 2013

- Un retour à la croissance organique : + 5,6%
- Des développements porteurs de croissance qui impactent les résultats sur l'exercice

Comptes consolidés, audités, en K€	31-12-013	31-12-12
Chiffre d'affaires consolidé	31 109	29 456
Résultat d'exploitation	1 236	3 464
Résultat financier	-110	-167
Résultat courant avant impôts	1 126	3 296
Résultat exceptionnel	-263	-145
Résultat net des sociétés intégrées*	530	2 200

*Avant dotation aux amortissements des écarts d'acquisition

Bertrand Gros, Directeur Général commente : « *Nous avons mené de nombreux développements technologiques et commerciaux qui marquent fortement nos résultats sur 2013. L'activité d'édition se consolide avec la prise de positions dans la mobilité et, l'activité monétisation innove avec de nouveaux produits et services de publicité en ligne adaptés aux évolutions technologiques du marché. 2013 a également été l'année de l'ouverture à l'international avec la création d'une filiale américaine, basée stratégiquement à Palo Alto dans la baie de San Francisco, afin d'accélérer le développement international. Notre groupe franchit des étapes majeures qui lui permettent de se positionner parmi les grands acteurs de la publicité en ligne ; il a investi fortement dans les leviers d'une croissance durable* ».

Une croissance organique de plus de 14% au 2^{ème} semestre

ADTHINK MEDIA a enregistré une forte progression d'activité au second semestre 2013 (CA +14,5%) qui porte son chiffre d'affaires annuel à 31,11 M€ soit, une croissance organique de 5,6% sur l'ensemble de l'exercice. Cette évolution s'appuie principalement sur des gains de parts de marché dans les activités d'édition BtoC générés par d'importants investissements publicitaires.

Des développements majeurs sur les deux pôles d'activités

Les activités de publicité en ligne et monétisation d'audience ont bénéficié d'importantes ressources.

La régie publicitaire ADVERTSTREAM a continué la mutation de ses activités pour s'adapter à l'évolution du marché publicitaire online et a également poursuivi le développement de son outil technologique propriétaire, afin de répondre à la demande des achats programatiques en RTB.

La plateforme d'Audience Data Exchange baptisée « BIG » a été finalisée fin 2013. Son lancement commercial est prévu avant la fin du 1^{er} semestre 2014.

Mailkitchen.com, une solution selfservice de routage emailing à destination des TPE/PME, a été lancée fin 2013 sur le marché francophone, et s'ouvre progressivement sur de nombreux pays, conformément à la stratégie annoncée.

Les activités d'édition BtoC ont bénéficié de forts investissements à la fois publicitaires et humains, afin de prendre le virage de l'international et de la mobilité dès 2014.

Des résultats impactés par les récents développements

ADTHINK MEDIA affiche un résultats d'exploitation de 1,24 M€ au 31 décembre 2013 à comparer à 3,46 M€ sur l'exercice 2012. Le recul du résultat repose essentiellement sur une forte hausse des dépenses publicitaires et sur l'augmentation de la masse salariale :

- Les dépenses publicitaires, principalement attribuées aux sites BtoC ont atteint 7,71 M€ (4,68 M€ en 2012)
- La masse salariale s'est accrue de 15%, intégrant l'embauche de 26 collaborateurs sur l'exercice, tous affectés au déploiement des nouveaux produits et services. L'effectif du groupe a ainsi augmenté de 50% en deux ans et représente un total de 147 collaborateurs à fin décembre 2013.

Le résultat financier du groupe est de – 0,11 M€ au 31 décembre 2013, en amélioration par rapport à l'exercice précédent (- 0,17 M€) et, le résultat courant avant impôt ressort à 1,13 M€ (contre 3,30 M€ en 2012).

Le groupe affiche une perte exceptionnelle de 0,26 M€ après impact d'une dotation exceptionnelle aux amortissements et provisions de 0,28 M€ (vs 0 en 2012) principalement liée à l'attribution d'actions gratuites.

Le résultats net des sociétés intégrées (résultat avant dotation aux écarts d'acquisition) est de 0,53 M€ (contre 2,20 M€ sur l'exercice 2012) et, le résultat net part du groupe ressort à 920 € au 31 décembre 2013 en comparaison à 1,68 M€ sur l'exercice 2012.

Un bilan solide

Les capitaux propres d'ADTHINK MEDIA sont relativement stables à 11,54 M€ au 31 décembre 2013 comparativement à 11,62 M€ au 31 décembre 2012.

L'endettement financier ressort à 3,28 M€ au 31 décembre 2013, en hausse par rapport à 1,66 M€ sur l'exercice précédent. Rappelons qu'ADTHINK MEDIA Media a obtenu en septembre 2013 un crédit bancaire de 4 M€ débloable sur 12 mois pour financer son développement. 2 M€ ont été prélevés sur ce crédit à fin 2013.

La trésorerie du groupe au 31 décembre 2013 s'élève à 5,91 M€, en hausse par rapport à celle du 31 décembre 2012 (3,67 M€).

Une année 2014 axée sur l'internationalisation et le déploiement commercial des nouvelles offres du groupe

ADTHINK MEDIA entre dans la sphère des adexchange en RTB. Le groupe accède progressivement aux inventaires des grandes places de marché de publicité en ligne (telles que Google Adexchange) et, concomitamment, augmente via différentes plateformes ses capacités de ciblage et de monétisation.

Suite à ces nombreux investissements technologiques innovants réalisés et, à l'internationalisation des ces services, ADTHINK MEDIA réunit l'ensemble des facteurs nécessaires à la poursuite d'une croissance durable et rentable.

A propos d'ADTHINK MEDIA

Groupe média Internet, ADTHINK MEDIA 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 compte 147 personnes.

ADTHINK MEDIA est certifiée "Entreprise Innovante" par OSEO Innovation et est éligible aux FCPI

www.adthink-media.com

Alternext - NYSE Euronext 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