



Communiqué de presse

Tassin-la-Demi-Lune, le 7 février 2020

Chiffre d'affaires de l'exercice 2019

Adthink (ALADM) publie un chiffre d'affaires consolidé de 10,02 M€¹ pour son exercice clos le 31 décembre 2019 (contre 11,98 M€ en 2018). L'année 2019 a été principalement marquée par le ralentissement de certaines de ses activités publicitaires, par l'acquisition et la consolidation de Alsine au 1^{er} janvier 2019 et par des effets encore perceptibles du changement de périmètre initié depuis 3 ans.

Au 31 décembre 2019, le chiffre d'affaires consolidé de Adthink s'établit à 10,02 M€, en recul de 2 M€ par rapport à celui de 2018 :

- Sur le périmètre des solutions publicitaires (hors activités de monétisation de Alsine), Adthink rencontre une baisse significative de l'activité de 3 M€ dont la moitié est liée à l'annulation d'intercontrats sur Alsine qui était auparavant client de l'Affiliate Network.
- Comme annoncé dans le communiqué du 4 avril 2019, sur la pleine année 2019, les activités de Alsine, acquises par Adthink le 1^{er} janvier 2019, ont contribué à 1,5 M€ de chiffre d'affaires additionnel. Adthink valide sa décision stratégique d'acquisition de Alsine. Cependant, suite à une croissance très inférieure courant 2019 par rapport aux perspectives internes espérées au moment de l'acquisition, un changement de management et d'organisation a été opéré lors du dernier trimestre 2019. Une forte réduction de charges fixes a été également réalisée. Restructurée, Alsine projette une croissance à deux chiffres pour 2020.
- Enfin, cette variation de CA intègre un reliquat d'effet de périmètre lié à la cession de IT News Info le 31 mars 2018 conformément à la stratégie de cession des activités d'édition (IT News Info avait contribué à hauteur de 0,5 M€ à l'activité en 2018).

¹ Non audité

Parmi les activités du groupe :

- L'« **Agence** », qui regroupe maintenant les solutions Trading Desk et Display Network, devient l'activité la plus contributrice en chiffre d'affaires sur 2019. Adthink bénéficie d'un partenariat de diffusion avec Google lui permettant de proposer une offre de monétisation publicitaire complète aux clients éditeurs, complétée début 2020 par un partenariat avec Amazon. Côté clients annonceurs, de nouvelles offres ont fait leurs preuves, notamment le Drive-to-Store avec de grands succès dans le secteur de la distribution automobile. Cette solution permet de déployer des campagnes géolocalisées augmentant le trafic physique en points de vente. L'Agence anticipe une croissance de 10 % en 2020.

- L'« **Affiliate Network** », l'activité la plus contributrice au chiffre d'affaires en 2018 est en forte décroissance sur l'exercice 2019 sous les effets combinés de la concurrence des acteurs à la performance et de l'intégration par Adthink de son principal client, Alsine. Une reprise de la croissance est néanmoins attendue pour 2020 grâce au lancement de nouvelles offres exclusives et aux budgets annoncés par ses clients. Janvier montre déjà des signes très encourageants pour l'Affiliate Network avec une reprise de l'activité Alsine, des budgets déjà atteints et même dépassés, et un retour à la rentabilité opérationnelle.

- « **MailKitchen** », solution de routage emailing, a produit un chiffre d'affaires similaire à celui de l'exercice précédent. La difficulté rencontrée par la baisse d'activité de ses clients "Elite" à très fortes volumétries a été compensée par une nouvelle stratégie de développement depuis le milieu de l'année. Cette stratégie se base sur un déploiement à l'international en s'appuyant sur des offres plus accessibles et soutenue par une campagne d'acquisition clients agressive.

- Les « **Comparateurs** », activité de génération de trafic à très haute valeur ajoutée, a vu son volume d'affaires multiplié par 8. Tirant parti de l'expertise Adthink en matière de SEA (*Search Engine Advertising*), notamment avec Google, les clients des Comparateurs bénéficient d'un trafic qualifié à forte intention d'achat. Les clients n'étant facturés qu'au prospect ou au premier acte d'achat, il s'agit d'un modèle de performance pure qui rencontre un fort succès. Une croissance annuelle de 75 % est projetée pour 2020.

- « **Adthink Labs** », cette nouvelle activité lancée en 2019, rassemblant plusieurs projets à fort potentiel de scalabilité et d'hyper-croissance, est dès cette année contributive au chiffre d'affaires. Le premier projet des Labs, basé sur l'achat/revente de trafic CPC (coût par clic), a délivré des millions de clics, d'heures de vidéos publicitaires et de notifications "push" à ses clients, dont plus de 2,5 millions de clics à Google. Un doublement du CA est attendu pour ce projet en 2020. D'autres projets sont déjà en phase de conception ou de lancement, notamment dans les marchés dynamiques du SaaS et des services media premium, avec des modèles de revenus récurrents.

Jonathan Métilon, Directeur général délégué, précise : « *Le niveau d'activité est loin des objectifs fixés pour l'exercice 2019. La diminution du chiffre d'affaires généré par l'Affiliate Network explique en grande partie le repli global de l'activité. Cette diminution s'expliquant elle-même par une acquisition stratégique. Cet exercice est par ailleurs contrasté par le dynamisme de nos solutions telles que les Adthink Labs, les Compareurs et l'Agence. Nous sommes confiants pour les prochains exercices car Adthink, en plus de son expérience du digital marketing, possède la structure et tous les outils pour renouer avec une croissance rentable.* »

Sébastien Balestas, Directeur général délégué, ajoute : « *L'exercice 2019 avait pour objectif premier de renouer avec l'équilibre financier ; équilibre qui semble se profiler. Le challenge pour Adthink en 2020 sera d'allier croissance et rentabilité. Le lancement et la consolidation des nouveaux produits de Adthink seront le moteur de cette feuille de route que nous nous fixons. Les perspectives sont encourageantes même si les règles du marché se complexifient. Adthink a démontré à de nombreuses reprises sa capacité à rebondir et à repenser son business model. Ces travaux sont en œuvre, ce qui nous donne confiance en l'avenir et les moyens d'atteindre cet objectif.* »

Les résultats annuels 2019 de Adthink seront publiés le 2 avril 2020 avant l'ouverture des marchés.

A propos de Adthink

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. Expert en monétisation d'audiences, Adthink propose aux éditeurs des solutions pour accroître leurs revenus.

Créé en 2001 pour mettre sur le marché la première offre publicitaire en streaming vidéo, Adthink est maintenant présent à Lyon (siège social), Paris, Genève et Porto et compte 40 collaborateurs à fin décembre 2019. Son chiffre d'affaires 2019 s'élève à 10 millions d'euros.

Adthink est coté sur le marché Euronext Growth de Euronext Paris (ALADM - FR0010457531) et fait partie du Top 100 Digital (étude PwC - TECH IN France, juillet 2018). Listing Sponsor : Genesta, Hervé Guyot, tél. : +33 (0)1 45 63 68 60, email : hguyot@genesta-finance.com

Plus d'informations sur : <https://adthink.com>

Contact presse

Presse & Com Ecofi : Paul-Marie Grosse - Tél. : +33 (0)6 59 97 16 48 - pmgrosse@p-c-e.fr