

ADTHINK

Smart Performance Advertising

**RAPPORT D'ACTIVITE
du 1er semestre 2017**

Communiqué de presse
2017

Tassin, le 27 septembre

Résultats du 1^{er} semestre 2017

Progression de la rentabilité opérationnelle

Bénéfice net élevé

Comptes consolidés, audités, en M€	30 juin 2017	30 juin 2016
Chiffre d'affaires consolidé	11,23	12,52
EBITDA	1,21	1,40
Résultat d'exploitation	0,63	0,56
% CA	5,6 %	4,5 %
Résultat courant avant impôt	0,55	0,50
Résultat net des sociétés intégrées	4,52	0,35

ADTHINK (ALADM) annonce des résultats en progression au 30 juin 2017, marqués par la nouvelle stratégie mise en place courant 2016.

Un résultat d'exploitation en hausse de 13 %

ADTHINK améliore sa rentabilité au 30 juin 2017 malgré un chiffre d'affaires en retrait à 11,23 M€. Le groupe enregistre une croissance forte de 46 % dans ses activités de publicité en ligne (CA : 6,62 M€) et, un recul structurel dans l'activité d'édition devenue non stratégique (CA : 4,62 M€). Le périmètre d'activité est identique sur la période, la cession d'Orchidia Marketing SA étant effective au 30 juin 2017 (cf. communiqué du 5 juillet 2017).

L'EBITDA au 30 juin 2017 s'élève à 1,21 M€, à comparer à 1,40 M€ sur la même période de l'exercice précédent. Cet indicateur inclut un poste « productions immobilisées » de 56 K€ qui était nettement supérieur au 30 juin 2016 (300 K€). Cette diminution résulte de l'aboutissement d'un cycle d'investissements technologiques et de l'ouverture ponctuelle à des technologies non propriétaires, en complément des outils développés en interne.

Le résultat d'exploitation s'élève à 0,63 M€, en progression de 13 %, principalement sous l'effet d'une baisse de la masse salariale de 23 % et d'un recul des charges externes (- 8 %).

Le semestre est marqué par un résultat exceptionnel d'un montant de 4,1 M€, comprenant un produit exceptionnel de 4,5 M€ lié à la cession effective d'Orchidia Marketing SA.

En forte hausse, le résultat net des sociétés intégrées atteint 4,52 M€ au 30 juin 2017, à comparer à 0,35 M€ sur la même période de l'exercice précédent.

Solide renforcement des capitaux propres

Au bilan, ADTHINK affiche des capitaux propres en hausse à 7,5 M€. La trésorerie, après impact de la cession d'Orchidia Marketing SA, s'élève à 1,7 M€. L'endettement financier brut baisse de 0,5 M€ à

2,7 M€, soit un endettement financier net de 1 M€. Le taux d'endettement du groupe au 30 juin 2017 ressort à 13 %.

Un repositionnement stratégique qui offre des perspectives très favorables

Bientôt totalement recentré sur son expertise historique de monétisation d'audience, ADTHINK devient un pure player sur le marché à fort potentiel du marketing digital et de la publicité à la performance, en France et à l'international.

Au service des annonceurs, éditeurs et agences, le groupe se développe via une organisation structurée autour de : ADTHINK CPA (plateforme d'affiliation), ADTHINK Trading Desk (achats publicitaires programmatiques), ADTHINK Adnetwork (réseau publicitaire), ADTHINK Pulse (performance marketing) et ADTHINK Data Marketing (solutions de ciblage).

Ces activités, qui représentent **59 % du chiffre d'affaires du groupe au 30 juin 2017** (36 % au 30 juin 2016), montent en puissance et offrent des perspectives très favorables. ADTHINK Adnetwork et ADTHINK CPA se développent notamment à un rythme soutenu, la plateforme d'affiliation bénéficiant d'un déploiement rapide à l'international.

Bertrand Gros, Directeur général et co-fondateur ajoute : « *ADTHINK améliore à nouveau sa rentabilité grâce à une organisation et à une structure de coûts optimisées depuis 2016. La nouvelle stratégie que nous avons mise en place crée une dynamique très positive. Le développement de notre activité sur les marchés en forte croissance du marketing digital et de la publicité à la performance est très encourageant. Nous allons ainsi investir en ressources commerciales sur cette unique activité pour accélérer notre croissance* ».

A propos d'ADTHINK MEDIA

ADTHINK est un des principaux acteurs français du marketing et de la publicité à la performance. Fondé en 2001, le groupe a réalisé un chiffre d'affaire de 25,6 M€ sur l'exercice 2016 et comptait 82 collaborateurs au 30 juin 2017.

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

www.adthink-media.com – Euronext Growth Paris : ALADM - FR0010457531

Contacts

ADTHINK MEDIA : Bertrand GROS – Sylvain MOREL – T : +33 4 78 42 90 99

Presse&Com Ecofi : Ségolène de Saint Martin – T : +33 6 16 40 90 73 – sdestmartin@p-c-e.fr

Communiqué de presse

Tassin, le 5 juillet 2017

Cession de l'activité d'édition BtoC de "dating"

En cohérence avec sa stratégie de repositionnement sur les marchés du marketing digital et de la publicité à la performance, ADTHINK annonce la cession de sa filiale ORCHIDIA MARKETING SA au sein de laquelle étaient réunies les activités d'édition dans le « dating » devenues non stratégiques.

Conformément aux informations communiquées en décembre dernier, ADTHINK opère depuis 2016 un recentrage stratégique sur son pôle d'activité historique de monétisation d'audience et devient un pure player du marketing digital et de la publicité à la performance.

Dans ce contexte, **le groupe a cédé 100% du capital de sa filiale d'édition BtoC dédiée au secteur du « dating », ORCHIDIA MARKETING SA, qui est désormais détenue par son propre manager Claude Guerrier.**

Le prix de cette cession est de 4 500 000 € avec un complément de prix de 700 000 € lié aux performances économiques d'ORCHIDIA MARKETING SA sur 3 ans soit jusqu'au 31-12-19. ADTHINK accompagne l'acquéreur dans le financement de cette opération via un crédit vendeur d'une durée de cinq ans comprenant de solides garanties.

Signée le 5 juillet 2017 avec une prise d'effet rétroactive au 30 juin 2017, cette cession aura un impact limité, de l'ordre de 1 M€, sur le chiffre d'affaires annuel d'ADTHINK grâce à un accord commercial exclusif conclu avec l'acquéreur. Cet accord commercial permet à **ADTHINK CPA, plateforme d'affiliation du groupe ADTHINK, d'assurer l'acquisition d'audience de l'ensemble des actifs d'ORCHIDIA MARKETING SA durant 5 ans.**

ADTHINK bénéficie d'une dynamique d'activité soutenue sur les marchés en croissance du marketing digital et de la publicité à la performance. Le groupe apporte aux annonceurs une gamme complète de solutions marketing et publicitaires, génératrices de prospects et de ventes, en ligne avec leurs objectifs d'investissements.

Conforté par cette dynamique, ADTHINK entend poursuivre son plan de cession des activités d'édition qui restent aujourd'hui principalement constituées d'IT NEWS INFO, un des acteurs majeurs de l'édition informatique BtoB.

Le chiffre d'affaires du premier semestre 2017 d'ADTHINK sera publié le 28 juillet 2017 (avant ouverture du marché)

A propos d'ADTHINK

ADTHINK est un des principaux acteurs français du marketing et de la publicité à la performance. Fondé en 2001, le groupe a réalisé un chiffre d'affaire de 25,6 M€ sur l'exercice 2016 et comptait 80 collaborateurs au 31 décembre 2016.

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

www.adthink-media.com - Euronext Growth Paris : ALADM - FR0010457531

Contacts

ADTHINK: Bertrand GROS - Sylvain MOREL – T : +33 4 78 42 90 99

Presse&Com Ecofi : Ségolène de Saint Martin – T : +33 6 16 40 90 73 – sdestmartin@p-c-e.fr

Communiqué de presse Tassin-la-Demi-Lune, le 13 octobre 2017

ADTHINK DÉVOILE SES AMBITIONS DE CROISSANCE A 3 ANS

ADTHINK (ALADM) veut capitaliser sur la solidité de son modèle de pure player de la publicité à la performance.

Le recentrage de ses offres autour des problématiques des annonceurs, l'utilisation mixte de technologies propriétaires et non-propriétaires et une stratégie de conquête à l'international doivent permettre à l'entreprise de croître de 25 % par an pour dépasser les 45 millions d'euros de CA d'ici 2020.

1. Le point de départ : les besoins des annonceurs

Dans un marché de la publicité digitale encore en croissance d'au moins 10 % par an d'ici 2020, les annonceurs font face à trois enjeux :

- **Exigence de ROI** : Internet a 20 ans. Les annonceurs ont progressé en maturité en ce qui concerne leurs dépenses publicitaires digitales, et même si de nouvelles « frontières » apparaissent régulièrement (la vidéo aujourd'hui), la mesure du ROI est systématisée dans les directions du Marketing, mesure facilitée par les outils de tracking. Au-delà de la mesure, c'est un ROI positif qui est attendu.
- **Complexité des savoir-faire** : contexte réglementaire, tolérance des internautes (adblockers), automatisation des process (header bidding), programmation, RTB, trading des audiences, analyse des data, rôle du duopole Facebook/Google, etc. Le métier de la publicité digitale est en bouleversement permanent et les techniques d'acquisition font appel à des compétences et des outils de plus en plus sophistiqués.
- **Internationalisation** : les relais de croissance d'une majorité d'annonceurs français et européens se situent au-delà de leurs frontières d'origine. Leurs investissements publicitaires sont amenés à se déployer sur ces nouveaux marchés, l'enjeu étant de parvenir à mettre en place des dispositifs marketing performants localement tout en gardant le contrôle de leur diffusion et de leur message.

2. La réponse Adthink : un mix équipe et technologie rare

Acteur de référence depuis 2001 sur le marché de la publicité à la performance, Adthink a déployé un panel de compétences uniques sur ce métier, incarné aujourd'hui par une équipe de près de 50 professionnels de 33 ans de moyenne d'âge et parlant 10 langues, ainsi qu'un portefeuille technologique abouti et une connaissance des technologies Adtech du marché.

Ce sont aujourd'hui 5 solutions qui sont proposées aux annonceurs :

- **L'Affiliate Network** : lancé en 2015 depuis les Etats-Unis en anticipation des évolutions du marché, l'Affiliate Network d'Adthink est en train de s'imposer dans le paysage des plateformes d'affiliation. Il utilise une technologie externe, très robuste et paramétrable. Adthink a testé et mis en place une organisation originale s'appuyant sur une équipe de traders indépendants, les Associates, qui dynamisent les performances du network avec une structure de coût 100 % flexible. 75 % des clients du Network sont internationaux.
- **Le Display Network** : Adthink a développé une technologie propriétaire, AdAccess, adaptée aux nouveaux formats publicitaires (native advertising, mobile, vidéo) et 100 % RTB. La plateforme délivre plus d'un milliard d'impressions chaque mois, grâce à ses connexions avec de très nombreux sites éditeurs, et est déjà fortement internationalisée avec 50 % de son trafic basé hors de France. Côté éditeur, elle propose un e-cpm supérieur à la moyenne.
- **Le Trading Desk** : Adthink a développé une expertise des achats programmatiques (via notamment une bonne maîtrise des algorithmes) lui permettant d'être présent sur les DSP du monde entier et de répondre à tous les briefs des annonceurs internationaux les plus exigeants en matière de ciblage et puissance publicitaire.
- **La Customer Acquisition** : Adthink dispose d'une cellule d'intelligence marketing qui conçoit et met en place des dispositifs d'activation de trafic, pour accroître les performances d'une campagne. Adthink a notamment développé une très bonne connaissance des outils de captation et qualification de prospects.
- **La Data Activation** : positionné très tôt sur le marché de la data avec la création de la première place de marché de data (BIG), Adthink propose aux annonceurs de valoriser la data (propriétaire et/ou disponible) pour positionner leurs messages "au bon endroit, au bon moment". Adthink a notamment développé une offre innovante d'e-mail targetting qui permet d'identifier de nouveaux prospects hors des bases des annonceurs et de déclencher un message publicitaire.

Adthink dispose ainsi d'un panel de solutions métier, véritables leviers de performance publicitaire, qui ont fait leurs preuves, mobilisables indépendamment ou collectivement en fonction des objectifs des annonceurs, de la TPE à la multinationale : visibilité, leads, conversion. Avec ce positionnement d'expert, Adthink ne se place pas en tant que concurrent des géants Google et Facebook, mais comme partenaire des annonceurs dans leur quête de performance sur ces carrefours d'audience.

3. Un développement « scalable »

Aujourd'hui recentré sur son activité historique de pure player de la publicité à la performance après avoir annoncé la cession de ses activités de Publishing, Adthink va bénéficier d'un positionnement clair vis-à-vis des annonceurs, qu'il entend bien faire connaître.

Sur les trois prochaines années, les efforts vont porter sur :

- **Le développement commercial**, en France et à l'étranger, avec une Sales House renforcée et transversale, capable de proposer ses 5 solutions. A l'international, la croissance d'Adthink va reposer sur la déployabilité rapide de l'Affiliate Network, avec le souhait dans un premier temps d'étendre les positions en Allemagne, Italie, Espagne, au Royaume-Uni et dans les pays de l'Est.
- **La technologie** : l'entreprise continuera de faire évoluer sa Place de marché privée et ses outils de Data activation. A l'image de son Affiliate Network, Adthink préfère utiliser et assembler les briques technologiques disponibles sur le marché pour se concentrer sur les investissements réellement créateurs de valeur.

Adthink entend préserver sa rentabilité opérationnelle en pilotant ces développements avec une structure de coûts légère et variabilisée, s'appuyant sur un socle corporate fort et un écosystème de partenaires et d'experts indépendants mobilisés de manière flexible. Ce mode de développement est rendu possible par les nouvelles formes de travail, permettant de mobiliser des compétences spécifiques au meilleur coût et sur de multiples fuseaux horaires.

Les cessions récentes et à venir des activités Publishing renforcent la capacité d'auto-financement de l'entreprise. Un appel au marché pourra être envisagé, notamment en vue d'une éventuelle opération majeure de croissance externe qui permettrait d'accélérer le développement.

4. Une nouvelle identité pour porter cette nouvelle vision **Smart Performance Advertising** :

Cette signature, promesse d'efficacité et d'expertise, incarne la solidité du modèle de pure player de la publicité à la performance. Elle se présente avec un nouveau logo, épuré et angulaire. La couleur bleu "hyperlien" est un clin d'oeil au métier de générateur de conversions digitales. Le lettrage déconstruit mais néanmoins compréhensible exploite la capacité d'interprétation et d'imagination, base du message publicitaire.

Adthink met en ligne aujourd'hui son nouveau site internet : www.adthink.com. La nouvelle identité sera progressivement déployée sur tous les outils de communication de l'entreprise.

ADTHINK

Smart Performance Advertising

A propos d'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 : Affiliate Network, Display Network, Trading Desk, Client Acquisition, Data Activation. Créé en 2001, Adthink est présent à Lyon (siège social), Paris, Genève et Palo Alto. Son chiffre d'affaires 2016 s'élève à 25,6 millions d'euros.

Adthink est coté sur le marché Euronext Growth de la Bourse de Paris (ALADM - FR0010457531). Adthink est certifiée "Entreprise Innovante" par OSEO Innovation et est éligible aux FCPI.

Plus d'informations sur : www.adthink.com

Contact : Ségolène de Saint-Martin – Tél. : +33 6 16 40 90 73 – sdestmartin@p-c-e.fr

Comptes consolidés intermédiaires au 30 juin 2017

Groupe ADTHINK MEDIA

Groupe ADTHINK MEDIA

79 rue François Mermet
69160 Tassin

Période du 1^{er} janvier au 30 juin 2017

Grant Thornton

SA d'Expertise Comptable et
de Commissariat aux Comptes
au capital de 2 297 184 €
inscrite au tableau de l'Ordre de la région
Paris et membre de la Compagnie
régionale de Versailles
RCS Nanterre B 632 013 843
Cité internationale
44, quai Charles de Gaulle
CS 60095
69463 Lyon Cedex 06

SOMMAIRE

1	BILAN CONSOLIDE	12
2	COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE	14
3	TABLEAU DES FLUX DE TRESORERIE CONSOLIDE.....	15
4	PRESENTATION DU GROUPE ET FAITS MARQUANTS DE LA PERIODE .	16
4.1	Présentation du groupe.....	16
4.2	Faits marquants de la période.....	16
5	REFERENTIEL COMPTABLE, MODALITES DE CONSOLIDATION, METHODES ET REGLES D'EVALUATION.....	16
5.1	Référentiel comptable.....	16
5.2	Modalités de consolidation	17
5.2.1	Méthodes de consolidation	17
5.2.2	Méthode de conversion.....	17
5.2.3	Ecarts d'acquisition	17
5.2.4	Amortissement de l'écart d'acquisition	19
5.2.5	Dates de clôture	19
5.3	Méthodes et règles d'évaluation.....	20
5.3.1	Immobilisations incorporelles	20
5.3.2	Immobilisations corporelles	20
5.3.3	Participations, autres titres immobilisés, valeurs mobilières de placement et actions propres	20
5.3.4	Créances	21
5.3.5	Crédit impôt recherche / innovation	21
5.3.6	Trésorerie et équivalents de trésorerie.....	21
5.3.7	Capitaux propres.....	21
5.3.8	Provisions pour risques et charges.....	22
5.3.9	Indemnités de départ à la retraite :	22
5.3.10	Reconnaissance du chiffre d'affaires	22
5.3.11	Impôt sur les bénéfices	23
5.3.12	Résultat par action	24
6	INFORMATIONS RELATIVES AU PERIMETRE DE CONSOLIDATION	25
6.1	Principes	25

6.2	Liste des sociétés consolidées.....	25
7	COMPARABILITE DES COMPTES.....	25
7.1	Evolution du périmètre de consolidation	25
7.1.1	Acquisitions et création de la période.....	25
7.1.2	Cessions de la période	25
7.1.1	Fusion/Scission /APA.....	25
7.2	Changement de méthode et correction d'erreur	25
8	EXPLICATIONS DES POSTES DU BILAN ET DU COMPTE DE RESULTAT ET DE LEURS VARIATIONS (EN MILLIERS DE EUROS).....	26
8.1	Postes du bilan.....	26
8.1.1	Actif immobilisé.....	26
8.1.2	Actif circulant.....	27
8.1.3	Capitaux propres.....	28
8.1.4	Provisions	29
8.1.5	Emprunts et dettes financières.....	29
8.1.6	Autres dettes et comptes de régularisations.....	29
8.2	Postes du compte de résultat	30
8.2.1	Ventilation du chiffre d'affaires	30
8.2.2	Autres produits d'exploitation	30
8.2.3	Charges de personnel.....	30
8.2.4	Dotations aux amortissements et aux provisions.....	30
8.2.5	Charges et produits financiers	31
8.2.6	Charges et produits exceptionnels	31
8.2.7	Impôt sur les bénéfices	32
9	AUTRES INFORMATIONS	32
9.1	Présentation du compte de résultat	32
9.2	Evénements postérieurs à la clôture.....	32
9.3	Engagements hors bilan :	33
9.3.1	Engagements reçus	33
9.3.2	Engagements donnés	33
9.4	Effectif.....	33

1 Bilan consolidéEn Milliers
d'Euros

ACTIF		30/06/2017	31/12/2016
Actif immobilisé :			
Ecarts d'acquisition	Note 8.1.1.1	2 013	2 013
Immobilisations incorporelles	Note 8.1.1.2	1 313	1 788
Immobilisations corporelles	Note 8.1.1.3	334	293
Immobilisations financières	Note 8.1.1.4	177	246
Titres mis en équivalence	Note 8.1.1.5	0	0
Total de l'actif immobilisé		3 836	4 339
Actif circulant :			
Stocks et en-cours			
Clients et comptes rattachés	Note 8.1.2.1	5 043	5 814
Autres créances et comptes de régularisation		6 057	1 881
Valeurs mobilières de placement		256	217
Disponibilités		1 774	2 961
Total de l'actif circulant		13 129	10 873
TOTAL ACTIF		16 966	15 212

En Milliers
d'Euros

PASSIF		30/06/2017	31/12/2016
Capitaux propres :			
Capital		1 839	1 839
Réserves consolidées		1 281	1 035
Ecart de conversion		(31)	(56)
Résultat consolidé		4 491	244
Autres		0	0
Capitaux propres (part du groupe) :		7 580	3 063
Intérêts minoritaires :		94	67
Capitaux propres de l'ensemble consolidé	Note 8.1.3	7 674	3 130
Provisions			
Ecart d'acquisition négatif			
Impôts différés passifs		94	38
Autres provisions		221	266
Total provisions	Note 8.1.4	315	304
Dettes :			
Emprunts et dettes financières	Note 8.1.5	3 432	3 921
Fournisseurs et comptes rattachés		2 724	3 746
Autres dettes et comptes de régularisation	Note 8.1.6	2 819	4 111
Total dettes		8 976	11 777
TOTAL PASSIF		16 966	15 212

2 Compte de résultat consolidé

En Milliers
d'Euros

		30/06/2017	30/06/2016
Chiffre d'affaires	Note 8.2.1	11 231	12 520
Production stockée			
Production immobilisée		57	300
Production		11 288	12 820
Autres achats et charges externes		7 082	7 676
Charges de personnel (inclus participation des salariés)	Note 8.2.3	2 772	3 608
Impôts et taxes		151	143
Dotations aux amortissements et aux provisions	Note 8.2.4	603	857
Autres produits d'exploitation	Note 8.2.2	44	118
Autres charges d'exploitation		91	91
Résultat d'exploitation		633	562
Résultat financier	Note 8.2.5	(86)	(65)
Résultat courant des entreprises intégrées		547	497
Charges et produits exceptionnels	Note 8.2.6	4 123	(191)
Impôts sur les bénéfices	Note 8.2.7	96	22
Impôts différés sur les bénéfices	Note 8.2.7	56	(70)
Résultat net des entreprises intégrées		4 518	354
Quote-part dans les résultats des entreprises mises en équivalence		0	0
Dotations aux amortissements des écarts d'acquisition		0	331
Résultat net de l'ensemble consolidé		4 518	23
Intérêts minoritaires		27	(23)
Résultat net (part du groupe)		4 491	45
Résultat par action		0,744	0,008
Résultat dilué par action		0,694	0,007

3 Tableau des flux de trésorerie consolidéEn Milliers
d'Euros

	30/06/2017	30/06/2016
FLUX DE TRESORERIE LIES A L'ACTIVITE		
Résultat net des sociétés intégrées	4 518	23
Elimination des charges et produits sans incidence sur la trésorerie ou non liés à l'activité :		
- Résultats des sociétés mises en équivalence		
- Amortissements et provisions	541	1 170
- Variation des impôts différés	56	(70)
- Plus-values de cession, nettes d'impôt	(4 216)	(5)
MARGE BRUTE D'AUTOFINANCEMENT DES SOCIETES INTEGREES	899	1 118
VARIATION DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT LIE A L'ACTIVITE	(5 081)	(803)
Flux net de trésorerie généré par l'activité	(4 181)	315
FLUX DE TRESORERIE LIES AUX OPERATIONS D'INVESTISSEMENT		
Acquisition d'immobilisations	(372)	(297)
Cession d'immobilisations, nettes d'impôt	223	10
Incidence des variations de périmètre	3 751	
Flux net de trésorerie lié aux opérations d'investissement	3 602	(288)
FLUX DE TRESORERIE LIES AUX OPERATIONS DE FINANCEMENT		
Opérations sur actions propres		
Dividendes versés aux actionnaires de la société mère		
Augmentations de capital en numéraire (minoritaire)		
Emissions d'emprunts	23	
Remboursements d'emprunts	(606)	(437)
Mouvements C/C		
Flux net de trésorerie lié aux opérations de financement	(583)	(437)
incidence variation des cours de change	(6)	(3)
VARIATION DE TRESORERIE	(1 168)	(413)
Trésorerie d'ouverture	3 160	2 975
Trésorerie de clôture	1 991	2 562
Incidence des variations de cours des devises		

4 Présentation du groupe et faits marquants de la période

4.1 Présentation du groupe

Le groupe ADTHINK MEDIA fondé en 2001, exerce ses diverses activités dans le secteur de l'Internet. Il a deux pôles d'activité à travers les différentes sociétés du Groupe :

Pôle Monétisation d'audience :

Société ADTHINK MEDIA : holding, développement de projets innovants, performance marketing et régie publicitaire.

Société PROFILES PARTNER : solution de micro paiement sur Internet

Société ADTHINK MEDIA CORP : filiale implantée en Californie en 2013 pour développer l'ensemble des métiers d'ADM en Amérique du Nord et du Sud.

Pôle Edition de contenu et services :

Société NUMERIK ART : édition de services de rencontre.

Société LUDO FACTORY : édition de jeux de casual gaming (absorbée par ADTHINK MEDIA au 1^{er} janvier 2017).

Société IT NEWS INFO : édition de portail d'informations et de services dans le domaine de l'informatique professionnelle.

Société ORCHIDIA MARKETING : édition de services B to C dans la rencontre (société cédée le 30 juin 2017).

La société ADTHINK MEDIA est une société de droit français qui est domiciliée, 79 rue François Mermet, 69160 Tassin.

Les comptes consolidés intermédiaires du Groupe ADTHINK MEDIA au 30 juin 2017 comprennent la société mère et ses filiales (l'ensemble désigné comme « le Groupe »).

4.2 Faits marquants de la période

La cession au 30 juin 2017 de la société ORCHIDIA MARKETING a permis de générer une plus-value de 4,3 M€.

5 Référentiel comptable, modalités de consolidation, méthodes et règles d'évaluation

5.1 Référentiel comptable

Les comptes consolidés intermédiaires au 30 juin 2017 sont préparés dans le respect des principes comptables français et sont établis conformément aux dispositions de l'arrêté du 22 juin 1999 homologuant le règlement CRC n° 99-02 mis à jour par le règlement n°05-10 du CRC.

5.2 Modalités de consolidation

5.2.1 Méthodes de consolidation

Les filiales contrôlées directement ou indirectement par la société ADTHINK MEDIA sont consolidées selon la méthode dite de l'intégration globale. Cette méthode consiste à inclure dans les comptes du Groupe les éléments du bilan et du compte de résultat de chacune des sociétés concernées, après élimination des opérations et des résultats internes, en distinguant la part du Groupe de celle des intérêts minoritaires.

Les participations dans les entités sous contrôle conjoint sont comptabilisées selon la méthode de l'intégration proportionnelle.

Les sociétés dans lesquelles le Groupe exerce une influence notable sont mises en équivalence. Cette méthode consiste à substituer à la valeur comptable des titres possédés le montant de la part qu'ils représentent dans les capitaux propres de la société, incluant le résultat de la période.

5.2.2 Méthode de conversion

Les états financiers des filiales étrangères dont la monnaie fonctionnelle est différente de l'euro sont convertis en euros, monnaie de présentation des états financiers du Groupe, de la façon suivante :

Capitaux propres	cours historiques
Autres postes du bilan	cours de clôture
Compte de résultat	cours moyen

Les écarts de conversion résultant de l'application de ces différents taux figurent dans un poste spécifique des capitaux propres.

Les filiales étrangères sont considérées comme autonomes.

Toutes les sociétés du groupe fonctionnent en Euro et tiennent leur comptabilité dans la même monnaie à l'exception de la filiale ADM Corporation. Les sociétés établies en Suisse convertissent leurs comptes en franc suisse à la clôture pour des besoins réglementaires locaux. La société ADM Corporation installée aux Etats Unis établie ses comptes en devise locale (US Dollar).

5.2.3 Ecart d'acquisition

La différence entre le coût d'acquisition des titres et l'évaluation totale des actifs et passifs identifiés à la date d'acquisition des titres constitue l'écart d'acquisition. Les frais d'acquisition de titres sont incorporés nets d'impôt au coût d'acquisition des titres.

Conformément au bulletin CNCC n°123 de septembre 2001 et au règlement 99-02, les fonds commerciaux, inscrits dans les comptes individuels d'une entreprise consolidée dont l'analyse confirme l'impossibilité d'en évaluer séparément les éléments constitutifs, sont assimilés à des écarts d'acquisition :

- La société IT NEWS INFO a été créée le 17 septembre 2007 en vue de l'acquisition de trois fonds commerciaux. L'écart d'acquisition concerné s'élève à 6 034 K€ (VNC=1 509 K€).
- La société KEEP TRAFFIC domiciliée à Nyon en Suisse a été créée en juillet 2008 en vue de l'acquisition d'un fonds de commerce, ce dernier a été assimilé à un écart d'acquisition étant donné l'impossibilité d'en évaluer séparément les éléments constitutifs. L'écart d'acquisition, frais d'acquisition compris, s'élève à 615 K€ (VNC=272 K€).
- La société ADTHINK MEDIA a acquis le 8 mars 2015 un fonds de commerce, ce dernier a été assimilé à un écart d'acquisition étant donné l'impossibilité d'en évaluer séparément les éléments constitutifs. L'écart d'acquisition, frais d'acquisition compris, s'élève à 269 K€ (VNC=223 K€).
- *Total des écarts d'acquisition présentés au bilan consolidé se décompose comme suit:*

Ecarts d'acquisition en K€	Montant	Amortissement	Valeur Nette
Acquisitions du 23 septembre 2005	6	6	-
Numerik Art	3 002	3 002	-
Chercher Europe absorbée par Click Medias	549	549	-
ITNews Info	6 034	4 525	1 509
Keep Traffic	615	343	272
Pixame	27	19	8
Adthink Media (FDC / Mars 2015)	269	46	223
Total des écarts d'acquisition	10 502	8 489	2 013

5.2.4 Amortissement de l'écart d'acquisition

Conformément au règlement ANC 2015-07 qui a été appliqué pour la première fois à compter du 1^{er} janvier 2016, le groupe a choisi de ne plus amortir certains écarts d'acquisition. Ces derniers font alors l'objet d'un test de dépréciation une fois par an.

Des tests de dépréciations ont été réalisés au 31 décembre 2016 sur les entités ITNews Info et Keep Traffic qui ont démontré que les valeurs recouvrables des écarts d'acquisition s'y rattachant sont supérieures à leurs valeurs nettes comptables respectives. Aucune dépréciation au titre de ces écarts d'acquisitions n'a été comptabilisée en 2016. Il n'existe pas, au 30 juin 2017, d'indices de perte de valeur des écarts d'acquisition.

Les autres écarts d'acquisition ont continué à faire l'objet d'un amortissement sur la base des mêmes critères retenus antérieurement (incorporel technologique, incorporel moyens humains et incorporel parts de marché).

Afin de déterminer la durée d'amortissement retenue, il est décidé d'analyser et de pondérer la composante de ces trois critères dans les différents écarts d'acquisition.

Le tableau ci-dessous récapitule les changements de méthodes et les durées d'amortissement des écarts d'acquisition du Groupe.

	Avant	Après
Numerik Art	10 ans	10 ans (*)
Adthink Media (nouveau fonds)	10 ans	10 ans
Chercher Europe/Click Médias	10 ans	10 ans (*)
ITNews Info / Pixame	12 ans	Test de dépréciation
Keep Traffic	10 ans	Test de dépréciation
Keep Traffic(nouveau fonds)	12 ans	Test de dépréciation

(*) Totalemment amortis sur 2016

Concernant les écarts d'acquisition qui font l'objet d'un amortissement, lorsqu'il existe des indices montrant que ces actifs ont pu perdre de la valeur, il est procédé au calcul de leurs valeurs d'utilités. Cette dernière est comparée à la valeur de l'actif du bilan afin de déterminer le montant de la dépréciation à comptabiliser.

5.2.5 Dates de clôture

Toutes les sociétés clôturent leur exercice social au 31 décembre. Pour les besoins des comptes semestriels, des situations intermédiaires sont arrêtées au 30 juin.

Les sociétés acquises au cours de la période sont consolidées à compter de leur prise de contrôle. L'activité des sociétés cédées au cours de la période est consolidée jusqu'à la date de cession.

5.3 Méthodes et règles d'évaluation

5.3.1 Immobilisations incorporelles

Le Groupe engage des dépenses de développement dans le but de développer les logiciels très spécifiques à l'activité de la société et sites web.

Ces dépenses de développement sont inscrites à l'actif immobilisé des comptes annuels par le biais de la production immobilisée dès lors que la faisabilité technique nécessaire à l'achèvement de l'immobilisation incorporelle est démontrée, que l'immobilisation incorporelle générera très probablement des avantages économiques futurs et que l'entreprise a la capacité d'évaluer de manière fiable les dépenses attribuables à l'immobilisation incorporelle au cours de son développement.

Les frais de développement comprennent uniquement des salaires, appointements et autres coûts annexes du personnel affecté au développement, à l'exclusion de toute charge indirecte. Ils font l'objet d'un amortissement linéaire sur trois ans.

Les logiciels acquis par la société sont amortis selon le mode linéaire sur une période de un à trois ans.

5.3.2 Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont amorties linéairement sur leur durée d'utilisation économique estimée.

Les méthodes comptables retenues ont été les suivantes :

	Durée	Mode
Matériel de bureau et informatique	De 3 à 5 ans	L
Mobilier de bureau	5 ans	L
Installations générales et agencements	10 ans	L

L Linéaire

D Dégressif

5.3.3 Participations, autres titres immobilisés, valeurs mobilières de placement et actions propres

La valeur brute est constituée par le coût d'achat hors frais accessoires. Lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur brute, une provision pour dépréciation est constituée du montant de la différence.

Au 31 décembre 2016, est comptabilisée en compte « 502 » les actions propres non affectées.

5.3.4 Créances

Les créances sont évaluées pour leur valeur nominale. Elles ont, le cas échéant, été dépréciées pour tenir compte des difficultés de recouvrement auxquelles elles étaient susceptibles de donner lieu.

Les créances et dettes en monnaie étrangère sont comptabilisées au cours de clôture. Les pertes de changes latentes donnent lieu à la constitution d'une provision.

5.3.5 Crédit impôt recherche / innovation

Le Groupe ADTHINK MEDIA effectue des dépenses innovantes et peut donc bénéficier du crédit d'impôt innovation.

Les dépenses prises en compte dans le calcul sont les rémunérations, charges sociales obligatoires comprises, des chercheurs et techniciens affectés à la création des logiciels internes.

Au 30 juin 2017, le crédit d'impôt innovation est nul contre 88 K€ de crédit d'impôt recherche au 31 décembre 2016. Les crédits d'impôt innovation sont présentés dans les autres produits d'exploitation.

5.3.6 Trésorerie et équivalents de trésorerie

Dans le tableau des flux de trésorerie consolidé, la trésorerie est définie comme l'ensemble des liquidités du groupe en comptes courants bancaires, caisses et valeurs mobilières de placement, sous déduction des concours bancaires à court terme.

Les valeurs mobilières de placement figurent à l'actif à leur valeur d'acquisition, hors frais d'acquisition.

Les dépréciations éventuelles sont déterminées par comparaison entre la valeur d'acquisition et la valeur liquidative.

5.3.7 Capitaux propres

Le capital de la société ADTHINK MEDIA s'élève au 30 juin 2017 à 1 839 K€ constitué de 6 130 500 actions.

Le Conseil d'Administration du 3 novembre 2015, a décidé l'émission de 100 000 BSPCE, incessibles, attribués à un salarié du groupe. Ces BSPCE dénommés « BSPCE-3 » sont exerçables en tout ou en partie, en une seule fois, à compter du 31 mars 2018 et ce jusqu'au 21 juillet 2024 au plus tard sous réserve de la réalisation d'un niveau de chiffre d'affaires et de résultat d'exploitation.

Titres en autocontrôle :

Conformément à l'avis 98-D du Comité d'urgence du CNC du 17 décembre 1998, les titres d'autocontrôle qui sont détenus par l'entreprise consolidante elle-même constituent des actions propres qui doivent être comptabilisées dans les comptes individuels en titres immobilisés et par conséquent dans les comptes consolidés, ils viennent en déduction des capitaux propres consolidés.

Au 30 juin 2017, il n'existe pas de plus et moins-values de cession de ces titres dans le compte de résultat.

5.3.8 Provisions pour risques et charges

Elles sont destinées à couvrir des risques et des charges, nettement précisés quant à leur objet, que des événements survenus ou en cours au 30 juin 2017 rendent probables conformément aux critères définis par le règlement du CRC 2000-06 relatifs au passif.

5.3.9 Indemnités de départ à la retraite :

Les engagements de départ à la retraite ne sont pas inscrits au bilan. L'engagement actualisé s'élève à 168 K€ au 30 juin 2017.

Le montant des engagements en matière d'indemnités de départ à la retraite a été calculé selon la méthode rétrospective en droits projetés à la date prévisionnelle de départ à la retraite, sur la base du salaire de fin de carrière, en tenant compte notamment des droits conventionnels en fonction de l'ancienneté acquise par les différentes catégories de personnel, d'une hypothèse de date de départ à la retraite fixée à 67 ans, du taux de rotation, des salaires et appointements incluant un coefficient de charges sociales patronales, d'un taux de revalorisation annuel des salaires, de l'espérance de vie des salariés déterminée à partir de tables statistiques, d'un taux d'actualisation de l'engagement de retraite de 1.67% au 30 juin 2017 (contre 1.31% au 31 décembre 2016), revu à chaque arrêté.

5.3.10 Reconnaissance du chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires du groupe est généré différemment en fonction de deux pôles d'activités.

Pôle Monétisation

- ADTHINK MEDIA : régie publicitaire

Le chiffre d'affaires réalisé au sein de la Régie résulte d'un contrat de vente d'espace publicitaire entre l'annonceur et la régie.

L'annonceur envoie un ordre d'insertion pour commander l'espace publicitaire dont il a besoin. Cet ordre d'insertion précise les caractéristiques de sa campagne.

Une facture est émise pour le montant de l'ordre d'insertion en fin de mois.

- ADTHINK MEDIA : agences de performance marketing

Le chiffre d'affaires réalisé dans le secteur du marketing direct est constitué par le montant de la revente des profils qualifiés à des entreprises, achetés sur des plateformes publicitaires.

- PROFILES PARTNER : solution de micro paiement sur Internet

Cette société génère principalement du chiffre d'affaires interne sur les micro-paiements du Groupe.

Pôle Edition de contenu

- NUMERIK ART : édition de services de rencontre

Le chiffre d'affaires réalisé dans le secteur de la rencontre est constitué d'un abonnement mensuel payé par les moyens suivants : carte bancaire, audiotel, SMS et Internet +.

- LUDO FACTORY : édition de jeux de casual gaming

Le chiffre d'affaires réalisé dans le secteur du jeu est collecté par l'intermédiaire des moyens de paiements suivants : carte bancaire, audiotel, SMS et Internet +.

- IT NEWS INFO : édition de portail d'informations et de services dans le domaine de l'informatique professionnelle

Le chiffre d'affaires est généré en grande partie par de la publicité que demandent les annonceurs. Cette publicité est facturée mensuellement en fonction du nombre d'affichages publicitaires diffusés sur les sites. L'organisation de conférences complète l'activité.

- ORCHIDIA MARKETING : édition de services B to C dans le divertissement

Le chiffre d'affaires réalisé dans le secteur du divertissement est constitué d'un abonnement mensuel payé par les moyens suivants : carte bancaire, audiotel, SMS et Internet +.

5.3.11 Impôt sur les bénéfices

Des impôts différés sont constatés sur les différences temporelles entre les valeurs comptables des actifs et des passifs figurant au bilan consolidé et leurs valeurs fiscales selon la méthode du report variable. Le taux d'impôt utilisé est le taux d'impôt applicable lors du reversement des différences temporaires, tel qu'il résulte des lois et règlements en vigueur à la date de clôture de la période.

Les actifs d'impôts différés ne sont pris en compte que :

- si leur récupération ne dépend pas des résultats futurs ; dans cette situation, ils sont retenus à hauteur des passifs d'impôts différés déjà constatés arrivant à échéance dans la période au cours de laquelle ces actifs deviennent ou restent récupérables
- ou s'il est probable que l'entreprise pourra les récupérer grâce à l'existence d'un bénéfice imposable attendu au cours de cette période.

5.3.12 Résultat par action

Le résultat par action correspond au résultat net consolidé – part du groupe – se rapportant au nombre moyen pondéré d'actions de la société mère, en circulation au cours de la période.

	30/06/2017	30/06/2016
Résultat net du groupe	4 491	45
Nombre d'actions composant le capital	6 130 500	6 130 500
Actions auto- détenues	91 822	91 822
Nombre d'actions	6 038 678	6 038 678
Résultat de base par action	0,744	0,008
Résultat net du groupe	4 491	45
Stocks options		
BSPCE	429 000	450 000
Actions gratuites		
Nombre d'actions dilué	6 467 678	6 488 678
Résultat dilué par action	0,694	0,007

6 Informations relatives au périmètre de consolidation

6.1 Principes

Les méthodes de consolidation sont détaillées en § 5.2.1.

6.2 Liste des sociétés consolidées

Société	N°SIRET	Siège social	Méthode de consolidation	% Intérêts
ADTHINK MEDIA SA	43773376900040	79 rue François Mermet 69 160 TASSIN	IG	100,00%
ADM CORPORATION	NA	USA	IG	100,00%
ITNEWS INFO SAS	50003457400029	40 bd Henri Sellier 92 150 SURESNES	IG	75,00%
KEEP TRAFFIC SA	NA	NYON - SUISSE	IG	100,00%
LUDO FACTORY SARL	47904858900036	79 rue François Mermet 69 160 TASSIN	(1)	
NUMERIK ART SARL	45149269800027	79 rue François Mermet 69 160 TASSIN	IG	100,00%
PROFILES PARTNER SARL	47904892800036	79 rue François Mermet 69 160 TASSIN	IG	100,00%
ADTHINK.COM SA	NA	24 Route des Acacias 1227 Les Acacias	IG	100,00%
DIGIPLAY SA	NA	24 Route des Acacias 1227 Les Acacias	IG	100,00%
ORCHIDIA MARKETING SA	NA	14 Rue du Rhône 1204 Genève	IG / (2)	

IG - Intégration globale

IP - Intégration proportionnelle

ME - Mise en équivalence

(1) : fusion absorption par Adthink Media SA avec effet au 01/01/2017

7 Comparabilité des comptes

7.1 Evolution du périmètre de consolidation

7.1.1 Acquisitions et création de la période

Néant

7.1.2 Cessions de la période

La société ORCHIDIA MARKETING SA a été cédée le 30 juin 2017.

7.1.1 Fusion/Scission /APA

La société LUDO FACTORY SARL a été absorbée par ADTHINK MEDIA SA avec effet au 1^{er} janvier 2017.

7.2 Changement de méthode et correction d'erreur

Néant

8 Explications des postes du bilan et du compte de résultat et de leurs variations (en Milliers de Euros)

8.1 Postes du bilan

8.1.1 Actif immobilisé

8.1.1.1 Ecarts d'acquisition

	31/12/2016	Augment.	Diminut.	Affectation définitive	Variation de périmètre	Autres variations	30/06/2017
Valeurs brutes							
Goodwill	10 502					▼	10 502
Total Valeurs brutes	10 502					▼	10 502
Amortissements							
Goodwill	8 489					▼	8 489
Total Amortissements	8 489					▼	8 489
Perte de valeur							
Valeurs nettes	2 013					▼	2 013

8.1.1.2 Immobilisations incorporelles

L'augmentation des immobilisations incorporelles provient principalement de la production immobilisée.

	31/12/2016	Augment.	Diminut.	Variation périmètre	Autres variations	30/06/2017	
Valeurs brutes							
Concession brevets	7 401		57			▼	7 458
Autres immobilisations incorp.	2 403		5			▼	2 409
Total Valeurs brutes	9 804		62			▼	9 866
Amortissements							
Concession brevets	6 316		483			▼	6 799
Autres immobilisations incorp.	1 700		55			▼	1 755
Total Amortissements	8 016		538			▼	8 553
Valeurs nettes	1 788		(475)			▼	1 312

8.1.1.3 Immobilisations corporelles

	31/12/2016	Augment.	Diminut.	Variation périmètre	Autres variations	30/06/2017
Valeurs brutes						
Terrains						
Constructions						
Autres immobilisations corporelles	968	128	(50)	(2)	(1)	1 043
Avances et acomptes						
Total Valeurs Brutes	968	128	(50)	-2	(1)	1 043
Amortissements						
Terrains						
Constructions						
Autres immobilisations corporelles	676	48	(13)	(0)	(1)	710
Avances et acomptes						
Total Amortissements	676	48	(13)	0	-1	710
Valeurs nettes	293	81	(37)	-2	(0)	333

8.1.1.4 Immobilisations financières

	31/12/2016	Augment.	Diminut.	Variation périmètre	Autres variations	30/06/2017
Valeurs brutes						
Titres de participations	15		(47)	47		15
Prêts						
Autres immobilisations	246	181	(221)	(1)	(28)	177
Total Valeurs brutes	261	181	(268)	46	(28)	192
Dépréciations						
Titres de participations	15					15
Prêts						
Autres immobilisations financières						
Total Dépréciations	15					15
Valeurs nettes	246	181	(268)	46	(28)	177

8.1.2 Actif circulant

8.1.2.1 Créances

Ventilation des créances par échéance :

	31/12/2016	30/06/2017	A un an au plus	A plus d'un an
Valeurs brutes				
Avances et acomptes versés	3			
Clients et comptes rattachés	6 005	5 243	5 243	
Autres créances	1 492	5 622	5 622	
Charges constatées d'avance	141	190	190	
Charges à répartir				
Impôt différé actif	245	245	245	
Total valeurs brutes	7 885	11 299	11 299	

Dépréciation des créances :

	31/12/2016	Dotations	Reprises	Variation périmètre	Autres variations	30/06/2017
Clients et comptes rattachés	191	9				200
Autres créances						
Total	191	9				200

8.1.3 Capitaux propres

Tableau de variation des capitaux propres consolidés (part du groupe) :

	Capital	Réserves consolidées	Résultat de l'exercice	Ecart de conversion	Autres	Total des capitaux propres part du groupe
Situation à la clôture 31/12/2016	1 839	1 036	244	(56)		3 063
Affectation du résultat 2016		244	(244)			
Résultat 2017			4 491			4 491
Variation des écarts de conversion				26		26
Changements de méthodes comptables						
Distribution de dividendes par la société mère						
Variations de périmètre						
Autres variations						
Situation à la clôture 30/06/2017	1 839	1 280	4 491	(30)		7 580

Les intérêts minoritaires s'élevaient à 95 K€ au 30 juin 2017 contre 67 K€ au 31 décembre 2016. Cette variation correspond à la part du résultat de la société ITNews info affecté aux minoritaires.

8.1.4 Provisions

Les provisions pour risques et charges s'analysent de la façon suivante :

	31/12/2016	Dotations	Reprises utilisées	Reprises non utilisées	Variation périmètre	Autres variations	30/06/2017
Ecarts d'acquisition négatifs	0						0
Provisions pour risques	266	36	(81)				221
Provisions pour charges	0						0
Impôts différés passif	38	57					95
Total	304	93	-81	0	0	0	315

Les provisions pour risques concernent les litiges prud'homaux et un litige avec un partenaire commercial.

8.1.5 Emprunts et dettes financières

Les dettes financières se ventilent ainsi :

	31/12/2016	30/06/2017	A moins d'un an	A plus d'un an et moins de cinq ans	A plus de cinq ans
Emprunts obligataires convertibles					
Autres emprunts obligataires					
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	3 251	2 743	1 092	1 569	83
Emprunts en crédit-bail					
Dettes financières diverses	651	651		651	
Concours bancaires courants	18	38	38		
Total emprunts et dettes financières	3 921	3 432	1 130	2 220	83

8.1.6 Autres dettes et comptes de régularisations

Les autres dettes comprennent :

	31/12/2016	30/06/2017	A moins d'un an	A plus d'un an
Avances et acomptes reçus sur commande	52	77	77	
Dettes fournisseurs	3 746	2 724	2 724	
Dettes fiscales et sociales	2 783	2 006	2 006	
Comptes courants créditeurs				
Dettes diverses	664	490	490	
Produits constatés d'avance	612	247	247	
Total autres dettes et comptes de régul.	7 857	5 543	5 543	

8.2 Postes du compte de résultat

8.2.1 Ventilation du chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires consolidé se répartit selon les deux pôles d'activité décrits ci-dessus de la manière suivante :

	30/06/2017	30/06/2016
Monétisation	6 614	5 492
Edition	4 617	7 028
Total chiffre d'affaires	11 231	12 520

8.2.2 Autres produits d'exploitation

	30/06/2017	30/06/2016
Crédits Impôts recherche		59
Transfert de charges	18	10
Reprises de provisions	22	1
Autres produits	5	47
Total autres produits d'exploitation	44	117

8.2.3 Charges de personnel

	30/06/2017	30/06/2016
Salaires et traitements	1 995	2 688
Charges sociales	777	919
Participation des salariés		0
Total Charges de personnel	2 772	3 607

8.2.4 Dotations aux amortissements et aux provisions

Elles comprennent :

	30/06/2017	30/06/2016
Dotations amortissements immobilisations	586	837
Dotations provisions actif circulant	9	20
Dotations provisions risques et charges	8	
Total dotation aux amortissements et aux provisions	603	857

8.2.5 Charges et produits financiers

Le résultat financier s'analyse comme suit :

	30/06/2017	30/06/2016
Produits financiers		
Produits financiers de participations		
Prod. Autres val mobilières et créances de l'actif immo		
Autres intérêts et produits assimilés	1	18
Reprises sur provisions / transferts de charges	39	
Gains de change	51	5
Prod nets sur cessions de VMP		0
Ecarts de conversions		0
Autres produits financiers	91	23
Charges financières		
Dotations aux amortissements et provisions	0	27
Intérêts et charges assimilées	34	43
Différences négatives de change	143	18
Charges nettes sur cession de VMP		
Ecarts de conversions		
Total charges financières	177	88
Résultat financier	(86)	(65)

Les gains et pertes de change concernent principalement la filiale ADM Corporation basée aux USA.

8.2.6 Charges et produits exceptionnels

Le résultat exceptionnel s'analyse de la manière suivante :

	30/06/2017	30/06/2016
Produits exceptionnels		
Produits exceptionnels sur opérations de gestion	38	
Produits exceptionnels sur opérations en capital	4 502	10
Reprises de provisions et transferts de charges	45	13
Total produits exceptionnels	4 585	23
Charges exceptionnelles		
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion	147	194
Charges exceptionnelles sur opérations en capital	301	5
Dotations exceptionnelles aux amortissements et aux provisions	14	14
Total charges exceptionnelles	461	213
Résultat exceptionnel	4 123	(190)

Les charges et produits exceptionnels sont ceux dont la réalisation n'est pas liée à l'exploitation normale de l'entreprise.

Les charges exceptionnelles sur opérations de gestion correspondent notamment aux contrats de sécurisation professionnels.

Le résultat exceptionnel au 30 juin 2017 résulte principalement de la plus-value de cession de la société ORCHIDIA MARKETING.

8.2.7 Impôt sur les bénéfices

Ventilation de la charge d'impôts au compte de résultat :

	30/06/2017	30/06/2016
Impôt exigible	96	22
Charge (produits) d'impôts différés	56	(70)
Total impôts sur les résultats	152	(47)

Preuve d'impôt :

	30/06/2017
Résultat consolidé net avant impôt	4 670
Charge théorique d'impôt	1 557
Crédit impôt	0
Effet des différences permanentes	111
Effet des plus values de cessions non taxées	(1 417)
Effet des déficits non activés ou repris	(64)
Effet des retraitements de consolidation	
Effet des taux d'impôts	(35)
Total impôts sur les résultats	152

9 Autres informations

9.1 Présentation du compte de résultat

Afin de fournir une meilleure information et une vision économique du Groupe plus pertinente, les crédits d'impôts recherche / innovation sont comptabilisés en « autres produits » et sont donc compris dans le résultat d'exploitation.

9.2 Evénements postérieurs à la clôture

Absence d'évènement post-clôture.

9.3 Engagements hors bilan :**9.3.1** Engagements reçus

Néant

9.3.2 Engagements donnés**Adthink Media :**

- Nantissement du fonds de commerce donné en garantie de 9 emprunts chacun en fin d'année,
- Lettre d'intention délivrée en garantie d'un découvert relatif à la société ITNews Info à hauteur de 100 K€ sur la Société Générale ;

9.4 Effectif

L'effectif du groupe s'élève à 83 personnes au 30 juin 2017 contre 94 au 31 décembre 2016 et 94 au 30 juin 2016.