

LEADMEDIA A CHANGE DE DENOMINATION COMMERCIALE LE 19 SEPTEMBRE 2013



RESULTATS DU PREMIER SEMESTRE 2013

Paris le 31 Octobre 2013 - LeadMedia Group (FR0011053636, ALLMG) - groupe de marketing digital spécialisé dans le data marketing - annonce aujourd'hui ses résultats consolidés pour le premier semestre 2013, clos au 30 Juin 2013 et arrêtés lors du Conseil d'administration du 30 Octobre 2013.

Chiffres consolidés au 30 Juin 2013 (non audités) :

En k euros	S1 2013 Proforma (*) (6 mois)	S1 2013 Consolidé (6 mois)	S1 2012 Consolidé (6 mois)
CHIFFRE AFFAIRES	11 771	9 739	10 722
<i>Evolution vs. Consolidé S1 2012 (%)</i>	9,8%	-9,2%	
Achats Externes	-4 994	-3 649	-5 493
MARGE BRUTE	7 854	7 051	5 723
<i>Taux de MB (%)</i>	66,7%	72,4%	53,4%
<i>Evolution vs. Consolidé S1 2012 (%)</i>	+37,2%	+23,2%	
EBITDA	167	991	1 381
<i>Marge d'EBITDA (%)</i>	1,4%	10,2%	12,9%
RESULTAT EXPLOITATION	-532	410	1 037
<i>Marge d'exploitation (%)</i>	-4,5%	4,2%	9,7%
Résultat financier	-214	-200	-62
Résultat exceptionnel	-30	-23	5
Impôts sur les bénéfices	297	-45	-292
RESULTAT AVANT GOODWILL (**)	-479	142	688

LEADMEDIA A CHANGE DE DENOMINATION COMMERCIALE LE 19 SEPTEMBRE 2013

RESULTAT NET APRES GOODWILL	-1 402	-580	232
Marge nette	ns	ns	

(*) Incluant la contribution de Gammed! acquise en date du 10 Juin 2013

(**) Résultat Net des sociétés intégrées avant amortissement des écarts d'acquisitions

Dynamisme de l'activité et bonne progression du niveau de marge brute

Le chiffre d'affaires consolidé proforma au 30 juin 2013 atteint 11,8 M€, en croissance de 9,8% par rapport au chiffre d'affaires consolidé au 30 juin 2012, qui s'élevait à 10,7 M€. La Marge Brute atteint 7,9 M€ sur la même période en augmentation de 37%. Sur le périmètre consolidé (hors contribution de la société Gammed! acquise en date du 10 Juin 2013), le chiffre d'affaires s'inscrit à 9,7 M€ en recul de 9,2% par rapport à la même période en 2012, tandis que la Marge Brute est en progression de 23% comparée au premier semestre 2012.

Le taux de marge brute du premier semestre progresse de 53% en 2012, respectivement à 67% et 72% sur les périmètres proforma et consolidé 2013. Cette amélioration s'explique par plusieurs facteurs dont la montée en puissance du modèle d'affaires de vente de technologie (licences et abonnements récurrents) et l'optimisation des achats externes grâce aux outils du groupe et l'intégration verticale sur une partie de la chaîne de valeur.

La bonne progression de l'activité - tant sur le périmètre proforma que consolidé - mesurée en terme de Marge Brute au cours du premier semestre 2013 illustre le succès en cours du développement commercial de LeadMedia, soutenu par l'amélioration constante de son expertise en Data Marketing et par le dynamisme des marchés sur lesquels le groupe est présent à savoir la France, l'Amérique du Nord, le Brésil et l'Australie. Le niveau satisfaisant des revenus, enregistrés au cours du premier semestre 2013, ressort toutefois impacté par des effets conjoncturels, liés d'une part à l'évolution défavorable du taux de change Real/Euro sur la période et d'autre part à la perte d'un client significatif au Brésil suite à sa décision d'internaliser ses activités de marketing digital. Par ailleurs, le groupe a privilégié certains contrats à plus forte marge brute au détriment de la seule progression du chiffre d'affaires. Enfin, un changement de règle concernant la comptabilisation des achats médias au Brésil, est prévu prochainement : il devrait mécaniquement freiner la croissance du chiffre d'affaires au profit de la Marge Brute qui reste donc le meilleur indicateur de suivi de l'activité et de la croissance du groupe.

Pour mémoire, les chiffres consolidés de l'activité du premier semestre 2013 n'intègrent pas la nouvelle offre « Data Driven Advertising » dont la mise en place fait suite à l'acquisition de la société Gammed! en juin 2013 et son intégration avec les activités historiques de fidélisation / réseaux sociaux du groupe : celle-ci donne la possibilité aux annonceurs d'exploiter au mieux leurs données via une plateforme Big Data (« Data Management Platform » ou plateforme logiciel d'agrégation et de gestion des données personnelles par les annonceurs et les marques) et leur permet de piloter la diffusion de messages personnalisés en temps réel sur l'ensemble des supports de communication en particulier grâce aux technologies Real Time Bidding (RTB).

LEADMEDIA A CHANGE DE DENOMINATION COMMERCIALE LE 19 SEPTEMBRE 2013

Impact des investissements technologiques sur la rentabilité

Comme annoncé lors de l'acquisition de la société Gamned! en février 2013, les investissements technologiques importants consentis par celle-ci ne lui permettent pas d'atteindre l'équilibre au plan financier en 2013. En conséquence, l'EBITDA et le Résultat d'Exploitation sur le périmètre proforma du groupe s'inscrivent respectivement à 167 K€ et -0,5 M€ sur la période.

Sur le périmètre consolidé, l'EBITDA atteint 1,0 M€ et le Résultat d'Exploitation 0,4 M€ contre respectivement 1,4 M€ et 1,0 M€ en 2012. Ces performances financières en retrait par rapport à 2012 s'expliquent au niveau consolidé par les investissements consentis par le groupe tant au plan de ses outils technologiques que de ses ressources marketing et commerciales afin de préparer le lancement de sa nouvelle offre transverse telle qu'annoncée en date du 20 Septembre 2013.

Le résultat net consolidé des sociétés intégrées avant amortissement des écarts d'acquisitions (amortissement du goodwill) ressort à 142 K€ et -479 K€ sur le périmètre proforma. La charge d'impôt sur les bénéfices s'élève à 45 K€. Le résultat net de l'ensemble consolidé (après amortissement des écarts d'acquisitions) est de - 580 K€ sur la période après prise en compte de 722 K€ d'amortissement de goodwill (normes French GAAP).

Situation financière du Groupe

Au 30 Juin 2013, la trésorerie consolidée s'élève à 5,3 M€. Les capitaux propres de la Société s'élèvent à 22 M€.

Faits marquants du premier semestre 2013

Acquisition de la société GAMNED!

En date du 10 Juin 2013, LeadMedia a procédé à l'acquisition de 100% de la société Gamned!, plateforme française de marketing digital, pionnière en Europe de la publicité personnalisée en temps réel sur les Ad-exchanges (plateformes de marché pour les achats media display selon un système d'enchères en temps réel dites RTB « Real Time Bidding »). Ses fondateurs, messieurs Olivier Goulon et Edgar Baudin ont échangé leur titres Gamned! pour des actions LeadMedia et intégré le comité exécutif du groupe. Récompensée par deux « e-commerce Awards » en 2012, Gamned a développé une suite d'outils technologiques propriétaires et une expertise unique permettant la création dynamique, la diffusion et l'optimisation de campagnes publicitaires personnalisées en temps réel sur les Ad-exchanges. Des clients prestigieux comme Orange, Ubisoft, Rue du Commerce, SAP ou les Galeries Lafayette font confiance à Gamned.

Ensemble, LeadMedia et Gamned! combinent leurs actifs pour une offre unique sur le marché « BIG DATA », promis à une très forte croissance, mettant ainsi à la disposition de leurs clients annonceurs une plateforme technologique permettant un ciblage en temps réel de leurs achats media «display », vidéo ou mobile. Cette offre est constituée des briques principales suivantes : (1) Data Management Platform (« DMP »), plateforme qui collecte et analyse les données du client annonceur ; (2) Outil d'achat en temps réel qui permet l'optimisation des achats media sur les Ad-exchanges grâce à l'utilisation d'algorithmes décisionnels propriétaires ; (3) Technologie de création de bannières publicitaires dynamiques personnalisées en temps réel ; (4) Outil de Business Intelligence permettant le suivi, la mesure et l'optimisation du Retour sur Investissement du client annonceur en temps réel.



Intelligent Data Marketing

LEADMEDIA A CHANGE DE DENOMINATION COMMERCIALE LE 19 SEPTEMBRE 2013

Sur le plan stratégique, cette acquisition permet au groupe LeadMedia de proposer à ses clients annonceurs la première offre intégrée « Intelligent Data Marketing » du marché.

Acquisition du solde des titres Score MD et Graph Insider

L'acquisition de Gammed! prévoyant par ailleurs le regroupement des activités de Gammed!, Score MD et Graph Insider afin de favoriser les synergies commerciales et opérationnelles, LeadMedia a également conclu avec les managers actionnaires minoritaires de Score MD et de Graph Insider des accords visant au rachat de leurs participations au travers d'opérations d'échanges de titres. Ainsi, l'intégration à 100% des sociétés Score MD et Graph Insider dans le périmètre de consolidation de LeadMedia a été réalisée juridiquement avant le 30 Juin 2013 en contrepartie de la création d'actions nouvelles LeadMedia rémunérant les apports des managers actionnaires minoritaires de ces deux sociétés.

La combinaison de l'acquisition de la société Gammed! et du rachat des minoritaires managers fondateurs de Score MD et Graph Insider a donné au groupe LeadMedia les bases afin de constituer la première offre intégrée « Data Driven Advertising » du marché. Les plateformes technologiques et le savoir-faire de Gammed! sont parfaitement complémentaires avec les actifs de LeadMedia au sein de Score MD et de Graph Insider et leur rapprochement constitue une première étape dans la création de valeur pour les actionnaires qu'offre cette opportunité industrielle unique.

Faits marquants postérieurs à la clôture du 30 Juin 2013

Augmentation de capital

En date du 16 Juillet 2013, le groupe a annoncé le succès de son augmentation de capital ouverte de 2 millions d'euros avec maintien du droit préférentiel de souscription des actionnaires (« DPS ») au prix de souscription de 7 euros par action et ayant permis l'émission de 291 471 actions nouvelles. Cette augmentation de capital a permis de doter le groupe de ressources financières complémentaires à un moment clé de son développement. Dans le prolongement de l'acquisition de Gammed!, ces ressources viennent soutenir le lancement des nouvelles offres « Data Marketing » et permettront de continuer à innover et investir dans les outils et solutions technologiques propriétaires au service des clients annonceurs du groupe. Truffle Capital et Idinvest Partners qui accompagnent LeadMedia dans la durée ont participé à cette opération. A noter que la Société a tenu à lancer une augmentation de capital ouverte au public, de façon à fidéliser ses actionnaires et à leur offrir un droit prioritaire de participer à l'augmentation de capital.

Regroupement des activités Data et lancement de la nouvelle marque MAKAZI

Au cours de l'été 2013, le groupe a formalisé la fusion juridique et opérationnelle des entités Gammed!, Score MD et Graph Insider afin de permettre la réalisation des synergies commerciales et opérationnelles prévues lors de l'acquisition de la société Gammed!. Suite à la réorganisation métier et opérationnelle, le groupe a annoncé le 19 Septembre 2013 le lancement de sa nouvelle marque « **MAKAZI** » permettant ainsi de fédérer l'ensemble des équipes issues des différentes entités fusionnées sous une bannière commune représentative de l'offre technologique transverse. Ce changement de dénomination sociale, dont l'approbation sera soumise lors de la prochaine Assemblée Générale Extraordinaire du 19 Novembre 2013, symbolise le nouveau départ du groupe désormais axé sur la mise à disposition auprès de sa clientèle d'annonceurs d'une « Data Management Platform ».

LEADMEDIA A CHANGE DE DENOMINATION COMMERCIALE LE 19 SEPTEMBRE 2013

Outre l'opportunité de devenir un acteur leader sur le marché en très forte croissance de la publicité RTB sur les Ad-exchanges (prévisions *Forrester Research* de croissance de plus de 70% en moyenne sur les prochaines années), l'acquisition de la société Gammed! et l'intégration des entités Score MD et Graph Insider ont ainsi permis au groupe :

1. de mettre en place dès l'été 2013 une offre commerciale commune résultant de la fusion des actifs historiques de LeadMedia dans la fidélisation et le CRM social avec les actifs de Gammed!,
2. la fusion des équipes opérationnelles et commerciales transverses des activités data du groupe ainsi alignées sur une offre commune.

Cette nouvelle organisation permet au groupe de se positionner pour bénéficier, à un horizon de 12 à 18 mois, de puissantes synergies métier sur un marché commercialement porteur au niveau mondial. La nouvelle plateforme de données transverse (DMP ou « Data Management Platform ») portée par MAKAZI vise en effet un marché nouveau résultant des évolutions récentes de la communication digitale et promis à une forte croissance.

Perspectives

Stéphane DARRACQ, Président Directeur Général de LeadMedia Group, commente : « *La croissance de notre activité et nos résultats financiers au 1^{er} semestre 2013 sont conformes à nos attentes et aux plans de développement du groupe suite à l'acquisition de la société Gammed! et l'intégration opérationnelle des sociétés Score MD et Graph Insider dans notre plateforme unique d'offres « intelligent data marketing ». LeadMedia se situe à un moment clé de son histoire et dispose des atouts technologiques et commerciaux pour bénéficier pleinement d'une accélération de son activité suite au lancement de sa nouvelle offre commerciale transverse sous la bannière de MAKAZI. A ce titre et malgré le contexte économique actuel toujours difficile, nous sommes confiants dans notre capacité à conquérir de nouveaux clients pour notre offre unique DMP « Data Management Platform » avec la forte conviction que ces succès commerciaux alimenteront une nouvelle étape de croissance pour le groupe en 2014 dans un marché du data marketing en plein décollage.* »

A propos de LeadMedia Group :

Expert en technologies et services de « data marketing », LeadMedia Group propose aux annonceurs une plateforme technologique complète pour piloter leurs campagnes de conquête clients et leur stratégie CRM. Cette plateforme intègre des algorithmes exclusifs qui analysent, enrichissent et segmentent toutes les données des annonceurs pour améliorer en permanence le ciblage des messages personnalisés adressés à chaque consommateur pour une meilleure exécution de leur stratégie marketing.

Fondé en 2008 et coté à Paris sur le marché NYSE Alternext, LeadMedia Group est présent en France, au Brésil, au Canada et en Australie. Opérant pour les plus grands annonceurs qui placent la data au cœur de leur stratégie marketing, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires proforma de 25,6 millions d'euros en 2012, en croissance de +34% par rapport à 2011. La société est labellisée « entreprise innovante » par Oséo depuis mars 2011.

LeadMedia Group est cotée sur le marché NYSE Alternext à Paris
Pour plus d'informations : www.leadmedia-group.com

**Prochain Rendez-vous actionnaires : Assemblée Générale Extraordinaire
pour l'approbation du changement de dénomination sociale du groupe
le 19 Novembre 2013**



Intelligent Data Marketing

LEADMEDIA A CHANGE DE DENOMINATION COMMERCIALE LE 19 SEPTEMBRE 2013

CONTACTS

LeadMedia Group
Stéphane Darracq
PDG
Tél. : 01 84 17 81 00

ALLMG
LISTED
NYSE
ALTERNEXT

NewCap.

Communication Financière et Relations Investisseurs

Louis-Victor Delouvrier / Pierre Laurent

Tél. : 01 44 71 94 94

leadmedia@newcap.fr

- **Libellé** : LEADMEDIA
- **Code ISIN** : FR0011053636
- **Mnémonique** : ALLMG