



Paris, le 21 octobre 2014

## RÉSULTATS DU PREMIER SEMESTRE 2014

LeadMedia Group (FR0011053636, ALLMG, éligible PEA PME) – éditeur de logiciels et solutions de data marketing et prestataire de services intégrés pour le marketing digital annonce aujourd’hui ses résultats consolidés pour la période du premier semestre 2014.

Chiffres consolidés et analytiques par pôles d’activité au 30 juin 2014 (chiffres non audités) :

En K Euros	S1 2014 GROUPE (6 mois)	S1 2014 PÔLE MAKAZI (6 mois)	S1 2014 PÔLE LEADMEDIA (6 mois)	S1 2013 GROUPE (6 mois)
<b>CHIFFRE AFFAIRES</b>	<b>14 978</b>	<b>7 990</b>	<b>6 988</b>	<b>9 739</b>
<i>Evolution vs. Consolidé S1 2013 (%)</i>	53,8%			
Achats Externes	- 7 771	- 5 265	- 2 506	- 3 649
<b>MARGE BRUTE</b>	<b>8 486</b>	<b>3 664</b>	<b>4 822</b>	<b>7 051</b>
<i>Evolution vs. Consolidé S1 2013 (%)</i>	20,4%			
Charges de Personnel	- 6 374	- 3 825	- 2 549	- 3 851
Autres Charges	- 3 322	- 1 716	- 1 606	- 2 209
<b>EBITDA</b>	<b>1 211</b>	<b>1 877</b>	<b>666</b>	<b>991</b>
<i>Marge d' EBITDA (%)</i>	-8,1%	-23,5%	9,5%	10,2%
Dotations aux amortissements	- 791	- 415	- 376	- 581
<b>RESULTAT EXPLOITATION</b>	<b>2 002</b>	<b>2 293</b>	<b>291</b>	<b>410</b>
<i>Marge d'exploitation (%)</i>	-13,4%	-28,7%	4,2%	4,2%
Résultat financier	- 192	- 149	- 42	- 200
Résultat exceptionnel	- 217	- 55	- 162	- 23
Impôts sur les bénéfices	- 157	- 182	25	- 45
<b>RESULTAT AVANT GOODWILL</b>	<b>2 568</b>	<b>2 679</b>	<b>112</b>	<b>142</b>
<b>RESULTAT APRES GOODWILL (*)</b>	<b>5 054</b>	<b>3 253</b>	<b>1 800</b>	<b>580</b>

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

## **Forte croissance de l'activité et progression de la marge brute, portées par Makazi**

Le chiffre d'affaires du groupe pour la période du premier semestre 2014 achevée le 30 juin 2014 atteint 15,0 M€ en consolidé, faisant ressortir une croissance de +53,8% par rapport à la même période en 2013. Sur la même période la marge brute s'établit à 8,5 M€ en consolidé en progression de 20,4%.

La dynamique de progression entre le pôle « LeadMedia » d'un côté (activités historiques du groupe) et le pôle « Makazi » de l'autre (activités logiciel de la société Makazi SA) est contrastée : forte croissance du chiffre d'affaires et de la marge brute du pôle Makazi et baisse du chiffre d'affaires et de la marge brute du pôle LeadMedia. Ces dynamiques contrastées s'expliquent ainsi :

- côté Makazi (pôle Logiciel), par la pertinence de son offre technologique avec le gain de plusieurs clients emblématiques tel qu'annoncés en septembre 2014 et la forte croissance des activités sous jacentes de vente de plateformes DMP et d'outils et services d'achat média RTB.
- côté LeadMedia (pôle des activités historiques), essentiellement par la sous performance des activités brésiliennes de la société MediaFactory liée à la perte du principal client du groupe dans ce pays, à l'impact de l'évolution défavorable du taux de change et à la réorganisation des équipes locales brésiliennes.

## **Une rentabilité impactée par les investissements technologiques et la sous performance de MediaFactory filiale de LeadMedia au Brésil**

Le premier semestre 2014 a vu la poursuite par le groupe de ses investissements technologiques avec l'enrichissement de sa plateforme de gestion de données dite « Data Management Platform » au sein de son pôle Makazi. Ces investissements importants consentis par le groupe impactent la profitabilité du pôle logiciel en dépit de la forte croissance de son activité. Les bonnes performances opérationnelles et financières du pôle LeadMedia, en particulier des sociétés Shopbot, R-Advertising et BuscaDescontos, sont masquées par la sous performance temporaire de la société MediaFactory au Brésil en raison de la perte du principal client du groupe dans ce pays, de l'impact de l'évolution défavorable des taux de change et de la réorganisation des équipes locales brésiliennes. Cette filiale est d'ores et déjà en voie de redressement suite à sa réorganisation.

En conséquence, l'EBITDA consolidé du groupe s'affiche à (1,2) M€ sur le premier semestre 2014, comparé à un EBITDA de 1,0 M€ sur la même période en 2013. Le résultat net consolidé du groupe avant amortissement des écarts d'acquisitions (amortissement du goodwill) s'établit à (2,6) M€. Le résultat net de l'ensemble consolidé (après amortissement des écarts d'acquisitions) est de (-5,1) M€ sur la période après prise en compte de 2,5 M€ d'amortissement de goodwill (normes French GAAP) incluant une dépréciation exceptionnelle du goodwill de la société MediaFactory au Brésil à hauteur de 1,2 M€.

Ces performances financières, en retrait par rapport à la même période en 2013, témoignent des efforts soutenus en termes d'investissements technologiques sur le pôle Logiciel du groupe d'une part et de l'impact de la dégradation des performances de la société MediaFactory au Brésil. En effet, l'analyse des chiffres du premier semestre 2014 met en évidence l'impact sur l'EBITDA consolidé du groupe du pôle Makazi à hauteur de (1,9) M€ tandis que la contribution du pôle LeadMedia s'est établie à 0,7 M€ grâce, en particulier, aux bonnes performances des activités des sociétés Shopbot, R-Advertising et BuscaDescontos.

## **Situation financière du Groupe**

Au 30 juin 2014, la trésorerie disponible consolidée s'élève à 5,3 M€. Les capitaux propres de la Société s'élèvent à 19,6 M€.

## Perspectives et stratégie

**Stéphane DARRACQ, Président Directeur Général de LeadMedia Group**, commente : « La croissance de notre activité en termes de Chiffre d’Affaires et de Marge Brute consolidés sur le premier semestre 2014 sont très satisfaisants. Nos résultats financiers, particulièrement EBITDA et Résultat avant Impôt, sont en revanche négatifs en raison essentiellement de deux facteurs : (1) les investissements technologiques consentis sur la période pour le développement de notre offre logiciel au sein de Makazi dont le point d’équilibre est prévu à un horizon de 12 mois et (2) la contre performance de notre filiale MediaFactory au Brésil. S’agissant de cette dernière, nous avons procédé aux ajustements nécessaires en termes d’organisation et d’offre commerciale, et sommes confiants quant au redressement de ses activités. Les autres sociétés du pôle historique LeadMedia – R-Advertising, Shopbot et BuscaDescontos - ayant très bien performé sur le premier semestre 2014, nous sommes confiants quant à l’amélioration sensible des performances financières du pôle LeadMedia sur le second semestre 2014 profitant par ailleurs du fort impact favorable de la saisonnalité pendant cette période. »

## FAITS MARQUANTS DU PREMIER SEMESTRE 2014

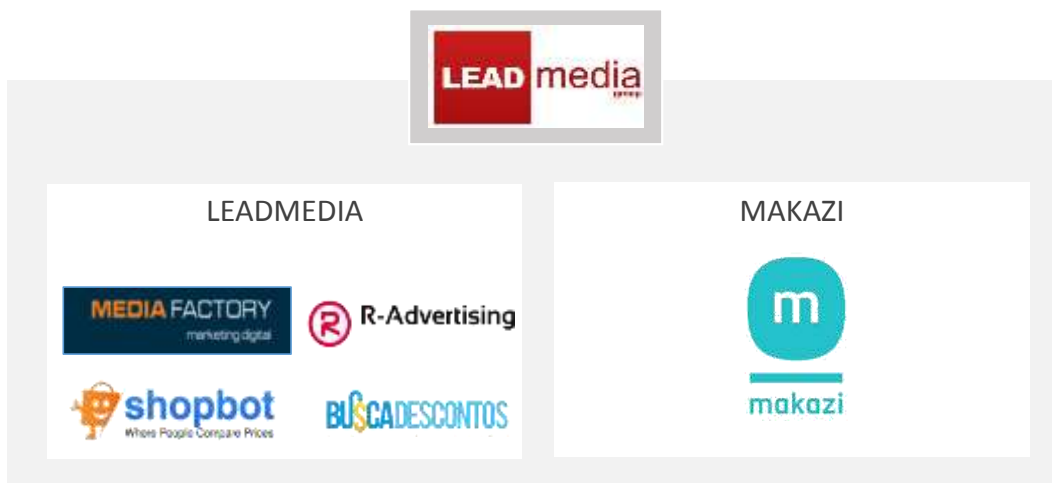
### Clarification du positionnement stratégique et des métiers du groupe

En réponse aux attentes de ses actionnaires, le groupe avait conduit au cours du premier semestre 2014 une réflexion stratégique approfondie, visant les objectifs suivants :

- clarification des métiers et de l’organisation opérationnelle du groupe;
- externalisation de la valeur des actifs technologiques du groupe;
- financement des investissements technologiques.

La réponse apportée par le groupe au cours de l’été 2014 a porté sur les axes suivants :

- **Clarification des métiers et de l’organisation opérationnelle** : cet objectif est aujourd’hui rempli avec la séparation au plan opérationnel entre, d’une part, les activités d’édition et de vente de logiciels de Data Marketing (le « Pôle Makazi») et, d’autre part, les activités historiques de prestataire intégré de génération d’audience et de contacts qualifiés (le « Pôle LeadMedia») ;



Cette séparation opérationnelle est effective à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2014. Au plan juridique, les activités d’édition et de vente de logiciel de Data Marketing sont regroupées sous la bannière de la filiale Makazi SA, tandis que les activités historiques de génération d’audience et de contacts qualifiés regroupent les entités R-Advertising, Shopbot, BuscaDescontos et MediaFactory.

- **Financement dédié du Pôle Makazi** : le groupe a clôturé en juillet dernier auprès de son actionnaire historique Truffle Capital une levée de fonds de 4 M€ apportés au capital de la filiale Makazi SA afin d'assurer le relais de financement de sa croissance. Cette opération s'est faite sur la base d'une valorisation pré monnaie de Makazi SA de 14 M€, permettant ainsi de cristalliser une valeur d'actif intéressante, tout en assurant le financement autonome du plan de développement de cette filiale. Suite à cette opération de levée de fonds, la filiale Makazi SA est détenue à hauteur de 78% par le groupe et 22% par les fonds de Truffle Capital.

## **Le groupe a repris la dénomination sociale LeadMedia Group SA**

Lors de l'Assemblée Générale des Actionnaires qui s'est tenue le 1<sup>er</sup> août 2014, le groupe a décidé du changement de sa dénomination sociale et a repris son ancienne dénomination sociale « LeadMedia Group SA » avec effet à compter du 1<sup>er</sup> septembre dernier. La raison principale de cette décision découle de la volonté de clarification des métiers du groupe et en particulier du choix d'identifier séparément les deux pôles d'activités logiciel d'un côté sous la bannière de Makazi SA et d'activités historiques de l'autre sous la bannière « LeadMedia ». A ce titre, il est apparu opportun de changer la dénomination sociale de la maison mère afin d'éviter toute confusion commerciale ou opérationnelle avec sa filiale Makazi SA.

### **A propos de LeadMedia Group :**

Fondé en 2008, coté à Paris sur le marché Alternext et éligible au PEA PME, LeadMedia Group est un acteur majeur du secteur digital en tant qu'éditeur de logiciels et solutions de data marketing et prestataire de services intégré pour le marketing online. Fort d'un portefeuille de technologies propriétaires innovantes et d'une équipe de 200 spécialistes, LeadMedia Group a développé un véritable savoir-faire dans le « data marketing ». LeadMedia Group a réalisé en 2013 un chiffre d'affaires proforma de 25,9 millions d'euros. La société est labellisée « entreprise innovante » par bpiFrance (ex Oséo) depuis mars 2011.

**Prochain communiqué : Chiffre d'Affaires 2014**  
**Le 30 janvier 2015 (après clôture des marchés)**

**LeadMedia Group est cotée sur Alternext à Paris**  
**Pour plus d'informations : [www.leadmedia-group.com](http://www.leadmedia-group.com)**

### **CONTACTS**

**LeadMedia Group**  
**Stéphane Darracq**  
**PDG**  
[sd@leadmedia-group.com](mailto:sd@leadmedia-group.com)

**NewCap**  
**Communication Financière et Relations Investisseurs**  
Louis-Victor Delouvrier / Pierre Laurent  
Tél. : +33(0)1 44 71 94 94  
[leadmedia@newcap.fr](mailto:leadmedia@newcap.fr)



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