



Communiqué de Presse
Paris, le 28 mars 2016

RESULTATS ANNUELS 2015

- **Recentrage achevé, désengagement total des métiers non stratégiques**
- **Focalisation sur la génération de Leads pour le e-commerce**
- **Restauration d'un périmètre générateur d'Ebitda**

LeadMedia Group (FR0011053636, ALLMG, éligible PEA PME) – Spécialiste du ciblage et de la génération de leads qualifiés pour le e-commerce annonce aujourd'hui ses résultats annuels consolidés pour l'année 2015.

RECENTRAGE ACHEVE, DESENGAGEMENT TOTAL DES METIERS NON STRATEGIQUES

Au cours de l'année 2015, Leadmedia s'est désengagé définitivement des activités non-stratégiques, considérées comme périphériques par rapport à l'activité principale de génération de contacts qualifiés. Dotées de modèles économiques s'étant avérés non compatibles avec celui de Leadmedia, ces activités entravaient la lisibilité stratégique du Groupe, tant en interne que vis-à-vis des clients et des actionnaires.

Ainsi l'activité de « media trading », qui reposait principalement sur l'achat-vente d'espaces publicitaires, en particulier via les plateformes de real time bidding (« RTB »), générait un volume d'affaires élevé mais un taux de marge brute proportionnellement faible par rapport au métier principal ; par ailleurs avec des engagements financiers et des comptes clients significatifs. Cette activité, dont le périmètre représentait 24 salariés est sortie du périmètre en avril 2015.

L'activité d'« édition de logiciel » consistait à développer une solution de gestion des données, ou « Data management platform » (« DMP »), à destination des responsables marketing. Outre le fait que les synergies commerciales et techniques avec l'activité principale n'ont pu être exploitées, les investissements en recherche et développement (« R&D ») conséquents ont pesés sur l'Ebitda du Groupe, malgré le dynamisme de la forte croissance de l'éditeur. Cette activité, dont le périmètre représentait 37 salariés est sortie du périmètre en octobre 2015.

FOCALISATION SUR LA GENERATION DE LEADS QUALIFIES POUR LE E-COMMERCE

Après la finalisation des cessions le périmètre comprend 86 collaborateurs, répartis entre le Brésil, l'Australie, le Canada et la France. Les équipes sont focalisées sur l'activité de génération de leads qualifiés pour les e-commerçants.

Les outils technologiques de Leadmedia, dont l'expertise reconnue mondialement s'appuie sur le savoir-faire de ses équipes de R&D, permettent d'augmenter la productivité, la pertinence, et l'efficacité des leads ainsi que l'automatisation de leur exploitation en mode multicanal.

En particulier, la technologie « Live Target », fondée sur le principe de l'« email retargeting » c'est-à-dire des campagnes d'emails dont les contenus sont adaptés à leur audience grâce à un ciblage personnalisé et instantané, a rencontré, dès son lancement en 2015, un vif succès auprès d'acteurs de l'e-commerce dans plusieurs pays

Xavier LATIL, Directeur Général de LeadMedia Group, commente : « *Après le recentrage de LeadMedia Group sur ses activités stratégiques, notre objectif en 2016 est maintenant de renforcer notre positionnement à l'international en accentuant nos efforts sur les zones géographiques à fort potentiel comme l'Asie du Sud-Est. Doté de solides atouts, tels que l'expertise des équipes, la valeur ajoutée des plateformes technologiques et la qualité du portefeuille clients, Leadmedia compte affirmer en 2016 son statut de leader en génération de leads pour les e-commerçants et les marques* ».

RESTAURATION D'UN PERIMETRE GENERATEUR D'EBITDA

Sur son périmètre « proforma » (retraité de la contribution au Chiffre d'Affaires et au Résultats des activités cédées), les performances de Leadmedia sont désormais encourageantes :

- L'Ebitda et le Résultat Opérationnel ressortent respectivement à 1,6 M€ et 0,9 M€
- Le Chiffre d'Affaires et la Marge Brute atteignent respectivement 11,4 M€ et 8,8 M€

En se focalisant sur le métier de génération de leads qualifiés pour le e-commerce, Leadmedia reprend le contrôle de son Ebitda, clarifie ses indicateurs de gestion, les « KPI's », tant commerciaux que financier, et peut ainsi faire correspondre ses objectifs à court et moyen terme avec le statut de société cotée.

Le périmètre présente désormais une forte cohérence tant sur les plans commerciaux, marketing et stratégiques que financiers.

Les chiffres proforma s'expliquent essentiellement comme suit :

- **Repositionnement des activités en France** : les activités de Leadmedia en France ont été impactées sur l'année 2015 par le non renouvellement ou la réduction de budgets clients sur l'activité média d'affiliation, occasionnant des décalages de facturation d'environ 1 M€, qui n'étaient en 2015 que partiellement compensés par le repositionnement technologique en cours, Big Data marketing et email retargeting (qualification de bases de données propriétaires et développements d'outils permettant de les exploiter).
- **Développement international** : les activités internationales ont été dynamiques en 2015, particulièrement en Australie, au Canada et au Brésil. Elles ont représenté 65% de la Marge Brute - dont 27% au Canada, 19% en Australie et 19% au Brésil - sur la période et ont délivré des performances conformes aux prévisions budgétaires, en dépit de l'impact négatif de la dépréciation du Real brésilien.
- **Maîtrise des coûts** : l'exploitation systématique des synergies, la focalisation, et le partage transversal des ressources transverses au sein du groupe, permettent une bonne gestion des coûts fixes et une maîtrise des dépenses.

CHIFFRES ANNUELS PRO FORMA AU 31 DECEMBRE 2015

Chiffres Proforma Consolidés hors activités sorties du périmètre en 2015 (après retraitement en 2014 et 2015 de la contribution aux Résultats des activités de Media Trading et d'édition de logiciel) :

En K Euros	2015 LEADMEDIA hors activités déconsolidées	2014 LEADMEDIA hors activités déconsolidées
CHIFFRE AFFAIRES	11.410	14.174
Evolution vs. Proforma 2014 (%)	-19,5%	
Achats Externes	- 3.638	- 4.612
MARGE BRUTE	8.838	10.300
Evolution vs. Proforma 2014 (%)	-14,2%	
Charges de personnel	- 4.334	- 4.940
Autres charges	- 2.913	- 3.160
EBITDA	1.591	2.200
Marge d' EBITDA (%)	13,9%	15,5%
RESULTAT EXPLOITATION	909	1.422
Marge d'exploitation (%)	8,0%	10,0%

CHIFFRES ANNUELS CONSOLIDES AU 31 DECEMBRE 2015, (COMPTES EN COURS D'AUDIT) INCLUANT LES ACTIVITES DECONSOLIDEES DURANT L'ANNEE

Au niveau consolidé l'évolution du chiffre d'affaires et des Résultats par rapport à l'année 2014 s'explique principalement par les sorties de périmètres décrites ci-dessus, les activités désormais hors périmètre ayant impacté très négativement, en 2015, tant le chiffre d'affaires que les Résultats statutaires et l'Ebitda comme illustré dans le tableau « Chiffres Consolidés Statutaires » (cf. tableau page suivante).

Chiffres Consolidés Statutaires (incluant les activités cédées / déconsolidées de Media Trading et d'édition de logiciels) :

Les chiffres consolidés, dans le périmètre consolidé statutaire, ne prennent pas en compte les déconsolidations décrites ci-dessus, bien qu'elles aient été effectivement finalisées au cours de l'exercice. Ils sont impactés par les forts investissements en R&D consentis pour l'activité d'édition de logiciels, ce qui explique un Ebitda consolidé fortement négatif à -1,5 M€ en 2015, comparé à un Ebitda de -1,2 M€ en 2014.

Le résultat net consolidé du groupe avant amortissement des écarts d'acquisition (amortissement du goodwill) s'établit à -4,9 M€. Le résultat net de l'ensemble consolidé (après amortissement des écarts d'acquisitions) est de -7,7 M€. Ce résultat fortement négatif est essentiellement imputable aux activités sorties du périmètre. L'impact de la dépréciation du goodwill et des impôts différés actifs résultant des opérations de sortie du périmètre impacte les résultats à hauteur de -2,5 M€.

En K Euros	2015 LEADMEDIA GROUP CONSO (12 mois)	2014 LEADMEDIA GROUP CONSO (12 mois)
CHIFFRE AFFAIRES	16.004	27.967
Evolution vs. Consolidé 2014 (%)	-42,8%	
Achats Externes	- 5.527	- 12.536
MARGE BRUTE	12.453	17.749
Evolution vs. Consolidé 2014 (%)	-29,8%	
Charges de personnel	- 8.455	- 12.557
Autres charges	- 5.506	- 6.411
EBITDA	- 1.508	- 1.219
Marge d' EBITDA (%)	-9,4%	-4,4%
RESULTAT EXPLOITATION	- 2.795	- 2.773
Marge d'exploitation (%)	-17,5%	-9,9%
Résultat financier	- 584	- 694
Résultat exceptionnel	- 36	1.041
Impôts sur les bénéfices	- 1.473	- 904
RESULTAT AVANT GOODWILL	- 4.888	- 3.330
RESULTAT APRES GOODWILL (*)	- 7.703	- 6.896

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

Commentaire sur les amortissements du goodwill

Le total des amortissements du goodwill (survaleur comptable résultant de la différence entre le coût des acquisitions de sociétés et la quote-part des fonds propres correspondant) en 2015 est de 2,8 M€. Ce montant comprend notamment 0,5 M€ de dépréciation exceptionnelle au titre du goodwill des activités sorties du périmètre, constatée dans les comptes en 2015 et correspondant à la dépréciation de la valeur de cette société suite à l'opération de déconsolidation, réalisée le 16 octobre 2015. Ces amortissements de goodwill n'ont par ailleurs aucun impact sur le « cash » disponible du groupe.

Situation financière du groupe

Au 31 décembre 2015, la trésorerie disponible consolidée s'élève à 2,2 M€. Les capitaux propres de la société s'élèvent à 10,2 M€.

Perspectives 2016

« La focalisation sur le cœur de métier de génération de leads pour les e-commerçants, où Leadmedia dispose d'une expertise et d'une excellence reconnues, est aujourd'hui opérationnelle. Le recentrage a été long mais commence à porter ses fruits. En interne les énergies sont mobilisées sur l'ensemble des géographies et tendues vers des objectifs clarifiés. La visibilité de la stratégie est aussi perceptible vis-à-vis des partenaires commerciaux et techniques. De nouvelles opportunités de développement s'amorcent », précise **Bernard-Louis Roques, Président du Conseil d'administration LeadMedia Group.**

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 data marketing en tant que spécialiste du ciblage et de la génération d'audiences digitales qualifiées. Fort d'un portefeuille de technologies propriétaires innovantes et riche d'actifs media dont les sites Shopbot, BuscaDescontos ou BlackFriday, LeadMedia Group a développé un véritable savoir-faire dans le « data marketing ». LeadMedia Group compte 84 collaborateurs dans 5 pays. La société est labellisée « entreprise innovante » par bpiFrance (ex Oséo) depuis mars 2011.

Calendrier financier 2016 :

Chiffre d'affaires semestriel 2016 : 29 juillet 2016
Résultats semestriels 2016 : 21 octobre 2016

LeadMedia Group est coté sur Alternext à Paris
Pour plus d'informations : www.leadmedia-group.com

CONTACTS

LeadMedia Group

Xavier LATIL

Directeur Général

communication@leadmedia-group.com

NewCap

Communication Financière et Relations Investisseurs

Louis-Victor Delouvrier / Pierre Laurent

Tél. : +33(0)1 44 71 94 94

leadmedia@newcap.eu



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