

RAPPORT D'ACTIVITE SEMESTRIEL 2015

Période du 1^{er} janvier au 30 juin 2015

Résultats semestriels 2015 conformes aux prévisions

- EBITDA de 1,9 M€
- Investissements soutenus en communication
- Perspectives 2017 confirmées

En millions d'euros	S1 2015	S1 2014
Chiffre d'affaires	37,6	32,8
Excédent brut d'exploitation (EBITDA)	1,9	2,2
Résultat d'exploitation (EBIT)	1,6	2,0
Résultat net de l'ensemble consolidé	1,1	1,4
Résultat net Part du Groupe (RNPG)	0,5	0,7
Capitaux propres (Part du Groupe)	4,8	4,9

Les comptes au 30 juin 2015 ont fait l'objet d'un examen limité de la part des commissaires aux comptes.

Résultats solides

A2micile confirme la progression de son chiffre d'affaires semestriel à 37,6 M€ contre 32,8 M€ au 1^{er} semestre 2014.

Porté par la progression de l'activité, l'**Excédent Brut d'Exploitation (EBITDA) s'inscrit à 1,9 M€** absorbant ainsi les charges de personnel et surtout les investissements en communication liés au lancement d'Azaé, le nouveau nom commercial du Groupe. En effet, le 1^{er} semestre intègre une partie des frais liés au déploiement de la marque sur l'ensemble du réseau avec la mise en conformité des agences et la refonte des supports de communication du Groupe (enseignes, vitrines, flyers, site internet...) pour un montant de 252 K€. Les importants investissements publicitaires de la campagne TV débutée fin août, qui porteront sur le 2nd semestre, ont permis au Groupe de déployer l'image de sa nouvelle marque et ainsi renforcer sa notoriété.

Ainsi, le Résultat d'exploitation s'élève à 1,6 M€ et le **Résultat net part du Groupe atterrit à 0,5 M€** contre 0,7 M€ l'an dernier.

La **structure financière solide du Groupe**, avec des capitaux propres de 4,8 M€ et une trésorerie disponible de 4,4 M€ malgré les investissements engagés pour déployer sa nouvelle marque Azaé, permet aujourd'hui à A2micile d'accélérer le déploiement de sa nouvelle marque en Europe.

Evénements significatifs de la période

L'activité d'aide à domicile a continué sa progression au cours du premier semestre 2015 grâce à la poursuite du développement du maintien à domicile et aux effets de la politique de croissance externe.

Le groupe a acquis une société en France au cours du premier semestre 2015 pour un total de 238 K€.

Evolution prévisible de la situation et perspectives d'avenir

Au 1^{er} juillet, les agences A2micile en France ont changé de marque pour devenir : Azaé.

Afin d'accompagner ce tournant stratégique, le Groupe a également intensifié sa visibilité au travers d'une large campagne publicitaire télévisée diffusée fin août-début septembre et d'une refonte de l'ensemble de ses supports de communication.

Le lancement de la marque Azaé était une étape incontournable pour le déploiement du Groupe à l'étranger et devrait lui permettre de s'implanter dans un nouveau pays en Europe avant la fin de l'année.

Dans un marché des services à la personne qui demeure très atomisé, le Groupe va poursuivre son déploiement mixte en France et à l'international. Sa récente acquisition en Haute-Savoie à la frontière suisse devrait lui permettre d'initier une nouvelle clientèle sur une zone à fort potentiel.

Le Groupe envisage la reprise d'une agence qui lui permettra de conforter son positionnement en région parisienne, particulièrement dynamique dans le secteur.

Par ailleurs, les premiers retours positifs de sa campagne TV initiée à la rentrée 2015 confortent A2micile dans sa volonté de renforcer sa visibilité et accélérer sa conquête de parts de marché auprès des particuliers (BtoC). Ainsi, le Groupe a d'ores et déjà programmé une nouvelle vague de communication pour l'année 2016

A2micile est éligible au PEA-PME

<http://finance.a2micile.com>

www.a2micile.com