

Le 6 avril 2021 – 08:30 CEST

Résultats annuels 2020 : AudioValley annonce une nette amélioration de sa rentabilité opérationnelle et la préparation d'un nouveau plan de croissance.

- **Résultat opérationnel courant avant amortissement en augmentation de +1.170k€**
- **Dette Vivendi entièrement remboursée**
- **Premier trimestre 2021 en forte croissance**
- **Préparation du lancement d'une nouvelle activité**

AudioValley, spécialiste international des solutions B2B dans l'audio digital, (code ISIN : BE0974334667 / mnémonique : ALAVY) publie ses résultats annuels pour l'exercice 2020 et son chiffre d'affaires du premier trimestre 2021.

Alexandre Saboundjian, CEO : « L'année 2020 a été marquée par plusieurs événements exceptionnels. La crise sanitaire bien sûr, mais aussi le remboursement anticipé de notre dette au groupe Vivendi et la signature de partenariats stratégiques qui nous ont permis de rattraper une bonne partie de la baisse de notre activité, fortement impactée par la chute des investissements publicitaires au début de la crise du coronavirus. Comme le montrent nos résultats, nous avons su affronter la crise en maîtrisant nos coûts. Ces mesures et l'esprit de résilience qui a animé chaque membre de nos équipes ont débouché sur une amélioration exceptionnelle de 1.170k€ du résultat opérationnel courant avant amortissement (passé de -548k€ en 2019 à +622k€ en 2020) ! En ce début 2021, nous avons signé de nouveaux partenariats stratégiques qui nous ouvrent de nouveaux territoires comme la Scandinavie. Nous sommes également en train de préparer le lancement d'une nouvelle activité de gestion des droits d'auteur en Europe, un marché qui pèse 10 milliards d'euros ! »

CHIFFRES CLÉS

en K€ - Normes IFRS – audité	2020	2019	Variation
Chiffre d'affaires	19.583	21.962	-10,8%
Coûts des ventes	(10.290)	(12.223)	-15,8%
Charges de personnel	(6.409)	(6.998)	-8,4%
Autres charges administratives et commerciales	(2.262)	(3.289)	-31,2%
Résultat opérationnel courant avant amortissements et dépréciations	622	(548)	+1.170 K€
Dépréciation et amortissements	(3.977)	(4.184)	-4,9%
Résultat opérationnel courant après amortissements et dépréciations	(3.355)	(4.732)	+1.377 K€
Autres produits	9		+9 K€
Autres charges	(25)	(44)	+19 K€
Résultat opérationnel	(3.371)	(4.776)	+1.405 K€
Gain sur cession / réévaluation de participation		7.091	-7.091 K€
Résultat financier	(1.908)	2.276	-4.184 K€
Impôts sur le résultat	448	(260)	+708 K€
Résultat net des activités poursuivies	(4.830)	4.331	-9.162 K€
Résultat net des activités cédées		450	-450 K€
Résultat net part du Groupe	(4.830)	4.781	-9.612 K€

ANALYSE DES CHIFFRES

Chiffre d'affaires en recul de seulement 10%

Sur l'exercice 2020, le Groupe affiche une activité en léger recul de 10,8% par rapport à 2019 (19,6M€ vs 22,0M€). A taux de change constant, ce recul est de 10,1%.

L'activité a été fortement impactée par la crise du coronavirus, en particulier au 2^e trimestre à l'apparition des mesures de confinement (-22% par rapport au T2 2019). La chute des budgets publicitaires des annonceurs, surtout dans le secteur retail, ont pénalisé l'activité de Targetspot. La fermeture des points de vente a également impacté les licences de diffusion de musiques vendues dans les magasins.

Une nette reprise des activités est apparue dès le début de l'été, principalement grâce à la forte croissance de l'activité européenne chez Targetspot qui a permis de limiter le recul du chiffre d'affaires sur l'ensemble de l'exercice. Le recrutement de plusieurs talents a également joué en faveur du Groupe.

Au niveau mondial, sur l'ensemble de l'année, la baisse des budgets médias a atteint -31% en Europe et -24% aux USA¹. Comparativement, l'activité d'AudioValley a donc été très satisfaisante.

Targetspot (89 % du chiffre d'affaires consolidé) : expansion internationale et croissance européenne

Le pôle Targetspot termine l'année en réalisant un chiffre d'affaires de 17,4M€, soit un repli de seulement 9,8% par rapport à 2019 (**repli de 9,0% à taux de change constant**). Cette performance est le résultat d'une forte activité aux États-Unis malgré la crise (11,3M€ contre 14,1M€ en 2019, ce qui représente une baisse de 18,7% à taux de change constant, et du développement rapide de Targetspot en Europe (6,1M€ contre 5,1M€ en 2019, soit +18,4%). Malgré les différents confinements en Europe qui ont pesé sur le chiffre d'affaires du 4^e trimestre, la croissance observée reflète le potentiel sur des marchés extrêmement porteurs.

Le lancement, en avril, de Passport Explore, la plateforme d'optimisation et de gestion des campagnes audio digitales la plus avancée du marché a été très bien accueillie (*communiqué de presse du 23 avril*).

¹ Source: World Federation of Advertisers.

Targetspot a contribué au développement international d'AudioValley en signant en 2020 un partenariat majeur avec MediaDonuts, groupe international spécialisé dans les technologies publicitaires, pour l'Inde et l'Asie du Sud-Est et un partenariat avec Sonos pour monétiser en exclusivité, dans 11 pays, leur nouveau service de radio en streaming Sonos Radio qui ne compte pas moins de 60.000 stations de radio (*communiqué de presse du 29 avril 2020*).

Targetspot prévoit une croissance importante en 2021.

Jamendo (11% du chiffre d'affaires) : une collaboration pleine de promesses

Le pôle Jamendo a réalisé un chiffre d'affaires de 2,2M€, soit un repli de 18,2%.

La crise du Covid a fortement impacté l'activité de Jamendo au cours du 1^{er} semestre (-22,7% par rapport au 1^{er} semestre 2019). L'activité a connu une relative amélioration au second semestre (-13,2 %), notamment grâce à la mise en place de la nouvelle offre d'abonnement, ainsi qu'à la signature d'un partenariat mondial avec Adobe (*communiqué de presse du 22 juin 2020*) pour le lancement d'Adobe Stock audio qui intègre les milliers de contenus audio de Jamendo à son logiciel Premiere Pro. Ce partenariat permet d'augmenter les sources de revenus pour Jamendo et ses musiciens, tout en bénéficiant d'une visibilité internationale.

La création de Jamendo Rights Management fin 2020, nouvelle activité dédiée à la gestion collective des droits musicaux, permettra à Jamendo d'élargir son champ d'action en matière de gestion et de monétisation des droits. Cette nouvelle activité, qui prépare son lancement commercial, sera un tremplin pour attirer de nouveaux talents à la recherche de canaux pour valoriser leurs œuvres musicales. Les premiers revenus issus du déploiement de Jamendo Rights Management sont attendus pour 2021.

Résultat opérationnel courant avant amortissement positif et en augmentation de 1.170k€ !

La meilleure illustration de la résilience d'AudioValley est la forte amélioration de son résultat opérationnel courant avant amortissement (**ROCa**) qui devient **positif, en augmentation de +1.170k€ !** Il se monte à **622k€ contre -548k€ en 2019** sous l'effet notamment :

- d'une progression sensible de la marge brute consolidée qui s'est établie en 2020 à 47,5% contre 44,3% un an auparavant ; et
- d'une maîtrise des charges fixes : le recours au chômage partiel ou complet dans les différents pays où elles étaient applicables qui a permis une **réduction des frais de personnel de 8,4%** par rapport à 2019. Plus

globalement, les **autres charges opérationnelles**, principalement les frais de marketing et de voyage, ont été comprimées au maximum et sont en diminution de **31,2%** par rapport à 2019. La société a également bénéficié de subsides à hauteur de 340k€.

Cette amélioration du ROCAa s'inscrit dans la dynamique déjà enclenchée en 2019 où il avait déjà progressé de +1.125k€.

Sébastien Veldeman, CFO : « La rapidité d'adaptation des équipes dès l'apparition de la pandémie a permis à AudioValley de faire face à cette période difficile. Nous avons mis en œuvre des mesures strictes de contrôle des coûts et de préservation de la trésorerie à l'échelle du Groupe, en ayant recours au chômage partiel ou complet, aux subsides et la compression maximum des autres charges opérationnelles. »

- **Targetspot** – L'amélioration de la rentabilité opérationnelle du Groupe provient exclusivement du pôle Targetspot : son ROCAa passe de -0,2 M€ en 2019 à 1,1M€ en 2020, en amélioration de plus de 1,3M€. En plus de la maîtrise des coûts, cette amélioration provient également de la progression du taux de marge brute du pôle qui s'établit à 45,8% contre 42,4% en 2019.
- **Jamendo** – Le pôle Jamendo a connu un fort repli de son activité, avec moins de marge de manœuvre quant à la possibilité de réduction des coûts ; il présente en ROCAa négatif de -0,1M€ sur l'exercice. Le taux de marge brute s'est également amélioré par rapport à 2019 (60,8% contre 58,0%).

Résultat opérationnel courant après amortissement : en amélioration

Sur l'exercice 2020, le résultat opérationnel courant après amortissement en **amélioration de 1,4M€**, il est de **-3,4M€** après prise en compte des dépréciations et amortissements en grande partie non cash² à hauteur de 4,0M€ qui se décomposent en :

- 2,1M€ sans effet cash (afin de répondre aux normes IFRS) relatifs à la charge d'amortissements linéaires des actifs technologiques reconnus dans le cadre du PPA (Price Purchase Agreement) mené suite à l'acquisition du pôle Targetspot, à savoir le logiciel de streaming Shoutcast et la plateforme Targetspot ;
- 1,3M€ d'amortissement d'autres actifs liés au développement interne du Groupe, en augmentation de 0,3M€ ;
- 0,6M€ d'amortissement des droits d'utilisation d'actifs reconnus au titre de la norme IFRS 16 relative à la comptabilisation des contrats de location au titre des comptes consolidés, entrée en vigueur au 1^{er} janvier 2019. Audiovalley a choisi d'appliquer la norme IFRS 16 selon la méthode rétrospective modifiée, sans retraitement des états financiers antérieurs.

Au terme de l'exercice 2020, **le résultat financier est en perte de (1,9 M€)**, contre un résultat financier positif de 2,3M€ en 2019. Il comprend notamment 1M€ d'intérêts d'obligations et 0,4M€ relatifs à une clause de retour à meilleure fortune dont les conditions ont été remplies dans le cadre d'une convention d'abandon de créance.

Au total, le Groupe affiche un le **résultat net négatif de (4,8M€)**, contre 4,8M€ en 2019 qui avait bénéficié d'éléments exceptionnels à hauteur de 11,5M€ : une plus-value de 7,1M€ relative à la cession du pôle Storever et un produit de 4,4 M€ relatif au discount obtenu suite au remboursement anticipé de la dette Vivendi.

² Non cash : sans incidence sur la trésorerie.

Situation financière : dette Vivendi entièrement remboursée et report de l'échéance d'une obligation

Au 31 décembre 2020, les **capitaux propres se montent à 14,8M€** contre 14,4M€ en 2019.

Deux événements financiers positifs ont émaillé l'exercice 2020.

- En juin 2020, **AudioValley a levé avec succès 5,4M€** par le biais d'un placement privé.
- Grâce à quoi, en juillet 2020, Audiovalley a **remboursé la dernière tranche de 3M€ de sa dette envers Vivendi**. Signé en mars 2020, l'accord pour le report au 30 septembre 2020 (au lieu du 31 mars 2020) du règlement de la dernière échéance a permis à AudioValley de bénéficier du discount initialement prévu de 35%, représentant **8,6M€**.

La **trésorerie de clôture** ressort à 0,8M€, contre 1,9M€ à fin 2019,

Les **dettes financières** se montent pour l'exercice 2020 à **15,4M€** contre 18,2M€ à fin 2019. Elles sont principalement constituées :

- des obligations convertibles émises en juillet 2019 pour 8M€, qui viennent à échéance en juillet 2024 ;
- des obligations émises en décembre 2019 pour 5M€ et dont l'échéance vient d'être prolongée de décembre 2021 à décembre 2024.

Le Groupe peut désormais concentrer pleinement ses ressources financières sur son développement international.

Evènements post-clôture : voir les résultats trimestriels ci-dessous

Perspectives 2021

Focalisé désormais sur des activités 100% audio digital, AudioValley bénéficie d'un solide positionnement associant technologie et couverture commerciale internationale sur un marché structurellement porteur. Nos différents partenariats avec des acteurs de premier plan et l'augmentation du nombre d'annonceurs en portefeuille (plus de 200) témoignent du basculement en cours des campagnes publicitaires des radios traditionnelles FM vers les supports audios digitaux (applications smartphone, assistants vocaux intelligents, podcasts, jeux vidéo, etc.) qui permettent un meilleur ciblage des audiences. L'arrivée sur le marché de nouveaux acteurs comme SONOS, qui fédère plus de 10 millions de foyers à travers

le monde, devrait intensifier l'appétit des annonceurs pour ces campagnes publicitaires donnant un accès inédit aux auditeurs qu'ils souhaitent atteindre. **Les partenariats signés en 2020 devraient booster l'activité 2021 du Groupe.**

La situation financière renforcée par la libération de la dette Vivendi et du report d'un remboursement obligataire est elle aussi favorable pour traverser la fin de la crise sanitaire et retrouver rapidement le chemin de la croissance.

Le **lancement de la nouvelle activité de gestion des droits d'auteur Jamendo Rights Management** (fondée sur la libéralisation de la gestion collective des droits d'auteur en Europe) devrait aussi à générer des revenus fin 2021. Elle s'adresse à un marché estimé à 10 milliards d'euros en Europe dont elle ambitionne de se tailler une part.

Pour aider Jamendo dans son développement et accompagner le pôle droits, le Groupe n'exclut pas de faire prochainement appel au marché.

Le commissaire, EY, Reviseurs d'entreprises SRL, représentée par Eric Van Hoof, a confirmé que les procédures d'audit sur les informations financières consolidées reprises dans ce communiqué sont terminées quant au fond et n'ont pas révélé de corrections significatives qui devraient être apportées à l'information reprise dans ce communiqué.

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 1^{ER} TRIMESTRE 2021**Une croissance à deux chiffres !**

Le **chiffre d'affaires** du premier trimestre est **en progression de 13,2%** par rapport au premier trimestre 2020 (+17,1% à taux de change constant), à 5,1M€. Et ce, alors que l'activité souffre toujours des effets de la pandémie et des mesures restrictives prises dans les différents pays, surtout en Europe (commerces non essentiels fermés, confinement complet ou partiel...).

Ce résultat très satisfaisant est porté par le **pôle Targetspot qui affiche un chiffre d'affaires de 4,6M€, en hausse de 17,8% (+22,3% à tcc)**, contre 3,9M€ au T1 2020. La croissance est tirée par les Etas-Unis (+34,8% à tcc), l'Europe étant encore fortement impactée par la pandémie (-1,2%).

De son côté, le pôle Jamendo, encore fortement impacté par la crise, présente **un chiffre d'affaires de 0,6M€, en baisse de 13,8%**, contre 0,7M€ au T1 2020. Trois nouveaux talents ont rejoint l'équipe pour préparer la reprise.

Chiffre d'affaires en K€ - non audité	T1 2021	% du CA 2020	T1 2020	Variation 2021/2020	Variation TCC³
Targetspot	4 574	89%	3 883	+17,8%	+22,3%
Jamendo	562	11%	652	-13,8%	-13,8%
Total Groupe	5 136	100%	4 535	+13,2%	+17,1%

³ A TCC : à taux de change constant.

PROCHAINS RENDEZ-VOUS

Mise à disposition du rapport annuel financier

Vendredi 30 avril 2021, après bourse

Chiffre d'affaires semestriel 2020

Mardi 27 juillet 2021, après bourse

A propos d'AudioValley

AudioValley, basé à Bruxelles au cœur de l'Europe, est pionnier et leader de l'audio digital depuis 2007. Actif dans toute la chaîne de valeur de son secteur, et doté d'un réseau global, AudioValley offre à ses clients & partenaires des solutions pour développer leur business grâce à l'audio digital, tant au niveau local qu'international.

Le Groupe réunit des marques emblématiques : Targetspot pour la monétisation de contenus audio digitaux, Jamendo pour la commercialisation des œuvres et la gestion des droits musicaux, Shoutcast pour les technologies de streaming et la gestion de podcasts, et Winamp, l'icône lecteur audio.

Le secteur de l'audio connaît une révolution digitale sans précédent avec des consommateurs ultra connectés qui souhaitent avoir accès n'importe où et n'importe quand, au meilleur des contenus audio. Pour répondre à ces nouvelles habitudes de consommation, AudioValley développe des technologies qui permettent de profiter instantanément des avantages de l'audio digital ; et des services qui créent du lien entre les marques et les consommateurs, entre les éditeurs et leur audience, entre les éditeurs et les marques, et entre les artistes et les amateurs de musique. AudioValley est implanté dans 9 pays et emploie une centaine de collaborateurs à travers le monde. www.audiovalley.com