



Chiffre d'affaires de 190,7M€ sur les neuf premiers mois de l'exercice 2015, en hausse de 14%

Paris (France), le 5 Novembre 2015 – Gameloft, un leader mondial dans l'édition et la création de jeux numériques et sociaux, publie son chiffre d'affaires pour les neuf premiers mois de l'exercice 2015.

« *La dynamique de croissance de la société s'est maintenue à des niveaux élevés lors du troisième trimestre 2015. Porté par la solide performance de nos services de jeux et les lancements réguliers de nouveaux titres depuis le début de l'année, le chiffre d'affaires de Gameloft a progressé de 14%. C'est une performance très satisfaisante qui met en valeur l'excellent travail réalisé par nos équipes et la qualité de nos franchises,* » déclare Michel Guillemot, PDG de Gameloft. « *Nous poursuivons par ailleurs à un rythme soutenu la diversification des sources de revenus de la société ainsi que le démontrent le développement rapide de notre régie publicitaire Gameloft Advertising Solutions et le lancement de deux de nos franchises phares, Asphalt et Dungeon Hunter, sur l'Apple TV. Gameloft a une audience massive, des franchises fortes, des revenus récurrents, des relais de croissance potentiels significatifs et une situation financière saine. Nous envisageons donc le futur avec confiance,* » conclut Michel Guillemot.

Principaux éléments financiers et statistiques

- Chiffre d'affaires de 190,7M€ sur les neuf premiers mois de 2015, en hausse de 14% à données publiées et de 6% à taux de change constant.
- La zone EMEA a représenté 30% du chiffre d'affaires des neuf premiers mois de 2015, l'Amérique du Nord 27%, l'Asie-Pacifique 28% et l'Amérique Latine 15%.
- Chiffre d'affaires du troisième trimestre de 63,3M€, en hausse de 14% à données publiées et de 6% à taux de change constant.
- Le nombre de joueurs mensuel a atteint 173 millions en moyenne sur le troisième trimestre, en hausse annuelle de 6%.
- Le nombre de joueurs quotidien a atteint 22 millions en moyenne sur le troisième trimestre, en hausse annuelle de 12%.

Principaux éléments opérationnels

- Sur les neuf premiers mois de 2015, Gameloft s'est classé premier éditeur mondial sur iOS et Google Play en termes de nombre de jeux téléchargés selon le classement établi par App Annie.
- Près de deux tiers des ventes des neuf premiers mois de l'exercice 2015 ont été réalisées avec des franchises et marques internes à Gameloft.
- Lancement de deux de ses plus grosses franchises, *Asphalt®* et *Dungeon Hunter™* sur la nouvelle Apple TV®. *Asphalt 8 : Airborne™* et *Dungeon Hunter 5™* sont les premiers jeux Gameloft à tirer pleinement profit des capacités uniques de l'Apple TV® et offrent une expérience de jeu inédite sur grand écran. *Asphalt 8 : Airborne* se classe actuellement au troisième rang des jeux les plus téléchargés sur l'Apple TV aux Etats-Unis.

- Gameloft a lancé onze nouveaux titres depuis le début de l'exercice 2015 : *Dragon Mania Legends*®, *Puzzle Pets*, *Immortal Odyssey*™, *Age of Sparta*™, *Dungeon Hunter 5*, *Battle Odyssey*™, *Ice Age*® *Avalanche*, *Magna Memoria*®, *Siegefall*®, *March of Empires*™ et *Order & Chaos 2 : Redemption*™.
- *Dragon Mania Legends*, *Dungeon Hunter 5*, *Siegefall*, *March of Empires* et *Order & Chaos 2 : Redemption* se classent actuellement parmi les meilleures ventes du groupe.
- Gameloft Advertising Solutions a très récemment enrichi son offre avec deux nouveaux formats publicitaires : VBAN et M-INT. Au total la société dispose de 12 formats publicitaires distincts déployés sur 35 jeux.
- En plus de ses 12 formats publicitaires, Gameloft Advertising Solutions a renforcé ses options de ciblage déjà disponibles (âge, genre, équipement mobile et sondages dans le jeu) avec de nouvelles fonctionnalités : la géo-localisation, qui permet de valider la position géographique de l'utilisateur et de délivrer un contenu affinitaire et l'étude de la consommation mobile pour définir des profils de consommateurs spécifiques (les voyageurs, les fans de shopping en ligne, les cinéphiles...).

Perspectives financières et opérationnelles

Gameloft prévoit de commercialiser au moins 4 nouveaux titres lors du quatrième trimestre de l'exercice 2015 et de continuer à lancer de façon régulière de nouveaux jeux tout au long de l'exercice 2016 dont un de ses blockbusters potentiels : *Disney Magic Kingdoms*. Les bonnes performances de nombreux services de jeux lancés au cours de l'année 2015 devraient de plus contribuer à soutenir la progression du chiffre d'affaires lors du prochain exercice.

La société a par ailleurs pour ambition d'accélérer la transition du business model actuel vers un modèle mixte qui combine modèle *free to play* et modèle publicitaire maîtrisé. Gameloft a ainsi fait le choix de développer une régie publicitaire intégrée au potentiel de revenus supérieur à celui des régies externes et offrant un meilleur service aux consommateurs et aux annonceurs. Gameloft a par ailleurs commencé à connecter son inventaire disponible aux trading desk des principaux annonceurs et agences en programmation.

Le chiffre d'affaires 2015 sera publié le 28 janvier 2016 à la clôture du Marché.

A propos de Gameloft

Un leader dans l'édition de jeux digitaux et sociaux, Gameloft® s'est positionné depuis 2000 comme l'une des entreprises les plus innovantes dans son domaine. Gameloft conçoit des jeux pour toutes les plateformes numériques et avec une audience mensuelle de 173 millions de joueurs uniques offre, via Gameloft Advertising Solutions, un niveau de visibilité et d'engagement unique aux annonceurs. Gameloft possède ses propres franchises comme Asphalt®, Order & Chaos, Modern Combat ou Dungeon Hunter, et travaille également en collaboration avec les plus grands ayant-droits internationaux dont Universal, Illumination Entertainment, Disney®, Marvel®, Hasbro®, Fox Digital Entertainment, Mattel® ou encore Ferrari®. Gameloft est présent sur tous les continents, distribue ses jeux dans plus de 100 pays et compte 5000 développeurs. Gameloft est cotée sur NYSE Euronext Paris (Euronext: GFT.PA, Bloomberg: GFT FP, Reuters: GLFT.PA). Gameloft est cotée sur le marché OTC aux États-Unis (ADR sponsorisé de niveau 1, code : GLOFY).

Contact:

Laure d'Hauteville

Deputy CFO

Mail: Laure.dHauteville@gameloft.com

Pour davantage d'information, rendez-vous sur www.gameloft.com