

## RESULTATS SEMESTRIELS 2011

### Résultat d'exploitation en croissance de +57%<sup>(1)</sup>

LeadMedia Group (FR0011053636, ALLMG) - spécialiste franco-brésilien du marketing online à la performance - annonce aujourd'hui ses résultats consolidés pour le 1<sup>er</sup> semestre 2011, clos au 30 juin.

Chiffres semestriels consolidés au 30 juin (en K€) :

En K€	S1 conso 2011 (6 mois)	S1 proforma 2010 (6 mois)	S1 conso 2010 (6 mois)
<b>CHIFFRE D'AFFAIRES</b>	<b>8 768</b>	<b>6 189</b>	<b>4 610</b>
Achats Externes	(5 111)	(3 695)	(3 078)
<b>MARGE BRUTE</b>	<b>3 888</b>	<b>2 495</b>	<b>1 765</b>
<i>Taux de MB (%)</i>	<i>44%</i>	<i>40%</i>	<i>38%</i>
<b>EBITDA</b>	<b>612</b>	<b>346</b>	<b>294</b>
<i>Taux d'EBITDA (%)</i>	<i>7,0%</i>	<i>5,6%</i>	<i>6,4%</i>
<b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>	<b>462</b>	<b>294</b>	<b>257</b>
<i>Taux de REX (%)</i>	<i>5,3%</i>	<i>4,8%</i>	<i>5,6%</i>
Résultat financier	(183)	(125)	(11)
Résultat exceptionnel	(63)	(12)	(0)
Impôts sur les bénéfices	(132)	(59)	(90)
<b>RESULTAT AVANT GOODWILL (*)</b>	<b>83</b>	<b>97</b>	<b>156</b>
<b>RESULTAT NET APRES GOODWILL</b>	<b>(163)</b>	<b>(133)</b>	<b>133</b>

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

Chiffres non audités

(1) sur une base proforma du résultat d'exploitation du premier semestre 2010

### Poursuite de la croissance de l'activité du Groupe

Le chiffre d'affaires au 30 juin 2011 atteint 8,8 millions d'euros, en croissance de +90% par rapport au chiffre d'affaires consolidé au 30 juin 2010, qui s'élevait à 4,6 millions d'euros. Sur la base d'un périmètre identique à

celui du premier semestre 2011, le chiffre d'affaires du premier semestre 2010 de LeadMedia Group aurait atteint 6,2 millions d'euros (base proforma, intégrant notamment les activités de Media Factory, société acquise en janvier 2011). Ainsi, le chiffre d'affaires enregistré au cours du premier semestre 2011 ferait ressortir une croissance organique de +42% par rapport à 2010.

La croissance de l'activité sur la période a été équilibrée tant sur le plan géographique que du mix produits. Cette croissance s'explique par l'évolution très rapide des marchés sur lesquels la Société intervient, la dynamique de croissance interne que LeadMedia Group génère, mais également l'intégration des activités de Media Factory au Brésil depuis le début de l'année 2011. La répartition géographique de l'activité est de 55% pour la France et de 45% pour le Brésil, contre respectivement 65% et 35% sur l'ensemble de l'année 2010 (base proforma).

La marge brute du premier semestre 2011 s'établit à 3,9 millions d'euros et représente 44% du chiffre d'affaires (vs. 40% au premier semestre 2010 proforma). La marge brute affiche ainsi une progression de 4 points par rapport au premier semestre 2010 proforma, grâce à la contribution des activités éditoriales et à la montée en puissance des activités au Brésil.

### **Amélioration de la rentabilité opérationnelle**

L'EBITDA atteint 0,6 million d'euros, soit 7,0% du chiffre d'affaires du premier semestre 2011 contre 5,6% au premier semestre 2010 proforma, en dépit du renforcement des équipes (au Brésil essentiellement) pour accompagner la croissance du Groupe.

Le résultat d'exploitation ressort à 0,5 million d'euros, après prise en compte des dotations aux amortissements en progression à 150 K€ contre 52 K€ au premier semestre 2010 proforma, en raison des investissements réalisés au sein de R. La marge d'exploitation atteint 5,3% sur la période comparée à 4,8% sur la même période en 2010 à périmètre identique.

Le résultat net des sociétés intégrées avant amortissement des écarts d'acquisitions (amortissement du goodwill) s'élève à 83 K€, impacté par des frais financiers importants au Brésil (183 K€), une charge exceptionnelle (63 K€) et une charge d'impôt sur les bénéfices (132 K€). La quote-part des intérêts minoritaires s'élevant à 56 K€, le résultat net part du Groupe avant amortissement des écarts d'acquisitions ressort donc à 36 K€ sur la période. A noter que suite à son introduction en bourse en juin dernier, la Société a procédé au remboursement de sa dette brésilienne. Ce remboursement aura un impact immédiat sur les frais financiers sur le second semestre 2011. Le résultat net de l'ensemble consolidé (après amortissement des écarts d'acquisitions à hauteur de 255 K€) est de -163 K€ sur la période.

### **Renforcement de la situation financière du Groupe**

Au 30 juin 2011, les capitaux propres de la Société s'élèvent à 4,8 millions d'euros et la trésorerie s'établit à 2 millions d'euros. Ce niveau de trésorerie n'intègre pas le produit de l'augmentation de capital réalisée par LeadMedia Group en juin 2011, dans le cadre de son introduction en bourse sur le marché NYSE Alternext.

Ainsi, au 30 septembre 2011, la trésorerie s'établit à 9,3 millions d'euros, nette des frais d'introduction en bourse, des coûts de rachat des actionnaires minoritaires dans les filiales du Groupe, du remboursement de la dette bancaire brésilienne et du prix d'acquisition de la société DigitalMe.

### **Faits marquants**

Sur le premier semestre 2011, l'activité de LeadMedia Group a été principalement marquée par :

- **l'acquisition en janvier 2011 de Media Factory**, société brésilienne spécialisée dans les prestations de marketing online à la performance ;

- **le succès de son introduction en bourse** sur le marché NYSE Alternext à Paris en juin 2011 avec la levée de 12,5 millions d'euros auprès d'investisseurs institutionnels et du public. Le règlement-livraison des actions est intervenu le 1<sup>er</sup> juillet et l'action LeadMedia Group se négocie depuis le 4 juillet en cotation continue.

Par ailleurs, la Société a annoncé :

- le 12 septembre dernier, **l'acquisition de DigitalMe**, société brésilienne spécialisée dans l'animation et le suivi des annonceurs sur les réseaux sociaux ;
- Le lancement en septembre 2011 de sa **nouvelle solution technologique de reciblage publicitaire** par e-mail.

**Stéphane DARRACQ, Président Directeur Général de LeadMedia Group**, commente : « *La croissance de notre activité et de notre rentabilité opérationnelle sur le premier semestre nous conforte quant à la pertinence de notre offre et de notre modèle économique, mettant la collecte et l'enrichissement des données marketing au centre des enjeux stratégiques de nos clients annonceurs. Ces résultats sont aussi liés à la progression de notre volume d'activités auprès de nos clients existants et au gain de nouveaux clients, tels que Groupon et L'Oréal au Brésil, ou BMW et Galeries Lafayette en France. Pour ce qui concerne le reste de l'exercice 2011, nous restons prudents dans un environnement macroéconomique incertain.* »

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

Fondé en 2008, LeadMedia Group est un acteur majeur du data marketing spécialisé dans l'acquisition et la fidélisation de prospects et clients sur Internet. Fort d'un portefeuille de technologies propriétaires innovantes et d'une équipe de 125 spécialistes, LeadMedia Group a développé un véritable savoir-faire en « performance marketing », génération de contacts qualifiés et solutions de fidélisation. LeadMedia Group opère sur deux marchés, la France et le Brésil, et a réalisé en 2010 un chiffre d'affaires consolidé pro forma de 13,7 M€, en croissance de 100% par rapport à 2009. La Société est labellisée « entreprise innovante » par Oséo depuis mars 2011.

**Prochain communiqué : chiffre d'affaires de l'exercice 2011**  
Le 31 janvier 2012 (après clôture des marchés)

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

#### **CONTACTS**

**LeadMedia Group**  
**Stéphane Darracq**  
**PDG**  
Tél. : +33(0)1 44 29 97 27  
[sd@leadmedia-group.com](mailto:sd@leadmedia-group.com)

**NewCap.**  
**Communication financière et relations investisseurs**  
Pierre Laurent / Julien Brosillon  
Tél. : +33(0)1 44 71 94 94  
[leadmedia@newcap.fr](mailto:leadmedia@newcap.fr)



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