



Communiqué de presse

Tassin-la-Demi-Lune, le 9 février 2021

Pour diffusion immédiate

Adthink en Croissance pro forma de +20 %

Adthink ([ENXTPA:ALADM](#)), spécialiste français du *digital marketing*, publie aujourd’hui son chiffre d’affaires 2020 et affiche une croissance de 20 % du chiffre d’affaires pro forma et de plus de 2 % du chiffre d’affaires consolidé. Le groupe s’engage dans une nouvelle phase de croissance, se renforce face à la crise et nomme de nouveaux CEO et CRO.

C'est dans un contexte de crise économique liée à une pandémie mondiale que le groupe Adthink a su montrer sa capacité à rebondir. En se restructurant, se diversifiant et se repositionnant, l'entreprise a pu tenir son engagement de revenir à la croissance avec un chiffre d'affaires consolidé en progression de +2 % sur l'ensemble de l'exercice et en croissance organique de +1 % et ce malgré ce contexte particulièrement défavorable.

Comptes ¹	CA 2020	CA 2019	Variation
Consolidé ²	10,33 M€	10,10 M€	+2,27 %
Pro forma	12,11 M€	10,10 M€	+19,90 %

Solide rebond des activités de l’Agence et de la génération de trafic

L’Agence de publicité et sa régie éditeurs ont été impactées au plus fort de la crise, sur la période fin T1 à T3, avec des reports de budgets de ses annonceurs et une baisse significative des prix unitaires sur les échanges programmatiques. L’Agence a cependant su réagir en redoublant d’efforts sur la conquête de nouveaux clients, en se diversifiant vers des secteurs moins impactés par la situation et en prenant appui sur la montée en

¹ Non audités.

² Consolidation des activités de OBRGN au 11/12/2020.

puissance du e-commerce, lui permettant d'afficher une croissance de +12 % sur le dernier trimestre, par rapport au T4 2019.

Au cœur de l'innovation dans un marché en perpétuelle évolution, l'Agence a développé plusieurs formats publicitaires, intégré une technologie de visibilité garantie, refondu sa plateforme adtech propriétaire AdAccess et équipé son Trading Desk de nouvelles DSP (plateformes d'achats media). L'Agence travaille sur la transition vers un environnement sans cookie et annoncera bientôt une solution d'optimisation des revenus éditeurs à 360°, s'appuyant sur une technologie exclusive de monétisation des contenus. Ces innovations se traduisent par une performance accrue de *yield optimization* et une rétention de ses clients supérieure à 80 %. Inspirée par ses pairs Reworld Media et Webedia, la Régie étudie d'éventuelles opportunités de croissance externe dans le secteur des médias, souhaitant développer un inventaire propriétaire en s'appuyant sur son expérience de la monétisation.

Les activités de génération de trafic qualifié des Comparateurs, tirant parti de l'expertise Adthink en matière de SEA (*Search Engine Advertising*), notamment avec Google, ont également été impactées par la pandémie avec un volume d'affaires en deçà des objectifs fixés en février mais en affichant tout de même +35 % de croissance sur l'exercice 2020.

Nouveau levier de croissance dans le *online retail* avec l'acquisition de OBRGN

L'acquisition de OBRGN, start-up e-commerce, a permis de poser les bases d'un des nouveaux leviers de croissance pour 2021, le *online retail*. Avec un chiffre d'affaires réalisé presque en totalité aux USA, le développement de ce nouveau pôle est immédiatement international. Combinant le savoir-faire acquis et la plateforme de distribution numérique Expand développée par les Adthink Labs, plusieurs nouvelles boutiques et produits seront lancés courant T1 2021, sous la direction de son nouveau Directeur des Revenus, Nicolas Lehé, qui apporte 13 ans d'expérience provenant notamment de PokerStars et ChiliPoker.

Jonathan Métillon, Président-Directeur Général de Adthink, précise : « *D'autres investissements sont prévus, notamment dans les services par abonnement, avec de nouvelles technologies OMS (Order Management System) et la plateforme d'affiliation. En se repositionnant dans la distribution numérique B2C tout en construisant ses audiences propriétaires, développant son propre walled garden, un écosystème fermé que nous contrôlons de bout en bout, Adthink affiche clairement sa volonté de maintenir son indépendance et sa rentabilité en appuyant sa croissance sur les marchés massifs et très porteurs du e-commerce et du digital content.* »

Les résultats annuels 2020 de Adthink seront publiés le 1^{er} avril 2020 avant l'ouverture des marchés.

A propos de Adthink

Expert du digital marketing, Adthink opère sur le marché B2C en développant une plateforme globale de distribution numérique et physique et sur le marché B2B en mettant au service des annonceurs son trading desk et sa plateforme d'affiliation pour développer leur acquisition client. Avec sa solution adtech propriétaire [AdAccess](#), les éditeurs media peuvent optimiser et multiplier leurs canaux de revenus. Plus de 500 clients annonceurs et éditeurs dans le monde ont recours à l'expertise de Adthink.

Créé en 2001 pour mettre sur le marché la première offre publicitaire en streaming vidéo, le groupe Adthink est basé à Lyon avec des présences à Paris, Genève, Porto, San Diego et compte 34 employés à fin décembre 2020. Son chiffre d'affaires 2020 s'élève à 10,33 millions d'euros.

Adthink est coté sur le marché Euronext Growth de Euronext Paris (ALADM - FR0010457531) et fait partie du Top 100 Digital (étude PwC - TECH IN France, juillet 2018). Listing Sponsor : Genesta, Hervé Guyot, tél. : +33 (0)1 45 63 68 60, email : hguyot@genesta-finance.com

Plus d'informations sur : adthink.com/fr/investors

Suivez-nous sur : linkedin.com/company/adthink

Contact presse : Presse & Com Ecofi, Ségolène de Saint Martin, tél. : +33 (0)6 16 40 90 73, email : sdestmartin@p-c-e.fr

