



Communiqué de presse

Tassin-la-Demi-Lune, le 1^{er} avril 2021, 8h30

Pour diffusion immédiate

Résultats annuels 2020 : retour à la rentabilité confirmant la pertinence de la nouvelle stratégie

Perspectives 2021 : accélération de l'enrichissement de l'offre

Comptes consolidés audités (M€)	2020	2019	Variation
Revenues	10,24 ¹	10,10	+1,4 %
EBITDA	0,77	0,05	X15
Résultat d'exploitation	0,79	(0,10)	NA
Résultat financier	(0,08)	0,02	NA
Résultat exceptionnel	(0,02)	(0,80)	NA
Résultat net Part du Groupe	0,69	(1,10)	NA

« Notre retour à la rentabilité en 2020, malgré un environnement sanitaire qui a affecté une partie de nos activités, témoigne de la pertinence de notre stratégie de redimensionnement de notre structure et d'enrichissement de notre offre à forte valeur ajoutée en digital distribution & marketing. Centrées sur les segments les plus porteurs et s'appuyant sur des développements propriétaires exclusifs, nos équipes sont désormais équipées pour conquérir de nouveaux marchés. Fort de nos atouts, nous sommes confiants pour poursuivre nos développements en 2021 » déclare Jonathan Métillon, Président-Directeur Général de Adthink.

¹ Écart de -0,09 M€ avec la communication du 9 février 2020 dû à la non prise en compte de certaines demandes de remboursement au sein des activités B2C.

Résilience du chiffre d'affaires dans un contexte sensible

Adthink ([ENXTPA:ALADM](#)), expert en digital distribution & marketing, annonce un chiffre d'affaires consolidé de 10,24 M€, en hausse de +1,4 % (+0,4 % à périmètre comparable). Cette croissance, dans un contexte de crise sanitaire ayant affecté les marchés publicitaires, repose sur l'essor des services de distribution digitale et de marketing à la performance.

Retour de la rentabilité consacrant une stratégie centrée sur la valeur ajoutée

En 2020, dans un contexte économique sensible, Adthink a réussi à maintenir son taux de marge brute à 50 %. Tenant compte au 2nd semestre 2020 de charges en lien avec le renforcement de la sécurité monétique et l'optimisation de l'offre en distribution digitale, l'EBITDA atteint 0,77 M€ contre 0,05 M€ en 2019 et le résultat d'exploitation progresse à 0,79 M€ contre une perte de 0,10 M€ en 2019. Ces performances sont portées par le redimensionnement des frais de structure et par une contribution croissante des services de distribution digitale, ainsi que par la diversification des activités de publicité digitale vers une clientèle résiliente à la situation sanitaire.

Après prise en compte d'un résultat financier de (0,08) M€ lié à la hausse des charges d'intérêts issues des nouveaux emprunts, le Résultat net Part du Groupe de la période ressort à 0,69 M€ contre une perte de 1,10 M€ en 2019, perte pour mémoire résultant en partie des charges ponctuelles nécessaires au redimensionnement de la société et au repositionnement de son offre. Le bénéfice net par action dilué 2020 ressort à 0,11 €.

Renforcement du bilan pour préparer l'avenir

Le bilan au 31 décembre 2020 présente des capitaux propres à hauteur de 4,35 M€, contre 3,57 M€ fin 2019 et un taux d'endettement net limité à 13,7 % des capitaux propres fin 2020 contre 30,7 % fin 2019. La trésorerie disponible atteint 1,88 M€, permettant au Groupe de poursuivre sa politique d'investissement et d'acquisition de nouvelles expertises et technologies.

Perspectives : de nouveaux développements pour ouvrir de nouveaux marchés

En 2021, Adthink poursuit ses développements dans la distribution et le marketing digital, ainsi que dans la monétisation des contenus afin de conquérir de nouveaux marchés. Le Groupe reste à l'écoute d'opportunités d'acquisition de médias afin de

compléter sa chaîne de valeur ainsi que d'opportunités de croissance externe en expertises complémentaires et distribution digitale.

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 10,24 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).

Prochaine publication : Chiffre d'affaires du 1er semestre 2021 le 30 juillet 2021

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

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

Listing Sponsor : Genesta, Hervé Guyot, tél. : +33 (0)1 45 63 68 60,
email : hguyot@genesta-finance.com

Communication Financière : CapValue, Gilles Broquelet, tél : + 33 (0) 1 80 81 5000,
email : gbroquelet@capvalue.fr

