



Communiqué de presse

Tassin-la-Demi-Lune, le 31 juillet 2019

Chiffre d'affaires du 1^{er} semestre 2019*

Adthink (ALADM) annonce son chiffre d'affaires du premier semestre 2019, période marquée par un changement de périmètre conséquent et par la poursuite de sa nouvelle stratégie centrée sur le marché de la publicité digitale.

Le 1^{er} semestre 2019 a été principalement marqué par l'acquisition d'Alsine dont l'activité est consolidée au 1^{er} janvier. Alsine est un spécialiste en marketing digital qui affiche une croissance moyenne de 20% sur 3 ans et qui a généré un chiffre d'affaires de 3,6 M€ en 2018 dont 47% provenant d'Adthink, un de ses principaux fournisseurs en affiliation.

Au 30 juin 2019, le chiffre d'affaires consolidé d'Adthink s'établit à 5,25 M€, en recul de 1,41 M€ par rapport à celui du 1^{er} semestre 2018. Cette différence intègre un effet périmètre notable :

- La perte d'une part du chiffre d'affaires d'Alsine qui n'est donc plus client mais filiale (impact de l'annulation du chiffre d'affaires intra groupe pour 1 M€)
- La vente d'IT News Info, filiale cédée au 31 mars 2018 conformément à la stratégie de cession des activités d'édition (IT News Info avait contribué à hauteur de 0,5 M€ à l'activité du groupe au 1^{er} semestre 2018).

L'acquisition d'Alsine montre un effet ponctuel défavorable sur l'évolution du chiffre d'affaires semestriel, mais cette opération de croissance externe devrait contribuer au chiffre d'affaires du groupe à hauteur de 1,5 M€ de volume d'affaires additionnel en année pleine (cf communiqué du 4-04-19). Elle est relative en termes de rentabilité dès son intégration et va permettre à Adthink d'accélérer le développement de l'activité « Affiliate Network » qui est en forte décroissance.

Parmi les activités du groupe :

- **La « Customer acquisition »,** en croissance depuis le début de l'exercice, profite de la puissance de Google pour délivrer des leads à des clients annonceurs de façon récurrente et pérenne.
- **Le « Trading Desk et Display Network »,** malgré un environnement tendu sous la pression des GAFA, bénéficie depuis le mois de mai d'un partenariat de diffusion avec Google via son produit Google Ad Manager et sa fonctionnalité Scaled Partner Management (SPM). L'utilisation de cette plateforme permet à Adthink de diffuser les publicités des annonceurs Google sur son réseau

d'éditeurs, et de générer de la croissance sur ce semestre. Une stratégie de diversification de clientèle a porté ses fruits avec l'apport de plusieurs dizaines de nouveaux clients lors du premier semestre, sans pour autant négliger nos clients historiques dont la récurrence des accords commerciaux s'inscrit dans un objectif de développement pérenne.

-L'« **Affiliate Network** » est en forte décroissance sous l'effet de la concurrence des acteurs à la performance et de la perte d'un client historique. L'intégration d'Alsine devrait permettre à cette activité de renouer avec la croissance organique. On rappelle que l'Affiliate Network était la plus contributive des activités au titre du chiffre d'affaires d'Adthink en 2018.

- « **MailKitchen** », solution de routage emailing, poursuit son déploiement avec un nombre croissant de contrats cadre récurrents générant de la croissance.

Bertrand Gros, Directeur général, précise : « *Ce premier semestre a été à la fois moteur avec l'acquisition d'Alsine et le contrat Google, et compliqué compte tenu de la pression croissante des GAFA. Nous travaillons désormais main dans la main avec ces acteurs. Au-delà de l'évolution du chiffre d'affaires qui intègre différents effets de périmètre au 30 juin, la société poursuit une dynamique positive, dans une même tendance que sur le semestre précédent, tout en priorisant la rentabilité.* ».

Adthink a par ailleurs connu une évolution de sa gouvernance durant le semestre. Suite au départ d'Arnaud Lacroix, Directeur général adjoint, une nouvelle gouvernance de l'entreprise est née, composée des 2 co-fondateurs Sylvain Morel (Président) et Bertrand Gros (Directeur général) accompagnés de Sébastien Balestas (précédemment Directeur du développement d'Adthink et nommé Directeur général adjoint), et Jonathan Métillon (Directeur de l'innovation).

*Non audité

Les résultats semestriels d'Adthink seront publiés le 20 septembre 2019

A propos de Adthink - Smart Performance Advertising

Adthink accompagne les annonceurs dans leur acquisition de prospects et de clients en ligne via une gamme complète de solutions de publicité à la performance : Affiliate Network, Display Network, Trading Desk, Customer Acquisition. Expert en monétisation d'audiences, Adthink propose aux éditeurs des solutions pour accroître leurs revenus publicitaires.

Créé en 2001, Adthink est présent à Lyon (siège social), Paris, Genève et Porto, et compte 38 collaborateurs à fin juin 2019. Son chiffre d'affaires 2018 s'élève à 12 millions d'euros.

Adthink est coté sur le marché Euronext Growth d'Euronext Paris (ALADM - FR0010457531) et fait partie du Top 100 Digital (étude PwC - Tech IN France, juillet 2018).

Plus d'informations sur : www.adthink.com

Contact

Presse&Com Ecofi : Paul-Marie Grosse - Tél. : +33 6 59 97 16 48 - pmgrosse@p-c-e.fr