



Communiqué de presse

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

Chiffre d'affaires 2018

Changement de périmètre finalisé Report des objectifs de croissance à 5 ans

Adthink (ALADM) publie un chiffre d'affaires consolidé de 11,98 M€ pour son exercice clos le 31 décembre 2018 (contre 22,1 M€ en 2017). Ce chiffre tient compte du changement de périmètre de la société (cession des activités d'édition) et d'un ralentissement des dépenses publicitaires de ses clients exclusifs sur le second semestre.

Conformément à sa stratégie de recentrage sur ses activités de publicité digitale, Adthink a réalisé **95 % de son chiffre d'affaires dans la publicité digitale** et les 5 % restants dans l'édition (reliquat d'activités non stratégiques) contre 29 % dans l'édition sur l'exercice précédent. Pour rappel, la société a cédé les activités d'édition d'Orchidia Marketing le 30 juin 2017 et d'IT News Info le 31 mars 2018.

Le chiffre d'affaires réalisé par Adthink dans la publicité digitale s'élève à 11,41 M€, en recul de 27 % par rapport à 2017 (15,7 M€). Cette décroissance s'explique par une nette baisse des investissements publicitaires provenant des clients exclusifs ou issus des anciennes activités d'édition de la société, tel qu'Orchidia Marketing, qui n'ont pas apporté les budgets publicitaires attendus au 2^{ème} semestre, alors qu'ils représentent encore une part très significative du chiffre d'affaires publicitaire de Adthink.

Il intègre à l'opposé de la croissance avec les autres clients, notamment sur les activités **Trading Desk, Customer Acquisition, Affiliate Network**, et **Mailkitchen**, à l'exception de la Data Activation.

Arnaud Lacroix, Directeur général, précise : « *Ce deuxième semestre a été très en-dessous de nos attentes en termes de volume d'activité, du fait du report de budgets importants traditionnellement acquis. Ce ralentissement ne doit pas masquer de bonnes nouvelles : nous progressons sur le périmètre des clients "externes" avec la plupart de nos offres (Trading Desk, Affiliate Network, Customer Acquisition, Mailkitchen) grâce aux actions entreprises et aux efforts des équipes, dont certaines renouvelées. Après une année de réorganisation, l'ouverture à une clientèle diversifiée (annonceurs en direct, acteurs de l'Adtech, grandes agences de publicité, mais aussi éditeurs, avec une offre centrée autour de leurs besoins) devrait porter ses fruits, sur un marché qui demeure riche d'opportunités pour un acteur comme Adthink, disposant à la fois d'un savoir-faire technologique et marketing.* »

Perspectives encourageantes pour l'activité publicitaire

Adthink assoit son développement sur la commercialisation de 5 solutions publicitaires à destination des **annonceurs** : Display Network, Trading Desk, Customer Acquisition, Data Activation, Affiliate Network. Adthink propose également un panel de solutions de monétisation à destination des **éditeurs** de sites internet et applications mobiles. Dans la tendance du marché, ses dispositifs publicitaires intègrent des dispositifs et formats **vidéos, mobiles, natifs** (doublement du CA en 2018 sur ce format).

Face à un large éventail de technologies et de tactiques marketing disponibles, le **besoin en expertise** des annonceurs est croissant. La société prend de plus en plus régulièrement un rôle de conseil auprès de ses clients, forte de ses 17 années de présence sur le marché. L'offre multi-leviers correspond très bien aux attentes des ETI, qui sont en pleine digitalisation de leurs dépenses publicitaires. A titre d'exemple, Adthink a signé en 2018 plusieurs contrats annuels d'accompagnement de grands groupes de concessions automobiles.

Agrégateur d'audiences (plus de 3 000 sites référencés sur son Display Network), Adthink a consolidé en 2018 ses relations avec certains **grands acteurs de l'Adtech** (tel que Critéo, Verizon Media), qui recherchent constamment une audience exclusive, internationale, et de qualité.

Adthink déploie toutes ses offres à l'**international**, qui représente **63 % du chiffre d'affaires** 2018.

Report à 5 ans de l'objectif annoncé

Adthink avait annoncé en octobre 2017 un objectif de 25 % de croissance annuelle moyenne sur 3 ans dans le cadre de son nouveau plan stratégique. La société a franchi avec succès les premières étapes de son plan (deux cessions réalisées en 9 mois, nouvelles offres, réorganisations internes) mais a pris du retard en termes de revenus sur l'exercice 2018.

L'entreprise revoit donc ses ambitions ; le plan de croissance à 3 ans initialement présenté visait un **chiffre d'affaires de 45 millions d'euros à fin 2020**. Cet objectif reste d'actualité mais Adthink se donne 5 ans pour y parvenir, soit fin 2022, toujours en activant les leviers de croissance organique et de croissance externe.

A ce propos, Adthink annonce être en **phase de closing** pour une prise de participation majoritaire dans une société active dans le marketing digital, déjà partenaire de l'entreprise.

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, Data Activation. 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, Lisbonne et Palo Alto. 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