



Communiqué de presse

Tassin, le 20 mars 2017

Solide retour à la rentabilité en 2016

Montée en puissance du nouveau positionnement -marketing & publicité à la performance- sur 2017

Comptes consolidés, audités, en M€	31 déc. 2016	31 déc. 2015
Chiffre d'affaires consolidé	25,63	24,44
EBITDA	3,18	- 0,19
Résultat d'exploitation	1,61	- 1,90
%CA	6,3%	-
Résultat net des sociétés intégrées ⁽¹⁾	0,41	- 4,33

(1) Avant dotation aux amortissements des écarts d'acquisition

Conformément aux objectifs annoncés, ADTHINK renoue avec la rentabilité en 2016 et dans une mesure significative. Le groupe a bénéficié des profondes réorganisations menées au sein de ses structures sur l'exercice précédent et, du repositionnement stratégique de ses activités dans le marketing et la publicité à la performance.

Retour à la rentabilité avec plus de 3 M€ d'EBITDA

ADTHINK a réalisé un chiffre d'affaires annuel de 25,63 M€ sur 2016, en croissance de 5% par rapport à l'exercice précédent.

L'EBITDA du groupe ressort à 3,18 M€ au 31 décembre 2016 à comparer à une perte de - 0,19 M€ sur l'exercice précédent. Cette **inflexion très nette des performances** résulte d'une croissance forte du pôle de marketing et publicité à la performance, évolution de l'ex-pôle de « monétisation d'audience », associée à une structure de charges optimisée depuis le début de l'exercice en question (recul de la masse salariale de 34% sur l'exercice). Cette évolution permet à ADTHINK de générer **un résultat d'exploitation de 1,61 M€ sur 2016, à comparer à une perte d'exploitation de près de 2 M€ un an auparavant.**

Le résultat courant avant impôt s'élève à 1,67 M€ contre - 2,04 M€ sur l'exercice précédent. Après impact d'un résultat exceptionnel de - 0,93 M€ (2015 : -1,06 M€), principalement lié au solde des réorganisations engagées au sein du groupe en 2015, le **résultat net des sociétés intégrées est positif à hauteur de 0,41 M€ au 31 décembre 2016 alors qu'il s'établissait à - 4,33 M€ sur l'exercice précédent.**

Au bilan, ADTHINK affiche des capitaux propres en hausse à 3,06 M€, l'endettement financier brut est de 3,25 M€ et la trésorerie s'élève à 2,9 M€, soit un endettement financier net en baisse à 0,65 M€.

Un repositionnement efficace sur les marchés du marketing et de la publicité à la performance avec des perspectives très favorables pour 2017

ADTHINK s'est recentrée avec succès sur son pôle d'activité historique de « monétisation d'audience », véritables bases de fondation de son nouveau positionnement d'acteur de « Digital Performance Advertising ». Cette activité est notamment en croissance de 47% sur l'exercice 2016.

Tel qu'annoncé en décembre dernier, le groupe entend céder prochainement son pôle « édition » devenu non stratégique. Ce projet de cession devrait avoir un impact limité sur son volume d'activité grâce à un accord commercial exclusif à conclure avec l'acquéreur de ces actifs. Ainsi, cet accord permettrait de préserver les services de marketing et publicité à la performance rendus historiquement pour compte propre au sein de cette activité d'édition.

Le développement d'ADTHINK se concentre désormais sur le déploiement d'une gamme complète de solutions de publicité et de marketing digital à la performance : ADTHINK CPA (plateforme d'affiliation), ADTHINK Trading Desk (achat publicitaire programmatique), ADTHINK Adnetwork (réseau publicitaire), ADTHINK Pulse (performance marketing), ADTHINK Data Marketing... Le groupe s'adresse ainsi aux annonceurs en les accompagnant dans leurs investissements publicitaires et marketing, en France et à l'international. En cohérence avec ce repositionnement stratégique, le **pôle historique de « monétisation d'audience » est devenu et rebaptisé pôle de « digital performance advertising »**.

Ce pôle représente près de 50% de l'activité d'ADTHINK et a poursuivi sa forte croissance sur les premiers mois de l'année. **Le groupe anticipe notamment un chiffre d'affaires en hausse de plus de 50% dans cette activité au 1^{er} trimestre 2017**. Porté par une organisation agile et des marchés -marketing et publicité à la performance- en croissance, ADTHINK devrait développer fortement cette activité sur l'exercice.

Sylvain Morel, Président et co-fondateur indique : *“Ces résultats 2016 marquent la fin de 3 années difficiles et donnent naissance à un acteur numérique majeur du marketing et publicité à la performance, doté d'un potentiel de croissance organique. Avec ce nouveau positionnement de fournisseur de services destinés aux annonceurs à la performance, ADTHINK bénéficie d'un modèle pérenne et solide, permettant d'envisager des perspectives de croissance régulière et rentable.”*

Bertrand Gros, Directeur général et co-fondateur ajoute : *« L'année 2016 a été une année charnière pour notre groupe. La période a non seulement été marquée par un retour à la rentabilité après deux exercices en pertes, mais aussi par des décisions stratégiques majeures en vue d'un redéploiement actif et durable. Le développement commercial du groupe donne des résultats très encourageants qui nous confortent dans la poursuite de la croissance ».*

A propos d'ADTHINK MEDIA

ADTHINK est un des principaux acteurs français du marketing et de la publicité à la performance. Fondé en 2001, le groupe a réalisé un chiffre d'affaire de 25,6 M€ sur l'exercice 2016 et comptait 80 collaborateurs au 31 décembre 2016.

ADTHINK MEDIA est certifiée “Entreprise Innovante” par OSEO Innovation et est éligible aux FCPI.

www.adthink-media.com - Alternext Paris : ALADM - FR0010457531

Contacts

ADTHINK MEDIA : Bertrand GROS - Sylvain MOREL – T : +33 4 78 42 90 99

Presse&Com Ecofi : Ségolène de Saint Martin – T : +33 6 16 40 90 73 – sdestmartin@p-c-e.fr