



Communiqué de presse

Tassin-la-Demi-Lune, le 31 janvier 2018

Chiffre d'affaires de l'exercice 2017

Un exercice de transition avec une montée en puissance des activités de publicité à la performance.

Adthink (ALADM) annonce un chiffre d'affaires consolidé de 22,1 M€* au 31 décembre 2017. En recul de 14 %, ce chiffre d'affaires intègre d'une part l'impact de la cession planifiée des activités d'édition et, d'autre part, une forte croissance des activités de publicité en ligne.

Les activités de publicité à la performance, en croissance de 29 %, représentent désormais 71 % du chiffre d'affaires annuel (vs 34 % en 2015).

Conformément à la stratégie annoncée, Adthink s'est recentrée sur ses activités historiques de publicité à la performance et se désengage de ses activités d'édition devenues non stratégiques, avec notamment la cession d'Orchidia Marketing effective depuis le 30 juin 2017.

A la suite de ce repositionnement stratégique, l'édition ne représente plus que 29 % du chiffre d'affaires annuel de la société en 2017 (contre 52 % en 2016, 66 % en 2015) et repose aujourd'hui essentiellement sur IT News Info (édition BtoB). Au sujet de cette société, Adthink précise qu'elle est rentrée en discussions exclusives avec un potentiel acquéreur.

Les activités de publicité en ligne atteignent 15,7 M€ de chiffre d'affaires soit 71 % du chiffre d'affaires annuel de la société (contre 48 % en 2016 et 34 % en 2015). Elles affichent **une croissance de 29 % sur l'exercice, nettement supérieure à celle du marché (+12 %**)**. Adthink précise qu'un reclassement analytique de certaines activités a été porté dans ses comptes avec un retraitement sur 2016 dans un objectif de comparabilité. En conséquence, la croissance des activités de publicité en ligne s'établit à 27 % au 30 juin 2017 (vs 46 % présenté dans le communiqué du 28 juillet 2017).

Un panel d'offres complémentaires qui se déploient en France et à l'international.

Pure player sur le marché de la publicité en ligne avec plus de 16 ans d'expertise, Adthink apporte aux annonceurs et intermédiaires un panel de solutions à la performance :

- **Affiliate Network** : une croissance à deux chiffres en 2017 pour cette plateforme d'affiliation lancée en 2016, qui rassemble déjà 230 annonceurs et 700 affiliés, fortement internationalisés.
- **Display Network** : un Adserver propriétaire dont l'inventaire publicitaire a sensiblement augmenté sur 2017, avec notamment un renforcement de sa verticale famille grâce à l'arrivée des sites Hugo

L'Escargot et Tête à Modeler, portails de référence dans le domaine des loisirs créatifs. La plateforme a intégré de nouveaux formats, notamment vidéo, et s'étend sur le header bidding.

- **Trading Desk** : présent sur les DSP du monde entier, le Trading Desk affiche une hausse de 29 % de ses achats programmatiques au 4^{ème} trimestre 2017.
- **Client Acquisition** : cette activité de génération de leads permettant aux clients de se constituer des bases de prospects qualifiés et/ou un parc d'abonnés, a généré 70 000 nouveaux abonnés et collecté 1,1 millions d'emails optin sur l'année.
- **Data Activation** : cette offre de publicité ciblée basée sur un usage mix de l'e-mail et de la data reçoit un accueil très favorable de la part des annonceurs.

Arnaud Lacroix, Directeur général d'Adthink nommé en octobre dernier, indique : *“Notre transformation se poursuit fidèlement au plan stratégique. En 2 ans, l'entreprise a considérablement changé de visage, l'édition passant de 66 % à 29 % du CA. En valeur, la croissance à deux chiffres des activités publicitaires permet de compenser partiellement l'arrêt des activités d'édition. Il est important de signaler que ce dynamisme se retrouve sur la plupart de nos solutions, ce qui est très encourageant pour l'avenir. En 2018, nous devons achever notre mutation et activer nos 3 leviers de croissance (commercial, innovation, international) pour atteindre nos objectifs.”*

Adthink entend finaliser à court terme le plan de cession mis en œuvre dans l'édition. Forte d'un positionnement solide, de marchés en croissance et d'opportunités de développement à l'international, la société a annoncé en octobre dernier un objectif de 25 % de croissance annuelle moyenne sur 3 ans.

Les résultats de l'exercice 2017 seront publiés le 20 mars 2018 (après fermeture du marché).

**Chiffre non audité.*

*** 19^{ème} édition de l'Observatoire de l'e-pub du SRI, réalisé par PwC, en partenariat avec l'UDECAM.*

A propos d'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, Client Acquisition, Data Activation. Créé en 2001, Adthink est présent à Lyon (siège social), Paris, Genève et Palo Alto. Son chiffre d'affaires 2017 non audité s'élève à 22,1 millions d'euros.

Adthink est coté sur le marché Euronext Growth d'Euronext Paris (ALADM - FR0010457531).

Plus d'informations sur : www.adthink.com

Contact

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