

RESULTATS DU PREMIER SEMESTRE 2012

Résultat d'Exploitation en hausse de 124%

LeadMedia Group (FR0011053636, ALLMG) - groupe franco-brésilien de marketing online spécialisé dans la conquête et la fidélisation de prospects et de clients sur Internet - annonce aujourd'hui ses résultats consolidés pour le premier semestre 2012 (période du 1^{er} Janvier 2012 au 30 Juin 2012), arrêtés lors du Conseil d'administration du 21 septembre 2012.

Chiffres consolidés au 30 Juin 2012 (non audités) :

En k euros	S1 2012 Proforma (*) (6 mois)	S1 2012 Consolidé (6 mois)	S1 2011 Consolidé (6 mois)
CHIFFRE AFFAIRES	12 850	10 722	8 768
Variation (%)	47%	22%	
Achats Externes	(5 562)	(5 493)	(5 111)
MARGE BRUTE	7 783	5 723	3 888
Taux de MB (%)	61%	53%	44%
Variation (%)	100%	47%	
EBITDA	2 103	1 381	612
Taux EBITDA (%)	16,4%	12,9%	7,0%
Variation (%)	243%	126%	
RESULTAT EXPLOITATION	1 740	1 037	462
Taux REX (%)	13,5%	9,7%	5,3%
Variation (%)	277%	124%	
Résultat financier	(63)	(62)	(183)
Résultat exceptionnel	2	(3)	(63)
Impôts sur les bénéfices	(517)	(289)	(132)
RESULTAT AVANT GOODWILL (**)	1 162	683	83
RESULTAT NET APRES GOODWILL	NC (***)	227	(163)

(*) incluant la contribution de la société SHOPBOT acquise après l'arrêté des comptes au 30/06/2012.

(**) des sociétés intégrées avant amortissement des écarts d'acquisitions.

(***) les informations seront présentées dans le rapport annuel au 31/12/2012.

Niveau de croissance élevé sur le semestre

LeadMedia a généré sur le premier semestre 2012 un niveau de croissance élevé, avec un chiffre d'affaires consolidé de 10,7 M€ au 30 juin 2012, en croissance de +22% par rapport à la même période en 2011. Sur une base Pro forma, à savoir en prenant en compte l'intégration dans le périmètre des ventes semestrielles de SHOPBOT - plateforme de génération de contacts qualifiés nouvellement acquise – le chiffre d'affaires Pro Forma est de 12,9 M€, soit une progression de +47% sur la période.

Cette solide performance résulte de la progression du volume d'activité et des innovations technologiques (solutions de re-ciblage publicitaire, plateforme de CRM social), ayant permis la signature de nombreux nouveaux contrats-clients. Cette dynamique est soutenue par le renforcement du savoir-faire et des technologies du groupe LeadMedia en France et par la croissance soutenue du marché brésilien du e-commerce. La bonne tenue des activités brésiliennes tient notamment à l'approfondissement de l'offre éditoriale du groupe et à son expertise dans le domaine des réseaux sociaux, mais aussi à un environnement de marché favorable à l'e-commerce et au secteur digital au Brésil en 2012.

Le taux de marge brute du groupe progresse de 44% à 53%, pour s'élever à 5,7 M€. Cette amélioration s'explique par la priorité donnée à l'intégration verticale de la chaîne de valeurs du groupe au travers de ses activités éditoriales, et par une gestion optimisée des achats externes. Sur une base Pro forma, le taux de marge brute est de 61% à 7,8 M€, démontrant le fort impact relatif sur les niveaux de marge de l'intégration des activités de SHOPBOT à l'offre éditoriale de LeadMedia.

Forte augmentation de la rentabilité opérationnelle

La rentabilité opérationnelle sur le semestre se trouve multipliée par 2,3. L'EBITDA atteint 1,4 M€ pour afficher un niveau de marge de 12,9% (16,4% en Pro forma) contre 7,0% sur la même période de l'exercice précédent. Le résultat d'exploitation s'élève à 1,0 M€, soit une marge opérationnelle de 9,7% (13,5% en Pro forma), contre 5,3% au premier semestre 2011. Cette forte progression des niveaux de rentabilité opérationnelle s'explique par l'effet de levier sur les coûts fixes du groupe et la maîtrise des charges d'exploitation, ainsi que par une bonne contribution des activités éditoriales du groupe.

Le résultat net consolidé des sociétés intégrées avant amortissement des écarts d'acquisitions (amortissement du goodwill) est multiplié par 8 à 683 K€ (1 162 K€ sur le périmètre Pro Forma). La charge d'impôt sur les bénéfices s'élève à -289 K€. Le résultat net de l'ensemble consolidé (après amortissement des écarts d'acquisitions) est de 227 K€ sur la période après prise en compte de 456 K€ d'amortissement de goodwill (normes French GAAP).

Excellente situation financière du Groupe

Au 30 Juin 2012, la trésorerie consolidée s'élève à 9,4 M€. Les capitaux propres de la Société s'élèvent à 17,4 M€.

Faits marquants du premier semestre 2012

De nouveaux clients prestigieux

L'augmentation du chiffre d'affaires sur la période résulte de la progression du volume d'activité auprès des clients existants et du gain de nombreux nouveaux clients. En France, les contrats prestigieux signés incluent des grands comptes, comme Leroy Merlin, Mondial Assistance et Bouygues Telecom. Au Brésil, Trip (compagnie aérienne), SemParar (Exploitant d'Autoroutes), Groupe Rocket, Webjet, TAM (compagnie aérienne) et CVC (agence de voyages), sont les nouvelles références du groupe pour ce premier semestre 2012.

Partenariat avec SEVEN A, agence interactive spécialiste des réseaux sociaux

LeadMedia et SEVEN A collaborent au développement d'une offre d'outils technologiques de gestion et d'optimisation des réseaux sociaux pour le compte des grands annonceurs français et brésiliens. Le volet commercial du partenariat porte sur le développement d'une offre de conseil en matière d'interaction des clients annonceurs avec les réseaux sociaux (génération d'audience sociale sur site, optimisation sociale). Le volet stratégique porte sur la création de la société GRAPH INSIDER afin de développer et commercialiser une plateforme technologique de CRM (Customer Relationship Management) et de ciblage sur les réseaux sociaux, dont le lancement est en cours sur le second semestre 2012.

Acquisition de SHOPBOT

Postérieurement à l'arrêté des comptes intermédiaires, LeadMedia a procédé à l'acquisition de 100% de la société YFC SAS en juillet dernier, plateforme française éditrice de sites internet connus sous la marque « SHOPBOT » et spécialisée dans la génération de contacts qualifiés (« leads ») pour une clientèle d'e-commerçants. Cette opération réalisée en numéraire s'inscrit dans la stratégie de croissance externe du groupe LeadMedia visant à intégrer savoir-faire et briques technologiques complémentaires à son offre. En 2011, l'audience des sites édités par SHOPBOT a atteint le seuil de 30 millions de visiteurs uniques sur des segments verticaux à fort « panier moyen » (matériel électronique, ordinateurs, mode, santé et beauté). SHOPBOT exploite par ailleurs une plateforme technologique propriétaire de génération de contacts qualifiés à destination des e-commerçants permettant l'automatisation de l'essentiel de sa chaîne de production et d'interface clients. Présente en France et au Brésil, la société SHOPBOT permet à LeadMedia d'approfondir l'intégration verticale de sa chaîne de valeurs, de compléter son expertise sur ses activités éditoriales et d'intégrer un fort savoir-faire technologique. Au plan stratégique, les deux sociétés ont des ambitions communes au Brésil et ont misé très tôt sur la forte accélération du marché brésilien dont l'e-commerce est en plein essor. Au-delà des synergies géographiques, les prestations de SHOPBOT sont complémentaires de l'offre existante du groupe LeadMedia en matière de « conquête » de clients et prospects.

Stéphane DARRACQ, Président Directeur Général de LeadMedia Group, commente : « *Nous sommes particulièrement satisfaits de la progression significative de nos marges et de notre résultat d'exploitation. LeadMedia a vu son chiffre d'affaires augmenter de 22% sur la période, son taux de marge brute progresser fortement à 53% et son EBITDA atteindre 1,4 million d'euros sur le périmètre consolidé (2,1 millions d'euros sur le périmètre Pro Forma). La forte accélération de nos niveaux de marge est liée aussi bien à la progression de notre volume d'activité auprès de nos clients existants, qu'au gain de nouveaux clients, tels que Webjet, TAM ou CVC au Brésil, Leroy Merlin, Mondial Assistance ou Bouygues Telecom en France. Dans le même esprit, nous nous réjouissons de la récente acquisition de SHOPBOT qui répond à notre stratégie d'intégration verticale et constitue un atout important dans la conquête de nouveaux marchés sur notre offre de génération d'audience et de contacts qualifiée, notamment au Brésil. Ces bons résultats et la croissance soutenue de notre activité en 2012 nous confortent dans la pertinence de notre offre, de notre modèle économique et de notre positionnement au Brésil. Nous sommes très confiants quant à la poursuite de notre activité et de nos performances sur le reste de l'exercice 2012.* »

A propos de LeadMedia Group :

Fondé en 2008, LeadMedia Group est un acteur majeur du marketing online spécialisé dans l'acquisition et la fidélisation de prospects et clients sur Internet. Fort d'un portefeuille de technologies propriétaires innovantes et d'une équipe de 120 spécialistes, LeadMedia Group a développé un véritable savoir-faire dans le « data marketing » : génération de contacts qualifiés et solutions de fidélisation. LeadMedia Group opère sur deux marchés, la France et le Brésil, et a réalisé en 2011 un chiffre d'affaires consolidé de 19,1 millions d'euros, en croissance de 119% par rapport à 2010. La société est labellisée « entreprise innovante » par Oséo depuis mars 2011.

LeadMedia Group est cotée sur le marché NYSE Alternext à Paris
Pour plus d'informations : www.leadmedia-group.com

Si vous souhaitez rencontrer le management, merci de contacter Florent ALBA (rubrique *Contacts* ci-dessous)

CONTACTS

LeadMedia Group
Stéphane Darracq
PDG
Tél. : 01 44 29 97 27

ALLMG
LISTED
NYSE
ALTERNEXT

NewCap.

Communication Financière et Relations Investisseurs
Florent Alba / Pierre Laurent
Tél. : 01 44 71 94 94
leadmedia@newcap.fr

- **Libellé** : LEADMEDIA
- **Code ISIN** : FR0011053636
- **Mnémonique** : ALLMG