



**LEADMEDIA GROUP**

**RAPPORT D'ACTIVITE  
SEMESTRIEL 2011**

## Poursuite de la croissance de l'activité du Groupe

Le chiffre d'affaires au 30 juin 2011 atteint 8,8 millions d'euros, en croissance de +90% par rapport au chiffre d'affaires consolidé au 30 juin 2010, qui s'élevait à 4,6 millions d'euros. Sur la base d'un périmètre identique à celui du premier semestre 2011, le chiffre d'affaires du premier semestre 2010 de LeadMedia Group aurait atteint 6,2 millions d'euros (base proforma, intégrant notamment les activités de Media Factory, société acquise en janvier 2011). Ainsi, le chiffre d'affaires enregistré au cours du premier semestre 2011 ferait ressortir une croissance organique de +42% par rapport à 2010.

La croissance de l'activité sur la période a été équilibrée tant sur le plan géographique que du mix produits. Cette croissance s'explique par l'évolution très rapide des marchés sur lesquels la Société intervient, la dynamique de croissance interne que LeadMedia Group génère, mais également l'intégration des activités de Media Factory au Brésil depuis le début de l'année 2011. La répartition géographique de l'activité est de 55% pour la France et de 45% pour le Brésil, contre respectivement 65% et 35% sur l'ensemble de l'année 2010 (base proforma).

La marge brute du premier semestre 2011 s'établit à 3,9 millions d'euros et représente 44% du chiffre d'affaires (vs. 40% au premier semestre 2010 proforma). La marge brute affiche ainsi une progression de 4 points par rapport au premier semestre 2010 proforma, grâce à la contribution des activités éditoriales et à la montée en puissance des activités au Brésil.

## Amélioration de la rentabilité opérationnelle

L'EBITDA atteint 0,6 million d'euros, soit 7,0% du chiffre d'affaires du premier semestre 2011 contre 5,6% au premier semestre 2010 proforma, en dépit du renforcement des équipes (au Brésil essentiellement) pour accompagner la croissance du Groupe.

Le résultat d'exploitation ressort à 0,5 million d'euros, après prise en compte des dotations aux amortissements en progression à 150 K€ contre 52 K€ au premier semestre 2010 proforma, en raison des investissements réalisés au sein de R. La marge d'exploitation atteint 5,3% sur la période comparée à 4,8% sur la même période en 2010 à périmètre identique.

Le résultat net des sociétés intégrées avant amortissement des écarts d'acquisitions (amortissement du goodwill) s'élève à 83 K€, impacté par des frais financiers importants au Brésil (183 K€), une charge exceptionnelle (63 K€) et une charge d'impôt sur les bénéfices (132 K€). La quote-part des intérêts minoritaires s'élevant à 56 K€, le résultat net part du Groupe avant amortissement des écarts d'acquisitions ressort donc à 36 K€ sur la période. A noter que suite à son introduction en bourse en juin dernier, la Société a procédé au remboursement de sa dette brésilienne. Ce remboursement aura un impact immédiat sur les frais financiers sur le second semestre 2011. Le résultat net de l'ensemble consolidé (après amortissement des écarts d'acquisitions à hauteur de 255 K€) est de -163 K€ sur la période.

## Renforcement de la situation financière du Groupe

Au 30 juin 2011, les capitaux propres de la Société s'élevaient à 4,8 millions d'euros et la trésorerie s'établissait à 2 millions d'euros. Ce niveau de trésorerie n'intègre pas le produit de l'augmentation de capital réalisée par LeadMedia Group en juin 2011, dans le cadre de son introduction en bourse sur le marché NYSE Alternext.

Ainsi, au 30 septembre 2011, la trésorerie s'établissait à 9,3 millions d'euros, nette des frais d'introduction en bourse, des coûts de rachat des actionnaires minoritaires dans les filiales du Groupe, du remboursement de la dette bancaire brésilienne et du prix d'acquisition de la société DigitalMe.

## Faits marquants

Sur le premier semestre 2011, l'activité de LeadMedia Group a été principalement marquée par :

- **l'acquisition en janvier 2011 de Media Factory**, société brésilienne spécialisée dans les prestations de marketing online à la performance ;
- **le succès de son introduction en bourse** sur le marché NYSE Alternext à Paris en juin 2011 avec la levée de 12,5 millions d'euros auprès d'investisseurs institutionnels et du public. Le règlement-livraison des actions est intervenu le 1<sup>er</sup> juillet et l'action LeadMedia Group se négocie depuis le 4 juillet en cotation continue.

Par ailleurs, la Société a annoncé :

- le 12 septembre dernier, **l'acquisition de DigitalMe**, société brésilienne spécialisée dans l'animation et le suivi des annonceurs sur les réseaux sociaux ;
- Le lancement en septembre 2011 de sa **nouvelle solution technologique de ciblage publicitaire** par e-mail.