

LEADMEDIA GROUP

Société anonyme à Conseil d'Administration au capital social de 1.557.045,50 euros

Siège social : 11 bis, rue Scribe -75 009 PARIS

504 914 094 R.C.S PARIS

**RAPPORT FINANCIER
SEMESTRIEL 2015**



Sommaire :

RAPPORT D'ACTIVITE SEMESTRIEL	3
ETATS FINANCIERS SEMESTRIELS	8
Bilan consolidé	9
Compte de résultat consolidé	10
Annexes	12



RAPPORT D'ACTIVITE SEMESTRIEL

PERIODE
DU 1^{er} JANVIER AU 30 JUIN 2015

Rapport d'activité pour le 1^{er} semestre 2015, clos au 30 Juin 2015 et synthèse des comptes arrêtés lors du Conseil d'administration du 28 Octobre 2015

Chiffres consolidés du compte de résultat au titre du 1^{er} semestre 2015 (non audités) :

En K Euros	S1 2015 LEADMEDIA GROUP CONSO (6 mois)	S1 2014 LEADMEDIA GROUP CONSO (6 mois)
CHIFFRE AFFAIRES	9 633	14 978
Evolution vs. Consolidé S1 2014 (%)	-35,7%	
Achats Externes	- 3 785	- 7 771
MARGE BRUTE	6 752	8 486
Evolution vs. Consolidé S1 2014 (%)	-20,4%	
Charges de personnel	- 5 499	- 6 374
Autres charges	- 3 156	- 3 322
EBITDA	1 903	1 211
Marge d' EBITDA (%)	-19,7%	-8,1%
RESULTAT EXPLOITATION	2 554	2 002
Marge d'exploitation (%)	-26,5%	-13,4%
Résultat financier	- 467	- 192
Résultat exceptionnel	447	- 217
Impôts sur les bénéfices	- 1 556	- 157
RESULTAT AVANT GOODWILL	4 131	2 568
RESULTAT APRES GOODWILL (i)	5 575	5 071

(i) Résultat net des sociétés intégrées après amortissement des écarts d'acquisition.

Détails des résultats semestriels 2015, proforma et consolidés (non audités) :

En K Euros	S1 2015 POLE LEADMEDIA (*) (6 mois)	S1 2015 MAKAZI hors Media Trading (**) (6 mois)	S1 2015 Media Trading (***) (6 mois)	S1 2015 LEADMEDIA GROUP CONSO (****) (6 mois)
CHIFFRE AFFAIRES	5.470	896	3.268	9.633
Achats Externes	- 1.866	- 33	- 1.885	- 3.785
MARGE BRUTE	3.895	1.475	1.383	6.752
Charges de personnel	- 2.222	- 1.473	- 1.803	- 5.499
Autres charges	- 1.327	- 946	- 883	- 3.156
EBITDA	346	- 944	- 1.304	1.903
Marge d' EBITDA (%)	6,3%	-105,4%	-39,9%	-19,7%
RESULTAT EXPLOITATION	27	- 1.166	- 1.415	2.554
Marge d'exploitation (%)	0,5%	-130,2%	-43,3%	-26,5%

(*) Périmètre proforma des activités du groupe LeadMedia postérieur à la cession des activités « media trading » et à la déconsolidation de Makazi SA

(**) Périmètre des activités de la société Makazi SA, hors « media trading », périmètre déconsolidé en octobre 2015

(***) Périmètre des activités dites « media trading » cédées en mai 2015

(****) Périmètre consolidé réglementaire de LeadMedia Group résultant de l'addition des périmètres (*) (**) et (***)

Synthèse de l'activité et des résultats au titre du 1^{er} semestre 2015

Evolution de l'activité et de la marge brute

Le chiffre d'affaires consolidé au 30 juin 2015 atteint 9,6 M€, en décroissance de 36% par rapport au chiffre d'affaires consolidé au 30 juin 2014, qui s'élevait à 15,0 M€. La marge brute, quant à elle, atteint 6,8 M€ sur la même période en recul de 20% par rapport au 1^{er} semestre 2014 mais fait ressortir une nette amélioration du taux de marge brute qui s'établit désormais à 70% contre 57% au cours du 1^{er} semestre 2014.

Impact non récurrent de la cession de l'activité « media trading » :

Sur la période, l'évolution du chiffre d'affaires sur le 1^{er} semestre 2015 par rapport à la même période en 2014 s'explique principalement par la cession, annoncée le 4 mai 2015, des activités dites « media trading desk » de Makazi. La sortie du périmètre de consolidation du groupe de cette activité a initié le recentrage du groupe sur ses activités historiques mais impacte, au premier semestre 2015, le chiffre d'affaires à hauteur de 2,8 M€ et la marge brute à hauteur de 0,7 M€.

Bonnes performances des activités internationales de LeadMedia :

Le pôle LeadMedia a bénéficié sur le 1^{er} semestre 2015 du dynamisme des activités internationales du groupe, à savoir Shopbot en Australie et au Canada et LeadMedia au Brésil (BuscaDescontos, Media Factory, LiveTarget), qui ont représenté 58% de la Marge Brute sur la période et ont délivré des performances conformes aux prévisions budgétaires.

Décalage de budgets clients des activités de LeadMedia en France :

Les activités de LeadMedia en France ont été impactées début 2015 par les décalages de plusieurs budgets clients importants, occasionnant un retard de facturation de l'ordre de 1,4 M€ sur la période.

Rentabilité impactée par les investissements technologiques de Makazi et le retard budgétaire de LeadMedia en France

Les résultats du groupe sur le 1^{er} semestre 2015 sont portés par les bonnes performances des activités internationales de LeadMedia qui sont en avance ou conforme au budget. En revanche, la rentabilité du groupe s'est trouvée impactée sur la période par (i) les décalages de plusieurs budgets clients en France, et (ii) les investissements technologiques occasionnés par l'enrichissement de la plateforme de gestion de données dite « Data Management Platform » au sein du pôle Makazi, sorti du périmètre de consolidation du groupe à partir du 16 octobre 2015. En conséquence, l'EBITDA consolidé du groupe s'établit à (1,9) M€ sur le 1^{er} semestre 2015, comparé à un EBITDA de (1,2) M€ sur le 1^{er} semestre 2014.

Retraité de l'impact négatif sur l'EBITDA de Makazi SA à hauteur de 2,2 M€, le pôle « historique » LeadMedia ressort à l'équilibre avec un EBITDA de 346 K€ et un Résultat d'Exploitation de 27 K€ sur le 1^{er} semestre 2015.

Le résultat net consolidé du groupe avant amortissement des écarts d'acquisition (amortissement du goodwill) s'établit à (4,1) M€. Le résultat net de l'ensemble consolidé (après amortissement des écarts d'acquisitions) est de (5,6) M€ sur la période. Ces performances financières, en retrait par rapport au premier semestre 2014 reflètent essentiellement les efforts soutenus en termes d'investissements technologiques au sein de Makazi SA, maintenant déconsolidé, l'impact de la dépréciation du goodwill et des impôts différés actifs résultant des opérations de sortie du périmètre du groupe de Makazi SA à hauteur de 1,9 M€ et les retards de budgets clients de LeadMedia en France pour environ 1,4 M€.

Commentaire sur les amortissements du goodwill :

Le total des amortissements du goodwill (survaleur comptable résultant de la différence entre le coût des acquisitions de sociétés et la quote-part des fonds propres correspondant) sur le 1^{er} semestre 2015 est de 1,4 M€. Ce montant correspond (i) pour 1,0 M€ à l'application des normes comptables « French GAAP », sachant que ce montant est récurrent annuellement, auquel s'ajoute (ii) 0,4 M€ de dépréciation exceptionnelle au titre du goodwill de la société Makazi SA, constatée dans les comptes du 1^{er} semestre 2015 et correspondant à la dépréciation de la valeur de cette société suite à l'opération de déconsolidation postérieure à la clôture des comptes de la période. Ces amortissements de goodwill n'ont par ailleurs aucun impact sur le « cash » disponible du groupe.

Situation financière du groupe

Au 30 juin 2015, la trésorerie disponible consolidée s'élève à 4,3 M€. Les capitaux propres de la Société s'élèvent à 12,6 M€.

Faits marquants du 1^{er} semestre 2015 et postérieurs à la clôture semestrielle

Implantation du groupe en Asie

Au cours du premier semestre 2015, LeadMedia a annoncé l'ouverture de son implantation en Asie et initié sa stratégie de conquête des e-commerçants et marchands asiatiques avec l'ouverture de sa plateforme « comparaison shopping » dédiés à la Malaisie, l'Inde et Singapour. Pilotée depuis les bureaux commerciaux du groupe en Australie, cette implantation ne requiert à ce stade aucun investissement du groupe et doit constituer un relais de croissance dès le second semestre 2015.

Recentrage du groupe sur ses activités historiques de génération d'audience et de contacts qualifiés

Le groupe a mené à son terme au cours des mois écoulés son recentrage sur ses métiers historiques. Cette opération a permis de clarifier le positionnement stratégique et les métiers du groupe. Cette opération s'est réalisée en deux temps : (1) en Mai 2015 la cession des activités dites de « media trading desk » de sa filiale Makazi SA et (2) en Octobre 2015 la déconsolidation comptable de sa filiale Makazi SA par voie d'augmentation de capital réservée à des tiers investisseurs financiers.

Ces opérations ont ainsi permis les avancées suivantes:

- Clarification des métiers et de l'organisation opérationnelle du groupe LeadMedia en tant que prestataire intégré de génération d'audience et de contacts qualifiés
- Financement dédié et gouvernance autonome de Makazi SA hors du périmètre du groupe LeadMedia.

Déménagement de la société de la société LeadMedia Group

En date du 8 juin 2015, la société LeadMedia Group a transféré son siège social au 11 Bis Rue Scribe 75009 PARIS.

Ce déménagement a conduit la société à constater une dépréciation exceptionnelle de 97 K€ au titre de la perte des agencements réalisés à l'ancien siège social du 96 Boulevard Haussmann.

Perspectives et stratégie à moyen terme

Recentré sur ses activités contributrices, le groupe LeadMedia peut désormais se focaliser sur le développement strictement organique de ses activités digitales historiques de génération de contacts et d'audience qualifiée. Dans cette perspective, LeadMedia entend privilégier l'exploitation des synergies commerciales et géographiques au sein du groupe, en s'appuyant sur son socle d'actifs technologiques et média.

Xavier LATIL, Directeur Général de LeadMedia Group, commente : « *La sortie de la société Makazi SA du groupe LeadMedia présente le double avantage de clarifier les offres de LeadMedia et d'éliminer le dernier foyer déficitaire au sein du groupe. Nous pouvons dorénavant nous focaliser sur le développement organique des activités profitables du groupe et nous projeter vers l'avenir. Malgré un contexte économique contrasté, nous sommes confiants quant aux performances du groupe pour la seconde moitié de l'exercice. La période devrait enregistrer une dynamique d'activité soutenue sur l'ensemble des zones d'implantation du groupe, portée notamment par le BlackFriday au Brésil et les fêtes de fin d'année. Notre stratégie, qui s'appuie notamment sur le déploiement international de nos offres, nous permettra de conquérir de nouveaux marchés tout en continuant à consolider notre activité historique. En particulier, le lancement de nos offres Shopbot et LiveTarget dans 3 pays d'Asie du Sud-Est a d'ores et déjà permis au groupe de poser les bases de sa croissance future dans la région.* ».



ETATS FINANCIERS SEMESTRIELS

(NON AUDITES)

**DONNEES CONSOLIDEES
DU 1^{er} JANVIER AU 30 JUIN 2015**

Bilan consolidé

ACTIF (en milliers d'euros)	30/06/2015 (*)			31-déc-14	PASSIF (en milliers d'euros)	30/06/2015 (*)	31-déc-14
	BRUT	AMORT & PROV	NET				
ACTIF IMMOBILISE					CAPITAUX PROPRES		
Immobilisations incorporelles	7 219	3 628	3 591	3 464	Capital	1 559	1 557
Ecarts d'acquisition	19 128	8 149	10 979	14 720	Primes	25 489	25 374
Immobilisations corporelles	1 359	962	397	568	Réserves et report à nouveau	(9 122)	(2 228)
Immobilisations financières	405	10	395	471	Ecarts de conversion	114	(96)
Titres mis en équivalence	-	-	-	-	Résultat de la période - part du groupe	(5 458)	(6 733)
TOTAL	28 111	12 749	15 362	19 224	TOTAL	12 582	17 874
ACTIF CIRCULANT					INTERETS MINORITAIRES	188	379
Stocks et en-cours	-	-	-	-	AVANCES CONDITIONNEES	204	204
Clients & comptes rattachés	4 277	1 038	3 239	6 217	PROVISIONS	83	71
Autres créances (1)	4 126	-	4 126	4 810	DETTES		
Valeurs mobilières de placement	180	-	180	569	Emprunts et dettes financières	2 239	2 320
Disponibilités	4 124	-	4 124	6 069	Fournisseurs & comptes rattachés	5 419	6 901
					Dettes sociales et fiscales	3 606	4 206
					Autres dettes	2 084	4 018
TOTAL	12 706	1 038	11 668	17 666	TOTAL (2)	13 348	17 445
Comptes de régularisation et assimilés					Comptes de régularisation et assimilés		
Charges constatées d'avance	215	-	215	141	Produits constatés d'avance	841	1 059
TOTAL DEL'ACTIF	41 033	13 787	27 246	37 031	TOTAL DU PASSIF	27 246	37 031
(1) dont impôts différés actif	279		279	1 928	(2) dont dettes à plus d'un an	2 000	2 916

(*) Comptes non audités

Compte de résultat consolidé

En milliers d'euros	S1 2015 (6 mois) (*)	Année 2014 (12 mois)	S1 2014 (6 mois) (*)
Chiffre d'affaires	9 633	27 967	14 978
Autres produits d'exploitation (1)	903	2 319	1 277
Total produits d'exploitation	10 536	30 286	16 255
Achats	(3 785)	(12 536)	(7 771)
Autres achats et charges externes	(2 879)	(5 696)	(2 959)
Charges de personnel	(5 499)	(12 557)	(6 333)
Impôts et taxes	(105)	(335)	(161)
Dotations aux amortissements	(652)	(1 554)	(792)
Dépréciations	(117)	(224)	(163)
Dotations aux provisions	-	(10)	-
Autres charges	(54)	(147)	(79)
Total charges d'exploitation	(13 091)	(33 058)	(18 257)
Résultat d'exploitation	(2 555)	(2 773)	(2 002)
Produits financiers	251	181	171
Charges financières	(717)	(875)	(363)
Résultat financier	(467)	(694)	(192)
Résultat courant des entreprises intégrées	(3 021)	(3 467)	(2 194)
Produits exceptionnels	3 332	1 774	63
Charges exceptionnelles	(2 886)	(733)	(280)
Résultat exceptionnel	447	1 041	(217)
Impôts sur les bénéfices	(1 556)	(904)	(157)
Résultat net des sociétés intégrées avant amortissement des écarts d'acquisition	(4 131)	(3 330)	(2 568)
Quote-part dans les résultats des entreprises mises en équivalence	-	-	-
Amortissement des écarts d'acquisition (2)	(1 444)	(3 566)	(2 504)
Résultat net de l'ensemble consolidé	(5 575)	(6 896)	(5 072)
Part revenant aux intérêts minoritaires	(117)	(163)	66
Résultat - part du groupe	(5 458)	(6 733)	(5 138)
Résultat par action	(0,88) €	(1,11) €	(0,87) €
Résultat dilué par action	(0,88) €	(1,11) €	(0,87) €

(1) Dont crédit impôt recherche

142

325

171

(2) Dont dotations à caractère exceptionnel sur écarts d'acquisition

430

1 218

1 218

(*) Comptes non audités

Tableau des flux de trésorerie consolidés

En milliers d'euros	S1 2015 (6 mois) (*)	Année 2014	S1 2014 (6 mois) (*)
ACTIVITE			
Résultat net des sociétés intégrées	(4 131)	(3 330)	(2 568)
<i>Elimination des charges et produits sans incidence sur la trésorerie ou non liés à l'activité</i>			
- Amortissements et provisions	761	1 544	727
- Variation des impôts différés ou calculés	1 470	496	(139)
- Plus ou moins-values de cession	(822)	(1 592)	(3)
- Ecart de change latents sur prêts intragroupes	102	154	134
Marge brute d'autofinancement des sociétés intégrées	(2 621)	(2 728)	(1 849)
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence	-	-	-
Variation du besoin en fonds de roulement lié à l'activité	761	1 414	526
Flux de trésorerie liés à l'activité	(1 861)	(1 313)	(1 323)
OPERATIONS D'INVESTISSEMENT			
Cessions d'immobilisations incorporelles	-	-	-
Cessions d'immobilisations corporelles	4	9	1
Cessions / réductions d'immobilisations financières	532	740	489
Acquisitions / production d'immobilisations incorporelles	(680)	(2 036)	(1 179)
Acquisitions d'immobilisations corporelles	(92)	(253)	(136)
Acquisitions d'immobilisations financières	(125)	(37)	(42)
Variations de périmètre (1) (2)	2 302	2 890	(1 110)
Variations des dettes/créances liées aux variations de périmètre (1) (2)	(2 406)	475	463
Flux de trésorerie liés aux opérations d'investissement	(464)	1 788	(1 514)
OPERATIONS DE FINANCEMENT			
Augmentations de capital en numéraire (nettes de frais)	-	(7)	(5)
Dividendes versés aux minoritaires des sociétés intégrées	(118)	(336)	(165)
Rachats nets d'actions propres	27	(111)	(51)
Augmentation des dettes financières	-	14	20
Remboursement des dettes financières	(32)	(62)	(31)
Augmentation de capital en cours dans les entités consolidées	-	-	2 000
Flux de trésorerie liés aux opérations de financement	(123)	(503)	1 768
VARIATION DE TRESORERIE	(2 448)	(29)	(1 069)
Trésorerie d'ouverture	6 413	6 393	6 393
Incidence des variations de cours de devises	162	48	(21)
Trésorerie de clôture	4 127	6 413	5 304
Valeurs mobilières de placement	180	569	1 078
Disponibilités	4 124	6 069	4 265
Solde créditeurs de banque et concours bancaires courants	(176)	(226)	(40)
Trésorerie de clôture	4 127	6 413	5 304

(1) Dont incidence en trésorerie de la cession des activités Media de MAKAZI SA

1 553

(2) Dont remboursement de dettes contractées vis-à-vis de cédants de sociétés acquises par le groupe

(1 657)

(*) Comptes non audités

ANNEXES

LeadMedia Group

Société anonyme au capital de 1 559 071,25 €

11 Bis Rue Scribe

75009 Paris

ANNEXE AUX COMPTES CONSOLIDES SEMESTRIELS

DU 30 JUIN 2015

La période des comptes recouvre une durée de 6 mois allant du 1^{er} janvier 2015 au 30 juin 2015.

Les éléments comparatifs du bilan sont ceux du 31 décembre 2014. Les éléments comparatifs du compte de résultat et du tableau de flux de trésorerie consolidés sont ceux de l'exercice 2014 qui était d'une durée de 12 mois et ceux de l'arrêté semestriel du 30 juin 2014 qui était d'une durée de 6 mois.

Les états financiers sont présentés en milliers d'Euros (K€).

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le conseil d'administration suivant les méthodes et estimations comptables présentées dans les notes et tableaux qui suivent. Ces dernières sont identiques à celles utilisées lors de l'établissement des différents comptes présentés à titre comparatif.

Les comptes intermédiaires au 30 juin 2015 n'ont été ni audités ni examinés par les commissaires aux comptes de la société LeadMedia Group.

NOTE 1 : PRESENTATION DE L'ACTIVITE

LeadMedia Group est un acteur majeur du secteur digital en tant que prestataire de services intégré pour le marketing online et prestataire de solutions de data marketing. Fort d'un portefeuille de technologies propriétaires innovantes et riche d'actifs media dont les sites Shopbot, BuscaDescontos ou BlackFriday, LeadMedia Group a développé un véritable savoir-faire dans le « data marketing ».

NOTE 2 : FAITS SIGNIFICATIFS DE LA PERIODE – ELEMENTS DE COMMUNICATION FINANCIERE

FAITS SIGNIFICATIFS DE LA PERIODE

Transfert du siège social de la société LeadMedia Group

En date du 8 juin 2015, la société LeadMedia group a transféré son siège social au 11 Bis Rue Scribe 75009 PARIS.

Ce déménagement a conduit la société à constater une dépréciation exceptionnelle de 97 K€ au titre de la perte des agencements réalisés à l'ancien siège social du 96 Boulevard Haussmann.

Implantation du groupe en Asie

Au cours du premier semestre 2015, LeadMedia a annoncé l'ouverture de son implantation en Asie et initié sa stratégie de conquête des e-commerçants et marchands asiatiques avec l'ouverture de sa plateforme « comparaison shopping » dédiés à la Malaisie, l'Inde et Singapour.

Evènements concernant la société MAKAZI, filiale à 77,78% de la société LeadMedia Group

La société MAKAZI est depuis 2013 la société porteuse des activités d'édition de logiciels et de services de Data Marketing, et dont l'offre innovante la positionne comme l'un des acteurs clefs du marché de Data Marketing. Depuis cette date, elle investit plus particulièrement dans le développement de ce pôle d'activité.

- Restructuration opérationnelle et financière de la société MAKAZI

Depuis 2013, la société MAKAZI a engagé d'importants efforts d'investissement en matière de recherche et développement. Ces efforts se sont traduits par une croissance significative des volumes d'activité de ses différents métiers sans lui permettre toutefois d'atteindre l'équilibre opérationnel initialement anticipé pour la fin de l'exercice 2014.

La société MAKAZI a engagé au cours du premier semestre 2015 d'importantes mesures de restructuration opérationnelles et financières :

- plan de licenciement économique mis en place au premier trimestre 2015 (7 salariés) ;
- recentrage sur le pôle « Data » par cession de son activité pôle « Media », plus particulièrement concrétisée par la cession en date du 30 avril 2015 du fonds de

commerce de l'activité de services d'achats media RTB en France et la cession de la filiale Média suisse de MAKAZI. Le prix de cession a été fixé à 2,8 millions d'euros en numéraire, assortis d'un complément de prix de 2,2 millions d'euros sous réserve de l'atteinte d'un seuil de performance de la branche cédée sur les 12 prochains mois ;

Ces opérations de cession ont permis au groupe d'enregistrer une plus-value de 497 K€ au cours du premier semestre 2015 (voir note 4 relative aux variations de périmètre).

- sur le plan financier, soutien de la société mère LeadMedia Group par gel d'un emprunt de 1,0 Million d'euros arrivant initialement à échéance en 2015 ;
- renforcement du capital de MAKAZI SA en cours à ce jour avec l'un des actionnaires historiques.

L'évolution des résultats de MAKAZI et des conditions du projet de renforcement du capital (notamment en terme de projections de résultat et de valeur d'entreprise – voir note 6 relatives aux événements postérieurs à la clôture des comptes intermédiaires) a conduit le groupe à :

- pratiquer un impairment test au 30 juin 2015 sur les écarts d'acquisition affectés à l'activité Data et **à constater une dépréciation exceptionnelle supplémentaire à l'amortissement du semestre de 430 K€** (voir note 5.2 relative aux écarts d'acquisition) ;
- déprécier à titre de révision d'estimation l'intégralité des impositions différées actives résultant de l'utilisation future des déficits fiscaux détenus par la société **avec un impact négatif exceptionnel sur le résultat de la période de 1 508 K€** (voir également notes 5.7 relative aux impôts différés actifs et 5.25 relative à la charge d'impôt de la période).

ELEMENTS DE COMMUNICATION FINANCIERE – INDICATEUR DE PERFORMANCE FINANCIERE

Le groupe utilise l'EBITDA comme indicateur de performance financière et communique sur cet agrégat.

Cet indicateur s'établit comme suit :

En milliers d'euros	SI 2015 (6 mois)	2014 (12 mois)	SI 2014 (6 mois)
Résultat d'exploitation	(2 555)	(2 773)	(2 002)
Dotations aux amortissements	652	1 554	792
EBITDA	(1 903)	(1 219)	(1 210)

NOTE 3 : PRINCIPES ET METHODES DE CONSOLIDATION

Les comptes consolidés du Groupe LeadMedia sont établis conformément aux principes comptables généralement admis en France et au règlement CRC n°99-02 homologué par arrêté du 22 juin 1999.

PRINCIPES DE CONSOLIDATION

Les sociétés dans lesquelles LeadMedia Group détient, de manière durable, directement ou indirectement, une participation supérieure à 40% du capital et pour lesquelles le Groupe détient le contrôle exclusif, sont consolidées selon la méthode de l'intégration globale avec constatation des droits des associés minoritaires dans les filiales consolidées.

Les sociétés dans lesquelles LeadMedia Group détient, directement ou indirectement, une participation d'au moins 20% et exerce une influence notable sont consolidées selon la méthode de mise en équivalence.

Les sociétés pour lesquelles les actions ou parts ne sont détenues qu'en vue de leur cession ultérieure ne sont pas consolidées.

Les sociétés sont consolidées sur la base de comptes intermédiaires établis au 30 juin 2015.

PRINCIPES ET METHODES COMPTABLES

Les principales méthodes comptables adoptées par le groupe LeadMedia sont les suivantes :

Note 3.1 Immobilisations incorporelles

- Les logiciels acquis ou produits par le groupe figurent à l'actif du bilan pour leur coût d'acquisition ou de développement ; ils font l'objet d'un amortissement sur la durée d'utilisation prévue à compter de leur mise en service.

Les coûts de développements de logiciels comprennent les dépenses de personnel affecté aux projets, les éventuelles dépenses d'études et développements sous-traités à des entreprises extérieures, les dotations aux amortissements des immobilisations affectées au développement.

Ils sont amortis à compter de leur mise en service selon le mode linéaire sur leur durée prévisible d'utilisation qui, habituellement, est comprise entre 3 et 5 ans.

Les autres immobilisations incorporelles sont principalement composées de fichiers d'adresses mails et figurent à l'actif du bilan à leur valeur historique d'acquisition. Elles sont amorties à compter de leur mise en service en proportion du nombre d'adresses invalides de la base à la date de l'arrêté des comptes.

Note 3.2 Ecarts d'acquisition

Lors de l'acquisition d'une entreprise, la différence entre le coût d'acquisition des titres des sociétés nouvellement consolidées (incluant les coûts de transaction) et la juste valeur des actifs et passifs identifiés à la date d'acquisition constitue l'écart d'acquisition.

Les écarts d'acquisition positifs sont inscrits à l'actif du bilan consolidé et amortis linéairement sur une durée de 5 ans à 10 ans en fonction de la nature des acquisitions, de leurs spécificités et de l'horizon d'investissement envisagé par le groupe lors de la réalisation de chaque opération.

Les écarts d'acquisition sont appréciés à la clôture de chaque exercice en fonction des résultats des filiales concernées et chaque fois qu'il existe un indice quelconque montrant qu'une diminution de valeur a pu se produire. Une dépréciation accélérée de l'écart d'acquisition est retenue par le groupe lorsque les perspectives d'activité de la filiale divergent de manière significative des hypothèses qui ont prévalu lors de l'acquisition.

Les tests de dépréciation privilégient la méthode de valorisation par actualisation des flux futurs de trésorerie (Discounted Cash-Flow).

Note 3.3 Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont inscrites à l'actif à leur coût d'acquisition, diminué d'un amortissement calculé suivant le mode linéaire (L) sur la base de leur durée de vie économique. Les durées d'utilisation appliquées sont les suivantes :

- Agencements et installations	:	5 à 10 ans (L)
- Matériel de bureau	:	de 3 à 5 ans (L)
- Mobilier de bureau	:	de 3 à 10 ans (L)

Le groupe ne retraite pas ses contrats de location-financement.

Note 3.4 Immobilisations financières

Les immobilisations financières correspondent à des dépôts de garantie enregistrés au bilan pour le montant versé ou à des actifs financiers ou prêts dont l'horizon de liquidité est supérieur à un an à l'origine.

Lorsque la valeur d'inventaire d'une immobilisation financière est inférieure à son coût d'acquisition ou à sa valeur comptable, une dépréciation est dotée du montant de la différence.

Note 3.5 Créances clients et comptes rattachés

Les créances sont valorisées à leur valeur nominale et une dépréciation spécifique est constituée sur les créances identifiées comme présentant un risque d'irrecouvrabilité totale ou partielle.

Les créances présentant un risque potentiel ou un retard anormal dans le recouvrement font l'objet d'une dépréciation en fonction de l'ancienneté, la nature et le niveau du risque identifié.

Note 3.6 Opérations, créances et dettes en devises

Les transactions libellées en devises sont comptabilisées dans la monnaie fonctionnelle de l'entité au cours de change en vigueur au jour de la transaction. Les éléments monétaires en devises étrangères sont convertis à chaque arrêté comptable au cours de clôture. Les écarts de change en résultant ou provenant du règlement de ces éléments monétaires sont comptabilisés en produits ou charges de la période.

Note 3.7 Valeurs mobilières de placement

Les valeurs mobilières de placement, constituées d'OPCVM de trésorerie, sont évaluées à leur juste valeur. Elles font l'objet d'une dépréciation lorsque leur valeur d'inventaire devient inférieure à leur valeur comptable.

Note 3.8 Impositions différées

Certains décalages d'imposition dans le temps peuvent dégager des différences temporaires entre la valeur fiscale et la valeur comptable des actifs et passifs.

Ces différences donnent lieu à la constatation d'impôts différés selon la méthode du report variable, c'est-à-dire au dernier taux connu à la date de clôture.

Au 30 juin 2015, les taux d'imposition utilisés s'élèvent respectivement à

➤ France	:	33,33 %
➤ Brésil	:	34,00 %
➤ Australie	:	30,00 %
➤ Canada	:	26,90 %
➤ Suisse	:	25,00 %

Des impôts différés sont activés sur la base des pertes fiscales des sociétés opérationnelles dans la mesure où leur imputation apparaît probable.

Les activations correspondantes sont évaluées sur la base des perspectives d'évolution des résultats fiscaux de chaque entité dans la limite des imputations anticipées sur les deux ou trois exercices suivant celui de l'arrêté.

Les impôts différés actif et passif constatés par une même entité font l'objet de compensations au bilan.

Note 3.9 Subventions

Certaines sociétés françaises du groupe bénéficient du dispositif du crédit d'impôt recherche.

Le produit de crédit d'impôt recherche est assimilé à une subvention d'exploitation reconnue en résultat selon la nature des dépenses éligibles.

Lorsque le crédit d'impôt concerne des frais de développement immobilisés, ce dernier est porté au passif du bilan et repris en résultat au poste « Autres produits d'exploitation » selon le rythme d'amortissement retenu pour l'actif correspondant.

Lorsque le crédit d'impôt concerne des coûts enregistrés en charges de l'exercice, il est porté au poste « Autres produits d'exploitation » du compte de résultat.

Note 3.10 Reconnaissance du chiffre d'affaires

Les ressources du groupe proviennent de contrats de vente de technologies ou de services :

- soit récurrents, typiquement conclus pour une durée initiale habituellement comprise entre un mois et deux ans ;
- soit à caractère plus ponctuel basés sur la mise à disposition de moyens humains - sous forme de journées hommes ou de forfait - (activités de Services).

Les principaux contrats de prestations récurrentes concernent soit des prestations d'abonnement ou de licences pour la mise à disposition d'outils technologiques ou de génération de contacts qualifiés sur Internet. Dans le cas d'outils, la rémunération est composée d'un montant fixe mensuel et d'un montant variable. Dans le cas de contacts qualifiés la rémunération est dite soit au "Coût par Clic" ou "CPC" soit au "Coût par Lead" ou « CPL », soit au "Coût par Vente" ou « CPV ».

La facturation intervient typiquement sur une base mensuelle pour des montants correspondant à l'abonnement mensuel ou la licence mensuelle ou aux volumes délivrés et validés par les clients au titre d'un mois donné.

Selon la nature de la prestation concernée, le chiffre d'affaires correspondant est reconnu en comptabilité :

- sur la période correspondant à l'utilisation ou la mise à disposition des outils technologiques
- sur la période de livraison des contacts qualifiés
- sur la période d'envoi des mails
- sur la période de réalisation des clics
- sur la période de réalisation des ventes validées.

Note 3.11 Reconnaissance d'opérations en résultat exceptionnel

Le résultat exceptionnel comprend, le cas échéant, des éléments extraordinaires correspondant à des opérations ou événements non récurrents d'une importance significative par leur montant.

Note 3.12 Résultat ramené à une action

Les résultats par action sont calculés et présentés par référence aux principes posés par l'avis n°27 émis par l'Ordre des Experts-Comptables.

Ces calculs s'appuient notamment sur :

- le résultat net – part du groupe de la période ;
- le nombre moyen pondéré d'actions en circulation au cours de la période de constatation du résultat.

Note 3.13 Indemnités de fin de carrière

Les engagements de retraite concernent uniquement les salariés français du groupe (aucune obligation de cette nature ne s'appliquant dans les autres pays où le groupe est implanté) et sont traités en engagements hors bilan (voir note 5.27).

Conformément à la Législation en vigueur, les salariés français du groupe ont acquis à partir de l'année 2004, des droits individuels à la formation. Ces droits constituent une charge potentielle dont le caractère éventuel ne permet pas de répondre aux critères

actuels de reconnaissance des passifs. En conséquence, le groupe ne comptabilise aucune provision à ce titre.

Note 3.14 Instruments financiers

Au 30 juin 2015, le groupe LeadMedia ne dispose d'aucun instrument financier.

Note 3.15 Conversion des états financiers des sociétés étrangères

Les bilans des sociétés étrangères non autonomes sont convertis en Euro selon la méthode du cours historique :

- les éléments non monétaires sont convertis au cours historique, c'est-à-dire au cours du change à la date de l'entrée des éléments d'actif considérés dans le patrimoine de chaque entreprise ;
- les éléments monétaires sont convertis au cours de change à la date de clôture de l'exercice ou de la période.

Les éléments du compte de résultat (à l'exception des charges calculées qui sont converties au cours historique) et les flux de trésorerie de ces mêmes sociétés sont convertis au taux moyen de l'exercice ou de la période.

Les différences de conversion engendrées par la traduction en Euro des comptes des sociétés étrangères non autonomes sont présentées au compte de résultat consolidé du groupe dans le résultat financier.

Les bilans des sociétés étrangères autonomes sont convertis en Euro au taux de change constaté à la date de clôture de l'exercice ou de la période.

Les comptes de résultat et les flux de trésorerie de ces mêmes sociétés sont convertis au taux moyen de l'exercice ou de la période.

Les différences de conversion engendrées par la traduction en Euro des comptes des sociétés étrangères sont présentés dans les capitaux propres consolidés du groupe au poste « Ecart de conversion ».

NOTE 4 : PERIMETRE DE CONSOLIDATION

• VARIATIONS DU PERIMETRE DE CONSOLIDATION

➤ Cession des activités du pôle Media par la société MAKAZI

La société MAKAZI a procédé au cours du premier semestre 2015 à la cession de l'ensemble de ses activités Media (voir note 2 – Faits significatifs de la période).

Ces opérations ont pris la forme de cessions de fonds de commerce et de cession de la participation détenue par la société dans la société MAKAZI Suisse (80% du capital). Le résultat de ces opérations produit les incidences suivantes sur les comptes consolidés semestriels :

- Prix de cession	:	2 900 K€
- VNC des actifs corporels et incorporels cédés	:	(40 K€)
- Quote-part de VNC des écarts d'acquisition cédés	:	(2 325 K€)
- Quote-part cédée de capitaux propres de MAKAZI Suisse	:	<u>(38 K€)</u>

Plus-values de cession enregistrées sur branche Media : 497 K€

L'impact de ces opérations sur la trésorerie du groupe s'analyse comme suit :

- Prix de cession	:	2 900 K€
- Séquestre et Crédits-vendeurs consentis (1)	:	(800 K€)
- Déconsolidation de Trésorerie MAKAZI Suisse	:	<u>(547 K€)</u>

Augmentation nette de trésorerie consolidée : 1 553 K€

(1) Voir note 5.6 relative au poste Autres créances.

➤ Augmentation du pourcentage d'intérêt détenu dans la société R

LeadMedia Group a acquis en date du 23 juin 2015 une participation complémentaire de 0,74% du capital de la société R pour un prix de 51 K€. Le pourcentage d'intérêt détenu par le groupe dans cette société est ainsi porté à 98,26% au 30 juin 2015.

Cette opération s'est traduite par la constatation d'un écart d'acquisition complémentaire de 27 K€.

➤ Création de la société LEADMEDIA Asia

LeadMedia Group a constitué en avril 2015 une filiale implantée à Singapour pour un capital initial de 100 SGD. Cette filiale est détenue à 100% par le groupe.

➤ Restructuration juridique des sociétés Brésiliennes

En mai 2015, dans un but d'optimisation et de simplification juridique des sociétés holdings au Brésil, Makazi Brasil a cédé à Makazi Participações le solde de ses dettes nettes intragroupes (l'ensemble de ses créances et dettes intragroupes), en compensation de la cession de sa participation de 75,01% dans Busca Descontos (pour un prix de cession de 0,8 MBRL) à cette même société.

En juin 2015, Media Factory a souscrit à une augmentation de capital de 0,1 MBRL de DigitalMe, par incorporation de sa créance sur cette dernière au capital social et en a ainsi pris le contrôle.

Ces opérations à caractère interne au groupe ont fait l'objet de neutralisations à l'occasion de l'établissement des comptes consolidés et ne produisent aucun impact sur le résultat de la période.

• **PERIMETRE DE CONSOLIDATION**

<p><u>Société mère :</u> LeadMedia Group 11 Bis Rue Scribe 75009 PARIS Capital social : 1 559 071,25 € N°Siren : 504 914 094</p>	
<p><u>Filiale française :</u> R SAS 790, Avenue du Docteur Maurice Donat 06250 MOUGINS Capital social : 1 375 953 € N° Siren : 502 207 079 Pourcentage d'intérêts : 97,52% puis 98,26% Méthode : Intégration globale Entrée : le 30 juin 2008</p>	<p><u>Filiale brésilienne</u> (non autonome) : MAKAZI Brasil Itda Rua Luis Coelho, 340, cj 42 CEP 01309-001 Sao Paulo Capital social : 1 300 080 RB N° immat. : 12.152.692/0001-72 Pourcentage d'intérêts : 99,90 % Méthode : Intégration globale Entrée : avril 2010</p>
<p><u>Filiale française :</u> SA YFC 11 Bis Rue Scribe 75009 PARIS Capital social : 39 712,60 € N° siren : 491 728 168 Pourcentage d'intérêts : 100,00% Méthode : Intégration globale Entrée : le 4 juillet 2012</p>	<p><u>Filiale brésilienne</u> (non autonome) : MAKAZI Participacoes Itda Rua Ayres de Oliveira Castro 20, Villa Olympia CEP 04544-030 Sao Paulo Capital social : 50.214 RB N° immat. : 12.843.957/0001-89 Pourcentage d'intérêts : 100 % Méthode : Intégration globale Entrée : Août 2010</p>
<p><u>Filiale française :</u> SA MAKAZI 124 Boulevard Haussmann 75008 PARIS Capital social : 276 421,40 € N° siren : 513 674 267 Pourcentage d'intérêts : 77,78% Méthode : Intégration globale Entrée : le 10 juin 2013</p>	<p><u>Filiale Singapourienne :</u> LEADMEDIA ASIA PTE LTD 51 Goldhill Plaza #12-11, Singapore 308900 Capital social : 100 SGD Reg N°201507934H Pourcentage d'intérêts : 100,00% Méthode : Intégration globale Entrée : le 10 avril 2015</p>
<p><u>Filiale détenue par MAKAZI SA</u> <u>Filiale suisse :</u> MAKAZI Suisse Avenue DUMAS 8 c/o Private Family Office 1206 GENEVE (Suisse) Capital social : 100 000 CHF IDE CHE 660-2646013-7 Pourcentage d'intérêts : 80,00 % Méthode : Intégration globale Sortie : le 30 avril 2015</p>	

<p><u>Filiales contrôlées par MAKAZI Participacoes Ltda</u></p> <p><u>Filiale brésilienne :</u> MEDIA FACTORY WEBTRUST EMPREENDIMENTOS LTDA Rua Luis Coelho, 340, cj 42 CEP 01309-001 Sao Paulo Capital social : 4 087 974 RB N° immat : 03.582.303/0001-58 Pourcentage d'intérêts : 100% Méthode : Intégration globale Entrée : le 1^{er} janvier 2011</p>	<p><u>Filiale brésilienne :</u> Digital Me</p> <p>Rua Luis Coelho, 340, cj 42 CEP 01309-001 Sao Paulo Capital social : 105 000 RB N° immat : 11.293.185/0001-96 Pourcentage d'intérêts : 100% Méthode : Intégration globale Entrée : le 1^{er} août 2011</p>
<p>BUSCA DESCONTOS SERVICOS DE INFORMATICA Ltda Rua Luis Coelho, 340, cj 42 CEP 01309-001 Sao Paulo Capital social : 2 041 RB N° immat. : 11.818.144/0001-76 Pourcentage d'intérêts : 75,01% Méthode : Intégration globale Entrée : avril 2010</p>	
<p><u>Filiales détenues par YFC</u></p> <p><u>Filiale australienne :</u> SHOPBOT PTY LTD Unit 1 575, Darling street Rozelle NSW 2039 - AUSTRALIE Capital social : 100 AUD N° immat : ACN 120.561.033 Pourcentage d'intérêts : 100% Méthode : Intégration globale Entrée : le 4 juillet 2012</p>	<p><u>Filiale canadienne :</u> SHOPBOT INC 200-79, Bvd René-Levesque G1R5N5 QUEBEC CANADA Capital social : 100 CAD N° immat : 1164145360 Pourcentage d'intérêts : 100% Méthode : Intégration globale Entrée : le 4 juillet 2012</p>
<p><u>Filiale brésilienne :</u> SHOPBOT LTDA Rua Luis Coelho, 340, cj 42 01309-001 Sao Paulo Capital social : 114 250 RB N° immat : 11.572.080/0001-76 Pourcentage d'intérêts : 100% Méthode : Intégration globale Entrée : le 4 juillet 2012</p>	

- **Entités non consolidées**

Participation ADTHLETIC

La société LeadMedia Group détenait depuis 2013 une participation de 10% dans la société ADTHLETIC.

Cette participation a été cédée en avril 2015 pour un prix upfront net de 377 K€, permettant au groupe d'enregistrer une plus-value de 337 K€ sur la période.

Ce prix est assorti de compléments de prix conditionnés aux performances réalisées par la société sur les exercices 2015 à 2017. La part des compléments de prix susceptibles de profiter au groupe est plafonnée à 578 K€ et est traitée au 30 juin 2015 en engagements hors bilan reçus (voir notes 5.24 relative au résultat exceptionnel et 5.27 relative aux engagements hors bilan).

NOTE 5 : INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES

Note 5.1 Immobilisations incorporelles

Les variations des valeurs brutes s'analysent comme suit:

En milliers d'€	31/12/2014	Augmentation	Diminution	30/06/2015
Logiciels	7 179	678	900	6 955
Adresses mails et autres immo. Inc.	261	3	-	264
TOTAL	7 439	681 (1)	900	7 219

(1) Dont coûts des développements internes portés à l'actif : 624 K€.

Les variations des amortissements s'analysent comme suit :

En milliers d'€	31/12/2014	Augmentation	Diminution	30/06/2015
Logiciels	3 771	508	866	3 413
Adresses mails et autres immo. Inc.	204	11	-	215
TOTAL	3 975	519	866	3 628

Note 5.2 Ecart d'acquisition

Le tableau ci-après détaille les principaux éléments de détermination des écarts d'acquisition constatés à l'occasion des entrées historiques de périmètre.

Société	Date Entrée	Prix d'acq.	Frais de Transaction	Prix global d'acq.	% acquis	Q-Part de capitaux propres acquises	Ecart d'acquisition	Durée amortis.	Mode amortis.
R	01/07/2008	1 113	4	1 117	88,22%	837	280	7 ans	linéaire
	22/08/2008	75	2	77	3,93%	33	43		
	01/07/2011	1 550	10	1 560	8,12%	442	1 118		
	01/01/2012	10	-	10	0,28%	7	3		
	23/06/2015	51	-	51	0,74%	24	27		
SCORE MD (1)	30/06/2010	533	48	581	25,09%	195	386	10 ans	linéaire
	01/07/2011	675	6	681	24,87%	199	482		
	10/06/2013	2 557	-	2 557	50,04%	446	2 110		
MEDIA FACTORY	18/01/2011	3 082	118	3 200	100%	(967)	4 167	10 ans	linéaire
BUSCA DESCONTOS (ex ARAIE)	01/07/2011	841 (1)	-	841	24,01%	63	778	9 ans	linéaire
Digital Me	01/08/2011	746	26	772	100%	6	766	8 ans	linéaire
Shopbot	04/07/2012	8 030	287	8 317	100%	2 215	6 102	10 ans	linéaire
GRAPH INSIDER (1)	10/06/2013	900	-	900	48%	(19)	919	10 ans	linéaire
GAMNED (1) (2)	10/06/2013	7 537	150	7 687	100%	456	7 231	10 ans	linéaire

- (1) Ces écarts d'acquisition ont fait l'objet d'une cession par dilution à hauteur de 22,22% de leur valeur en date du 1^{er} juillet 2014.
- (2) Cet écart d'acquisition a fait l'objet d'une réduction pour 50% de sa valeur résiduelle par affectation à la branche d'activité Media cédée par la société MAKAZI en date du 30 avril 2015 (voir note 2 Faits significatifs de la période et note 4 Variations du périmètre de consolidation).

Les variations des valeurs brutes et amortissements de ce poste s'analysent comme suit:

En milliers d'€	31/12/2014	Augmentation	Diminution	30/06/2015
R (a*)	1 445	27	-	1 472
Graph insider (a*)	715	-	-	715
MEDIA FACTORY (b*)	4 167	-	-	4 167
Digital Me (b*)	766	-	-	766
Busca Descontos	778	-	-	778
ShopBot	6 102	-	-	6 102
GAMNED (c*)	5 624	-	2 812 (1)	2 812
SCORE MD (c*)	2 316	-	-	2 316
TOTAL	21 913	27	2 812	19 128

([x]*) Unités économiques regroupées

(1) Cette diminution correspond à la quote-part d'écart d'acquisition historique de la société GAMNED affectée à l'activité Média cédée au cours du premier semestre.

En milliers d'€	31/12/2014	Augmentation	Diminution	30/06/2015
R (a*)	856	103	-	959
Graph insider (a*)	107	36	-	143
MEDIA FACTORY (b*)	2 608	130	-	2 738
Digital Me (b*)	507	29	-	535
Busca Descontos	302	43	-	345
ShopBot	1 462	309	-	1 770
GAMNED (c*)	783	668 (2)	487 (1)	964
SCORE MD (c*)	568	125	-	693
TOTAL	7 192	1 444	487	8 149

([x]*) Unités économiques regroupées

(1) Cette diminution correspond à la quote-part d'amortissement de l'écart d'acquisition historique de la société GAMNED affectée à l'activité Média cédée au cours du premier semestre.

(2) Dont dotation exceptionnelle pour dépréciation du goodwill GAMNED post cession Media : 430 K€.

Suite à l'engagement d'un projet de renforcement du capital de la société MAKAZI par l'un de ses actionnaires historiques (voir note 2 Faits significatifs de la période et note 6 Evènements postérieurs à la clôture des comptes intermédiaires), un test de dépréciation a été réalisé au 30 juin 2015 sur les goodwill regroupés de GAMNED et SCORE MD post cession Media.

Le test, basé sur la valeur d'entreprise retenue à l'occasion de cette opération de capital a conduit à la conclusion qu'une perte de valeur de 430 K€ était subie sur ces actifs. Une dépréciation exceptionnelle de 430 K€ a ainsi été constatée dans les comptes consolidés du 30 juin 2015.

Note 5.3 Immobilisations corporelles

Les variations des valeurs brutes s'analysent comme suit :

En milliers d'€	31/12/2014	Augmentation	Diminution	30/06/2015
Agencements, matériels et mobiliers de bureau	1 465	92	198	1 359
TOTAL	1 465	92	198	1 359

Les variations des amortissements s'analysent comme suit:

En milliers d'€	31/12/2014	Augmentation	Diminution	30/06/2015
Agencements, matériels et mobiliers de bureau	897	230 (1)	165	962
TOTAL	897	230	165	962

- (1) Dont dotations à caractère exceptionnel consécutives à la perte des agencements engagés par la société LeadMedia Group sur les locaux du 96 Boulevard Haussmann : 97 K€.

Note 5.4 Immobilisations financières

Les variations des valeurs brutes s'analysent comme suit :

En milliers d'€	31/12/2014	Augmentation	Diminution	30/06/2015
Titres non consolidés	40	-	40	-
Autres immobilisations financières	441	125	161	405 (1)
TOTAL	481	125	201 (2)	405

- (1) Dont dépôts versés au titre de baux ou d'emprunts : 293 K€
Dont disponibilités inscrites au contrat de liquidité en clôture : 59 K€ (voir note 5.10)
- (2) Dont cession des titres Adthletic Media : 40 K€ ; Remboursement des créances Adthletic Media : 32 K€ ;
remboursement de dépôts de garantie : 100 K€.

Les dépréciations s'analysent comme suit :

En milliers d'€	31/12/2014	Augmentation	Diminution	30/06/2015
Titres non consolidés	-	-	-	-
Autres immobilisations financières	10	-	-	10
TOTAL	10	-	-	10

Note 5.5 Créances clients et comptes rattachés

Créances clients et comptes rattachés	30 juin 2015	31 décembre 2014
En milliers d'€		
Clients et comptes rattachés	2 875	5 943
Clients / Créances douteuses	1 402	1 257
Dép. pour créances douteuses et litigieuses	(1 038)	(983)
TOTAL	3 239	6 217

Note 5.6 Autres créances

Les autres créances s'analysent comme suit au 30 juin 2015 :

En milliers d'€	30 juin 2015	31 décembre 2014
Avances et acomptes versés sur commandes	213	190
Etat – Impôt sur les bénéfices	1 090 (1)	1 024 (1)
Etat – Impôts différés actifs (2)	279	1 928
Etat taxes sur le chiffre d'affaires	1 488	1 506
Autres créances	1 056 (3)	161
TOTAL	4 126	4 810

(1) Ce poste comprend notamment les créances de crédit d'impôt recherche 2013/2014 et 2015, crédit d'impôt compétitivité emploi 2014/2015 et autres crédits d'impôt des sociétés :

- LeadMedia Group, R et YFC (174 K€)
- MAKAZI (770 K€)

ainsi que des créances d'impôt sur les bénéfices détenues par la société Media Factory (101 K€) d'échéance supérieure à un an.

(2) Voir note 5.7.

(3) Dont séquestre de cession de fond de commerce : 200 K€ (à recevoir à très court terme) et crédits vendeurs de 600 K€ consentis par la société MAKAZI au cessionnaire du pôle Média portant intérêt au taux annuel de 3%. Ces crédits vendeurs sont à échéance de fin 2015 pour 300 K€ et fin 2016 pour 300 K€.

Note 5.7 Impôts différés actifs

En milliers d'€	30 juin 2015	- 1 an	+ 1 an - 5 ans	31 décembre 2014
LeadMedia Group	77	77	-	-
R	41	41	-	-
YFC	-	-	-	-
Media Factory	-	-	-	-
Makazi Brasil	-	-	-	-
Makazi Participacoes	159	-	159	142
Busca Descontos	2	2	-	2
Makazi (1)	-	-	-	1 783 (1)
Shopbot Australie	0	0	-	0
Shopbot Canada	-	-	-	1
TOTAL	279	120	159	1 928

(1) Les impôts différés actifs de la société MAKAZI étaient liées à des économies d'impôts futures attendues des reports déficitaires détenues par cette société. Ils avaient été constatés :

- à hauteur de 1 154 K€ à l'entrée de périmètre de Gamned dans le groupe ;

- à hauteur de 480 K€ par activation des déficits fiscaux enregistrés par la société postérieurement à son entrée dans le groupe (période du 10 juin 2013 au 31 décembre 2013) ;
- à hauteur de 94 K€ par transfert des impôts différés actifs constatés par la société SCORE MD avant son absorption en date du 31 août 2013.

Révision d'estimation portant sur les activations d'économies futures d'impôt liées aux déficits fiscaux de la société MAKAZI

Suite à une nouvelle révision des projections de résultats futurs de la société MAKAZI (voir note 2 Faits significatifs de la période), le groupe a estimé l'horizon de réalisation de bénéfices imposables trop lointain pour pouvoir maintenir les activations d'économies d'impôt attendues des déficits fiscaux de la société MAKAZI.

Elles ont ainsi été intégralement désactivées au titre de la clôture intermédiaire.

L'impact négatif sur le résultat de la période s'élève à (1,5) Millions d'euros (voir note 5.25 relative à la charge d'impôt de la période).

Commentaires sur les autres entités détentrices d'impositions différées actives

Les impôts différés actifs historiquement constatés sur LeadMedia Group correspondent pour l'essentiel au solde des économies d'impôt attendues des frais acquittés au titre des opérations d'acquisition de titres ShopBot (59 K€) et d'acquisition de titres GAMNED (45 K€). Ces économies sont obtenues par étalement sur 5 ans à compter de la date d'acquisition des titres et ont fait l'objet d'une compensation avec les impositions différées passives de la société YFC, fiscalement intégrées avec la société mère.

Les sociétés LeadMedia Group et R sont intégrées fiscalement depuis le 1^{er} janvier 2012. La société YFC est entrée dans le groupe à effet du 1^{er} janvier 2014.

Le groupe intégré a dégagé des bénéfices imposables en 2012 et des déficits non significatifs en 2013 (37 K€) et 2014 (80 K€).

Les déficits fiscaux enregistrés par la société LeadMedia Group avant l'intégration fiscale ne sont pour l'essentiel pas activés. Au 30 juin 2015, ces déficits non utilisés s'élèvent à 1,8 M€ dont 1,4 M€ sont liés à des opérations pour lesquelles les éventuelles économies d'impôt futures seront le cas échéant à reconnaître par rehaussement des capitaux propres.

Les impôts différés actifs antérieurement constatés par les sociétés brésiliennes Media Factory, Shopbot Ltda et MAKAZI Brasil correspondaient à des déficits fiscaux reportés en avant. Les incertitudes sur l'horizon de recouvrabilité de ces économies d'impôt ont incité le groupe à procéder en clôture 2014 à la désactivation de ces impositions actives. Cette position a été maintenue à la clôture intermédiaire.

Les impôts différés actifs enregistrés par la société holding brésilienne MAKAZI Participacoes correspondent pour l'essentiel à des économies d'impôt attendues de déficits fiscaux et des frais de transaction supportés lors d'acquisitions passées (Media Factory et Digital Me).

Détail des impôts différés actifs des sociétés du groupe

En milliers d'€	Tx d'impôts différés (%)	Bases d'impositions différées	Impôts différés actifs
Entités françaises	33 1/3%		
Décalages temporaires d'imposition		7	2
Déficits fiscaux reportables activés (retraités de consolidation)		381	127
Frais de transaction		311	104
Eliminations internes		184	61
Imputation d'impôts différés passifs		(528)	(176)
Entités brésiliennes	34 %		
Décalages temporaires d'imposition		5	2
Déficits fiscaux reportables activés et frais de transaction (retraités de consolidation)		468	159
Autres entités	30 %		
Décalages temporaires d'imposition		2	0
TOTAL			279

Note 5.8 Trésorerie

En milliers d'€	30 juin 2015	31 décembre 2014
Valeurs mobilières de placement (1)	180	569
Disponibilités	4 124	6 069
TOTAL	4 304	6 638

(1) Ce poste est constitué de dépôts à terme disponibles à tout moment.

Note 5.9 Comptes de régularisation et assimilés (215 K€)

Les charges constatées d'avance s'élèvent à 215 K€ au 30 juin 2015 (vs 141 K€ au 31 décembre 2014).

Elles correspondent à des ajustements classiques de charges d'exploitation.

Note 5.10 Capitaux propres

Le tableau de variation des capitaux propres consolidés (part du groupe) s'analyse comme suit :

En milliers d'€	Capital	Primes	Réserves	Ecarts de conversion	Rés. consolidé de l'ex.	Total capitaux propres
Situation clôture au 31/12/2013	1 473	23 419	(155)	(293)	(1 754)	22 689
Mouvements						
- Augmentations de capital social	84	1922	-	-	-	2 006
- Frais nets d'augmentation de capital	-	(5)	-	-	-	(5)
- Ecarts de conversion	-	-	-	197	-	197
- Actions propres	-	(64)	(47)	-	-	(111)
- Résultat de l'exercice précédent	-	-	(1 754)	-	1 754	-
- Résultat consolidé part du groupe	-	-	-	-	(6 733)	(6 733)
- Dividendes versés aux minoritaires	-	-	(272)	-	-	(272)
- Justes valeurs de titres émis en rémunération	-	102	-	-	-	102
Situation clôture au 31/12/2014	1 557	25 374	(2 228)	(96)	(6 733)	17 874
Mouvements						
- Augmentations de capital social	2	(2)	-	-	-	-
- Frais nets d'augmentation de capital	-	-	-	-	-	-
- Ecarts de conversion	-	-	-	210	-	210
- Actions propres	-	117	(59)	-	-	58
- Résultat de l'exercice précédent	-	-	(6 733)	-	6 733	-
- Résultat consolidé part du groupe	-	-	-	-	(5 458)	(5 458)
- Dividendes versés aux minoritaires (1)	-	-	(101)	-	-	(101)
- Autres	-	-	-	-	-	-
Situation clôture au 30/06/2015	1 559	25 489	(9 122)	114	(5 458)	12 582

(1) Au cours du premier semestre 2015, les associés de la société Busca Descontos ont décidé à l'unanimité de procéder à des distributions de dividendes non proportionnelles à la quotité du capital détenue par les associés comme prévu par les statuts de la société.

Les mouvements sur le poste capital s'analysent comme suit :

En €	Nombre actions	Nominal	Montant
Ouverture de l'exercice	6 228 182	0,25	1 557 045,50
Attribution d'actions gratuites (27/04/2015)	8 103	0,25	2 025,75
Clôture de la période	6 236 285	0,25	1 559 071,25

Au 30 juin 2015, le capital de la société est constitué de 6 236 285 actions de valeur nominale 0,25 €. La société LeadMedia Group détient 37 656 de ses propres actions. Ces dernières ont été acquises sur le marché au titre d'un programme de rachat d'actions portant sur un nombre maximum de 255 778 titres initié en juillet 2011 dans le cadre des dispositions de l'article L.225-209-1 du Code de Commerce. Conformément à la réglementation en vigueur, ces dernières sont privées de droits pécuniaires et extra pécuniaires. Les actions propres et les résultats de cessions réalisées en cours d'exercice sont imputés sur les capitaux propres du groupe.

Les titres donnant accès au capital de la société consolidante sont les suivants :

	Nombre de titres ou droits	Année/date de départ des options	Prix de souscription	Parité d'exercice (nb act. pour 1 inst.)	% maximal de capital (droits financiers) (1)
Bons de souscription 2009	5 425	12/2009	9,22 €	37,648 act. pour 1	2,93 %
Bons de souscription 2010	59 945	06/2010	15,10 €	4 act. pour 1	3,44 %
Bons de souscription 2012	255 780	Conditionnelle (2)	Var.	1 act. pour 1	3,67 %
Actions gratuites 2013 (3)	31 664	2015	NA	NA	0,45 %
Actions gratuites 2014 (3)	42 646	2016	NA	NA	0,61 %
Actions gratuites 2015 (3)	9 434	2017	NA	NA	0,14 %

(1) Les pourcentages s'entendent dans l'hypothèse d'une souscription intégrale de tous les instruments en circulation au 30 juin 2015.

(2) Ces bons sont exerçables à compter de l'atteinte d'objectifs définis lors de leur émission.

(3) Ces actions gratuites seront attribuées par émission d'actions nouvelles.

Note 5.11 Intérêts minoritaires

Les tableaux de variation des intérêts minoritaires s'établissent comme suit :

Société R En milliers d'€	Part dans les capitaux propres	Part dans le résultat de la période	Ecart de conversion	Intérêts minoritaires
Situation au 31/12/2014	77	10	-	87
Résultat de l'exercice précédent	10	(10)	-	-
Résultat de l'exercice	-	(7)	-	(7)
Périmètre	(24)	-	-	(24)
Situation au 30/06/2015	63	(7)	-	56

Société Busca Descontos En milliers d'€	Part dans les capitaux propres	Part dans le résultat de la période	Ecart de conversion	Intérêts minoritaires
Situation au 31/12/2014	135	98	(28)	205
Résultat de l'exercice précédent	98	(98)	-	-
Résultat de l'exercice	-	(34)	-	(34)
Dividendes versés	(34)	-	-	(34)
Ecart de conversion	-	-	(6)	(6)
Situation au 30/06/2015	199	(34)	(34)	132

Société MAKAZI Suisse En milliers d'€	Part dans les capitaux propres	Part dans le résultat de la période	Ecart de conversion	Intérêts minoritaires
Situation au 31/12/2014	11	74	2	87
Résultat de l'exercice précédent	74	(74)	-	-
Résultat de l'exercice	-	(89)	-	(89)
Variation de périmètre (1)	(9)	13	(13)	(9)
Ecart de conversion	-	-	11	11
Situation au 30/06/2015	76	(76)	-	-

(1) Le groupe a cédé l'intégralité de sa participation dans la société MAKAZI Suisse en avril 2015.

Société MAKAZI En milliers d'€	Part dans les capitaux propres	Part dans le résultat de la période	Ecart de conversion	Intérêts minoritaires
Situation au 31/12/2014	344	(344)	-	-
Résultat de l'exercice précédent	(344)	344	-	-
Résultat de l'exercice (1)	-	-	-	-
Situation au 30/06/2015	-	-	-	-

(1) La quote-part des pertes prise en charge par les minoritaires est limitée à leur contribution aux capitaux propres de la société MAKAZI.

Note 5.12 Information financière réduite à une seule action

En €	S1 2015 (6 mois)	2014 (12 mois)	S1 2014 (6 mois)
Nombre moyen pondéré d'actions	6 193 391	6 050 768	5 915 958
Résultat net par action – part du groupe	(0,88) €	(1,11) €	(0,87) €

En €	S1 2015 (6 mois)	2014 (12 mois)	S1 2014 (6 mois)
Nombre moyen d'actions (avec dilution)	6 972 747	6 965 255	6 950 791
Résultat dilué par action (1)	(0,88) €	(1,11) €	(0,87) €

(1) Lorsque le résultat net de base par action est négatif, le résultat dilué par action est identique au résultat de base par action (Avis OEC n°27 §3).

En €	30 juin 2015	31 décembre 2014
Nombre d'actions en circulation en fin de période (hors actions propres)	6 198 629	6 181 080
Fonds propres par action (1)	2,03 €	2,89 €

(1) Y compris le résultat – part du groupe de la période

Note 5.13 Avances conditionnées

Le poste « Avances conditionnées » s'analyse comme suit au 30 juin 2015 :

En milliers d'€	31/12/2014	Augmentation	Diminution	30/06/2015
Avance Oséo/BPI (1)	204	-	-	204
TOTAL	204	-	-	204

(1) La société Gammed a souscrit en mai 2013 un contrat auprès d'Oséo pour un total de financement d'aides à l'innovation de 280 K€. Des avances ont été versées à la société en août 2013 (190 K€) puis en 2014 (14 K€). Le montant total des avances remboursables nonobstant l'échec du projet s'élève à 120 K€ avec des remboursements s'étalant trimestriellement de septembre 2015 à fin 2016.

Note 5.14 Provisions

Le poste « Provisions » s'analyse comme suit au 30 juin 2015 :

En milliers d'€	31/12/2014	Augmentation	Diminution	30/06/2015
Provision pour risques	-	-	-	-
Provision pour charges	71	57	45	83
TOTAL	71	57	45	83

A la connaissance du groupe, il n'existe, à la date d'arrêté des comptes consolidés, aucun fait exceptionnel ou litige autres que ceux relatés dans les présentes, susceptible d'avoir une incidence significative sur sa situation financière, son patrimoine, son activité et ses résultats.

Note 5.15 Emprunts et dettes financières

Le poste « Emprunts et dettes financières » s'analyse comme suit au 30 juin 2015 :

En milliers d'€	30 juin 2015	Dont part à moins d'un an	Dont part comprise entre un et cinq ans	Dont part à plus de cinq ans	31 décembre 2014
Emprunt BPI	2 013 (1)	13	1 800	200	2 013
Autres dettes financières	226 (2)	226	-	-	307
TOTAL	2 239	239	1 800	200	2 320

(1) Ce poste comprend un emprunt BPI de 2 millions d'euros souscrit fin 2013 et comportant un différé d'amortissement de 2 ans.

(2) Ce poste comprend des concours bancaires courants souscrits par la société ARAIE (176 K€) ainsi que le solde de deux emprunts bancaires souscrits par Gammed avant son entrée de périmètre (50 K€).

Note 5.16 Dettes fournisseurs et comptes rattachés

Les dettes fournisseurs et comptes rattachés s'analysent comme suit au 30 juin 2015 :

En milliers d'€	30 juin 2015	Dont part à plus d'un an	31 décembre 2014
Comptes fournisseurs	2 952	-	4 177
Factures non parvenues	2 467	-	2 724
TOTAL	5 419	-	6 901

Note 5.17 Dettes fiscales et sociales

Les dettes fiscales et sociales s'analysent comme suit au 30 juin 2015 :

En milliers d'€	30 juin 2015	31 décembre 2014
Dettes sociales	2 252	2 138
Personnel et comptes rattachés	632	1 040
Organismes sociaux	1 620	1 098
Dettes fiscales	1 354	2 068
Etat, impôt sur les bénéfices	71	312
Impôts différés passifs	10	69
Etat, taxes sur le chiffre d'affaires	1 219	1 455
Autres impôts et taxes	54	231
TOTAL	3 606	4 206

Note 5.18 Autres dettes

Le poste « Autres dettes » s'analyse comme suit au 30 juin 2015 :

En milliers d'€	30 juin 2015	31 décembre 2014
Autres dettes	2 084	4 018
Dettes opérationnelles	184 (1)	475
Dettes sur immobilisations	1 900 (2)	3 543

(1) Dont avances clients : 45 K€ vs 425 K€ au 31 décembre 2014.

(2) Ce poste comprend le solde des prix et compléments de prix dus en numéraire à certains cédants des sociétés acquises par le groupe ainsi que les intérêts afférents. Ces dettes sont pour l'essentiel à moins d'un an au 30 juin 2015.

Note 5.19 Produits constatés d'avance (841 K€)

Les produits constatés d'avance correspondent pour 587 K€ à l'étalement d'une partie des produits de crédit d'impôt recherche. Ces derniers portent sur certains logiciels développés par les sociétés du groupe. Au 30 juin 2015, l'échéancier des produits à reconnaître s'établit comme suit :

En milliers d'€	30 juin 2015	Dont part à moins d'un an	Dont part comprise entre un et trois ans	Dont part à plus de trois ans	31 décembre 2014
Origine des crédits d'impôt recherche					
2010	-	-	-	-	11
2011	10	10	-	-	23
2012	29	21	8	-	45
2013	134	67	67	-	168
2014	301	103	198	-	310
2015	113	32	81	-	-
TOTAL	587	233	354	-	557

Les autres produits constatés d'avance correspondent à des prestations facturées restant à servir.

NOTES SUR LE COMPTE DE RESULTAT

Note 5.20 Répartition du chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires réalisé par le groupe au cours de la période s'élève à 9 633 K€ :

En milliers d'euros	Groupe S1 2015	%	LeadMedia Group & holdings	R	Busca Descontos	MF& Digital Me	Groupe ShopBot	Makazi et Makazi Suisse (1)	Groupe 2014	%
Collecte de données et revenus assimilés	7 924	82,2%	-	2 667	-	154	1 977	3 126	22 167	79,3%
Vente de technologies et outils de marketing	1 137	11,8%	-	164	-	68	-	905	2 391	8,5%
Ventes d'outils et solutions de fidélisation clients	92	1,0%	-	-	-	-	-	92	469	1,7%
Edition, solutions et outils media (publicité, mailing...)	479	5,0%	7	166	278	-	-	28	2 940	10,5%
Total S1 2015	9 633	100%	7	2 998	278	222	1 977	4 151	-	-
Total S1 2014	14 978	100%	20	4 383	481	324	1 815	7 955	-	-
Total Année 2014	27 967	100%	26	7 784	1 522	999	3 881	13 755	27 967	100%

(1) La société MAKAZI Suisse a contribué au chiffre d'affaires du groupe du 1^{er} janvier au 30 avril 2015. Par ailleurs la société MAKAZI a cédé ses activités Média en date du 30 avril 2015 (voir note 2 – Faits significatifs de la période).

Note 5.21 Autres produits d'exploitation

En milliers d'euros	S1 2015 (6 mois)	2014 (12 mois)	S1 2014 (6 mois)
Production immobilisée (1)	624	1 524	856
Subventions d'exploitation (2)	142	351	171
Reprise de prov. et dépréciations clients	66	306	202
Transferts de charges d'exploitation et autres produits d'exploitation	71	138	48
TOTAL	903	2 319	1 277

(1) Ce poste correspond aux coûts internes engagés par le groupe dans le développement de ses applications logicielles.

(2) Ce poste correspond pour 142 K€ (325 K€ en 2014) aux crédits d'impôt recherche des sociétés françaises R et MAKAZI. Ces produits sont reconnus en résultat selon les modalités exposées en note 3.9.

Note 5.22 Charges d'exploitation

En milliers d'euros	S1 2015 (6 mois)	2014 (12 mois)	S1 2014 (6 mois)
Achats	3 785	12 536	7 771
Reversements aux affiliés sur ventes de contacts qualifiés, de technologies et achats médias	3 785	12 536	7 771
Autres achats et charges externes	2 879	5 696	2 959
Locations immobilières et mobilières	750	1 256	613
Honoraires et études	1 435	2 462	1 221
Frais de communication / marketing / RP	103	596	372
Déplacement/missions	282	735	386
Autres	309	647	367
TOTAL	6 664	18 232	10 730

Note 5.23 Résultat financier

En milliers d'euros	S1 2015 (6 mois)	2014 (12 mois)	S1 2014 (6 mois)
Produits financiers	251	181	171
Produits de valeurs mobilières de placement et intérêts	16	35	21
Gains de change	234	145	150
Charges financières	717	875	363
Intérêts et charges sur emprunts	190	367	174
Pertes de change	527	508	189
			-
Résultat financier	(467)	(694)	(192)

Note 5.24 Résultat exceptionnel

En milliers d'euros	S1 2015 (6 mois)	2014 (12 mois)	S1 2014 (6 mois)
Produits exceptionnels	3 332	1 774	63
Produits exceptionnels s/opérations de gestion	5	16	10
Produits de cession d'actifs	3 283 (1)	239	6
Reprises de provisions	45	47	47
Plus-value de dilution MAKAZI	-	1 472	-
Charges exceptionnelles	2 886	733	280
Régularisations diverses sur actifs et passifs, charges s/opérations de gestion	193	153	86
Valeur nette comptable des actifs cédés	2 443 (1)	120	3
Coûts de départs de salariés	95	415	191
Dotations aux provisions	57	45	-
Dotations exceptionnelles aux amortissements	97 (2)	-	-
Résultat exceptionnel	447	1 041	(217)

(1) Dont plus-values sur cession activités Pôle Media : 497 K€ (voir notes 2 et 4) et sur cession de titres ADTHLETIC : 337 K€ (voir note 4 relative aux entités non consolidées).

(2) Dotations à caractère exceptionnel liées à la perte des agencements engagés par la société LeadMedia Group sur les locaux du 96 Boulevard Haussmann : 97 K€ (Voir note 2 Faits significatifs de la période).

Note 5.25 Charges d'impôts sur les bénéfices (1 556) K€

Le poste Impôts sur les bénéfices se décompose comme suit :

En milliers d'euros	S1 2015 (6 mois)	2014 (12 mois)	S1 2014 (6 mois)
Impôts exigibles ou acquittés nets	(87)	(413)	(296)
Impôts exigibles ou acquittés	(87)	(413)	(296)
Variation des postes d'impôts différés	(1 440)	(489)	144
Variation des postes d'impôts calculés	(30)	(2)	(5)
TOTAL	(1 556)	(904)	(157)

La preuve d'impôt de la période s'établit comme suit :

Base imposable (hors crédits d'impôt présentés hors impôts / 177 K€)	:	(2 751) K€
Charge d'impôt théorique (33,33%)	:	917 K€
Impact de différences de taux d'imposition	:	(31) K€
Différences définitives sur bases d'imposition	:	(50) K€
Non activation ou désactivations de déficits	:	(1 612) K€ (1)
Autres	:	(780) K€ (2)
Charge d'impôts effective	:	<u>(1 556) K€</u>

(1) Dont impact net des désactivations d'économies futures d'impôts sur déficits MAKAZI : (1 508) K€

(2) Dont impact de la non déductibilité de la valeur nette comptable de la quote-part d'écart d'acquisition affectée à l'activité média cédée par MAKAZI : (775) K€

AUTRES INFORMATIONS

Note 5.26 Effectifs

Les effectifs du groupe inscrits en fin de période s'établissent à 130 personnes contre 188 personnes au 31 décembre 2014.

Les effectifs moyens du premier semestre 2015 s'établissent à 170,5 personnes contre 207,5 pour l'année 2014 et 213,5 pour le premier semestre 2014.

Note 5.27 Engagements hors bilan

Engagements donnés et reçus

En milliers d'euros	30/06/2015	31/12/2014
Engagements donnés	442	45
Avals, cautions, garanties	-	-
Autres engagements donnés		
- Personnel - Indemnités de fin de carrière	42	45
- Clause de réduction de prix sur cession MAKAZI Suisse	400 (1)	-
Engagements reçus	2 778	-
Avals, cautions, garanties	-	-
Effets escomptés non échus	-	-
Autres engagements reçus		
- Compléments de prix sur cessions d'actif	2 778 (2)	-

(1) Cette clause de réduction de prix a été consentie à titre de garantie d'actif et de passif par la société MAKAZI pour sa seule quote-part de participation (soit 80% du capital) au cessionnaire des titres de la société MAKAZI Suisse. Son montant est limité à 400 K€.

(2) Ces compléments de prix susceptibles de profiter au groupe sont liés aux opérations suivantes :

- Cession des activités Média par la société MAKAZI : 2 200 K€

Un complément de prix de 2,2 Millions d'euros est prévu au bénéfice de la société MAKAZI en cas d'atteinte d'un objectif de performance de la branche cédée sur la période mai 2015 / avril 2016.

- Cession de la participation ADTHLETIC : 578 K€

Les compléments de prix éventuels à recevoir par la société LeadMedia Group sur cette opération (voir note 4) sont liés aux performances économiques de la société ADTHLETIC sur les années 2015 à 2017. La part du groupe est plafonnée à 578 K€.

Note 5.28 Répartition des actifs, passifs et résultats par pôle d'activité

Le groupe est opérationnellement organisé en deux pôles, le premier regroupant les activités d'édition et de vente de logiciels de Data Marketing (le « Pôle Makazi ») et le second les activités historiques de prestataire intégré de génération d'audience et de contacts qualifiés (le « Pôle LeadMedia »).

Au 30 juin 2015, la ventilation des actifs et passifs entre ces deux pôles et celui des holdings de financement est la suivante :

ACTIF (En milliers d'Euros)	30/06/2015 Net	Holdings	Pôle LeadMedia	Pôle MAKAZI	Transactions extra sectorielles
Ecart d'acquisition	10 979	-	7 508	3 471	
Immobilisations incorporelles	3 591	8	1 270	2 312	
Immobilisations corporelles	397	49	207	142	
Immobilisations financières	395	240	59	96	
Créances intragroupes entre secteurs	-	2 619	-	-	(2 619)
Total actif immobilisé	15 362	2 916	9 044	6 022	(2 619)
Créances	7 581	808	3 887	2 886	
Trésorerie et équivalents	4 303	1 382	1 202	1 719	
Créances intragroupes entre secteurs	-	186	158	172	(516)
Total actif circulant	11 884	2 376	5 247	4 777	(516)
TOTAL ACTIF	27 246	5 292	14 291	10 799	(3 135)

PASSIF (En milliers d'Euros)	30/06/2015 Net	Holdings	Pôle LeadMedia	Pôle MAKAZI	Transactions extra sectorielles
Capital et primes	27 049	27 049	-	-	
Réserves	(9 122)	(11 577)	4 370	(1 915)	
Ecart de conversion	114	-	114	-	
Résultat de l'exercice	(5 458)	(467)	(720)	(4 272)	
Réallocation sectorielle des fonds propres	-	(14 470)	5 853	8 618	
Capitaux propres	12 582	534	9 617	2 431	
Intérêts minoritaires	188	0	188	-	
Avances conditionnées	204	-	-	204	
Provisions	83	-	16	67	
Emprunts et dettes financières	2 239	2 013	176	50	
Dettes fournisseurs	5 419	553	2 511	2 355	
Autres dettes	6 531	2 191	1 611	2 729	
Dettes intragroupes entre secteurs	-	-	172	2 963	(3 135)
Total dettes exploitation	14 189	4 757	4 470	8 097	(3 135)
TOTAL PASSIF	27 246	5 292	14 291	10 799	(3 135)

Sur le premier semestre 2015, la ventilation par pôle d'activité des principaux agrégats du compte de résultat est la suivante :

COMPTE DE RESULTAT (En milliers d'Euros)	1er semestre 2015 (6 mois)	Holdings	Pôle LeadMedia	Pôle MAKAZI	Exercice 2014 (12 mois)	1er semestre 2014 (6 mois)
Chiffres d'affaires	9 633	7	5 474	4 151	27 967	14 978
Ebitda	(1 903)	(535)	345	(1 713)	(1 219)	(1 210)
Dotations aux amortissements	(652)	(7)	(315)	(330)	(1 554)	(792)
Résultat d'exploitation	(2 555)	(542)	30	(2 043)	(2 773)	(2 002)
Résultat courant	(3 021)	(775)	10	(2 256)	(3 467)	(2 194)
Résultat exceptionnel	447	195	(59)	311	1 041	(217)
Impôts sur les bénéfices	(1 556)	114	(60)	(1 610)	(904)	(157)
Amortissement des survaleurs	(1 444)	-	(651)	(793)	(3 566)	(2 504)
Résultat net des entr. Intégrées	(5 575)	(467)	(761)	(4 348)	(6 896)	(5 072)
Résultat net part groupe	(5 458)	(467)	(720)	(4 272)	(6 733)	(5 138)

NOTE 6 - EVENEMENTS POSTERIEURS A LA CLOTURE DES COMPTES CONSOLIDES INTERMEDIAIRES

Recentrage du groupe sur ses activités historiques de ciblage et de génération d'audience qualifiée suite à la déconsolidation de sa filiale MAKAZI SA

Amorcé avec la cession de son activité dite de «media trading desk», annoncée en mai 2015, le recentrage du groupe LeadMedia sur ses métiers historiques est aujourd'hui arrivé à son terme suite à l'entrée d'investisseurs financiers au capital de sa filiale MAKAZI SA, par voie d'augmentation de capital réservée.

La réalisation de cette opération financière, signée le 16/10/2015, se traduit par la diminution significative de la participation de LeadMedia au capital de MAKAZI SA, à hauteur d'environ 16%, permettant ainsi la déconsolidation de la filiale.

La société MAKAZI SA, éditrice de logiciels de data management, bénéficie de la part des nouveaux investisseurs financiers d'une enveloppe globale de financement de 3,2 M€, permettant de sécuriser le financement de son développement.