



Communiqué de Presse
Paris, le 30 octobre 2015

RÉSULTATS DU PREMIER SEMESTRE 2015

LeadMedia Group (FR0011053636, ALLMG, éligible PEA PME) – prestataire de services intégrés pour le marketing digital et fournisseur de solutions de data marketing annonce aujourd’hui ses résultats semestriels consolidés non audités pour le premier semestre clos au 30 juin 2015.

Détails des résultats semestriels 2015, proforma et consolidés :

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 (***)

Résultats semestriels 2015 consolidés :

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.

ÉVOLUTION 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 S1 2014 mais fait ressortir une nette amélioration du taux de marge brute qui s'établit désormais à 70% contre 57% au cours du S1 2014.

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

Sur la période, l'évolution du chiffre d'affaires par rapport au S1 2014 s'explique principalement par la cession, annoncée le 4 mai 2015, des activités dites de « media trading » 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 S1 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 S1 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 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 BUDGETAIRE DE LEADMEDIA EN FRANCE

Les résultats du S1 2015 sont portés par les bonnes performances des activités internationales de LeadMedia, supérieures aux attentes. En revanche, la rentabilité du groupe est impactée par (i) les décalages de plusieurs budgets clients en France et (ii) les investissements technologiques déployés suite à l'enrichissement de la plateforme de gestion de données, dite « Data Management Platform », au sein du pôle Makazi, dorénavant sorti du périmètre de consolidation du groupe en date du 16 octobre 2015. En conséquence, l'EBITDA consolidé du groupe s'établit à -1,9 M€ sur le S1 2015, comparé à un EBITDA de -1,2 M€ sur le S1 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 S1 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 S1 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 S1 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 S1 2015 ET POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE

Implantation du groupe en Asie

Au cours du S1 2015, LeadMedia a annoncé son implantation en Asie et initié sa stratégie de conquête des e-commerçants et marchands asiatiques avec l'ouverture de sa plateforme de « comparison shopping » dédiée 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 important de la part du groupe et doit constituer un relais de croissance sur le S2 2015.

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

Le groupe a mené à son terme au cours des derniers mois 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 avec la cession des activités dites de « media trading » de sa filiale Makazi SA et (2) en octobre 2015 suite à la déconsolidation comptable de sa filiale Makazi SA par voie d'augmentation de capital réservée à des tiers investisseurs financiers.

Ces opérations ont 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 et gouvernance autonomes de Makazi SA, désormais déconsolidé du périmètre du groupe LeadMedia.

PERSPECTIVES ET STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT POUR LE GROUPE LEADMEDIA

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* ».

A propos de LeadMedia Group :

Fondé en 2008, coté à Paris sur le marché Alternext et éligible au PEA PME, 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 ». LeadMedia Group a réalisé en 2014 un chiffre d'affaires consolidé de 28 millions d'euros et compte 200 collaborateurs dans 5 pays. La société est labellisée « entreprise innovante » par bpiFrance (ex Oséo) depuis mars 2011.

Prochain communiqué : 29 janvier 2016

LeadMedia Group est coté sur Alternext à Paris
Pour plus d'informations : www.leadmedia-group.com

CONTACTS

LeadMedia Group
Stéphane Darracq
Président
sd@leadmedia-group.com

NewCap
Communication Financière et Relations Investisseurs
Louis-Victor Delouvrier / Pierre Laurent
Tél. : +33(0)1 44 71 94 94
leadmedia@newcap.eu



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