

RÉSULTATS DU PREMIER SEMESTRE 2016

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 semestriel consolidés non audités pour le premier semestre clos au 30 juin 2016.

Résultats semestriels 2016 consolidés (non audités) :

En K Euros	S1 2016 LEADMEDIA GROUP CONSO (6 mois)	S1 2015 LEADMEDIA GROUP CONSO (6 mois)	S1 2016 R* (6 mois)
CHIFFRE AFFAIRES	4 154	9 633	2 138
Evolution vs. Consolidé S1 2015 (%)	-56,9%		
Achats Externes	- 1 537	- 3 785	- 1 297
MARGE BRUTE	2 879	6 752	1 019
Evolution vs. Consolidé S1 2015 (%)	-57,4%		
Charges de personnel	- 2 111	- 5 499	- 1 034
Autres charges	- 1 338	- 3 156	- 734
EBITDA	- 570	- 1 902	- 567
Marge d' EBITDA (%)	-13,7%	-19,7%	
RESULTAT EXPLOITATION	- 913	- 2 554	- 749
Marge d'exploitation (%)	-22,0%	-26,5%	
Résultat financier	- 16	- 467	- 9
Résultat exceptionnel	- 834	- 447	- 566
Impôts sur les bénéfices	- 153	- 1 556	- 183
RESULTAT AVANT GOODWILL	- 1 916	- 4 131	- 1 507
RESULTAT APRES GOODWILL (*)	- 4 197	- 5 575	- 2 875

*Contribution de la société R, cédée au 12 juillet 2016.

(*) Résultat net des sociétés intégrées après amortissement des écarts d'acquisitions

PERSPECTIVES ET STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT POUR LE GROUPE LEADMEDIA

Recentré sur ses activités contributrices, le groupe LeadMedia peut désormais se focaliser sur le développement de ses activités digitales 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 : « *Le recentrage du groupe sur ses activités de médias technologiques a été long mais s'est achevé mi-2016 avec la cession de la société R. Les équipes se focalisent maintenant à 100% sur l'évolution de nos plateformes de traitement de la data et les activités média qu'elles génèrent. Dans un contexte économique contrasté, nous sommes très confiants quant aux performances de nos activités 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 au Canada et les fêtes de fin d'année. Notre implantation en Asie du Sud-Est commence également à porter ses fruits et les perspectives de croissance sur la zone sont excellentes. L'Ebitda du groupe sur la globalité de l'année 2016 sera positif* ».

EVOLUTION DE L'ACTIVITE ET DE LA MARGE BRUTE

Le chiffre d'affaires consolidé au 30 juin 2016 atteint 4,2 M€, en décroissance de 56,9% par rapport au chiffre d'affaires consolidé au 30 juin 2015, qui s'élevait à 9,6 M€ dans un périmètre significativement différent, comprenant des activités non rentables aujourd'hui cédées. La marge brute, quant à elle, atteint 2,6 M€ sur la même période, en recul de 55,2 % par rapport au S1 2015.

Cessions de l'activité de « média trading », de la filiale R et sortie de Makazi

Sur la période, l'évolution du chiffre d'affaires par rapport au S1 2015 s'explique principalement par la cession, annoncée le 4 mai 2015, des activités dites de « média trading », de la sortie de l'activité logicielle de « DMP » (Data Marketing Platform) Makazi du périmètre, ainsi que par la contre-performance de sa filiale R qui a enregistré une forte baisse de ses activités de l'ordre de 30% avec un déficit d'exploitation très significatif. La filiale R a été cédée le 12 juillet 2016 et n'impactera pas les résultats du S2. Cette mauvaise performance de R masque les performances des activités internationales de LeadMedia.

Bonnes performances des activités internationales de LeadMedia

LeadMedia a bénéficié au S1 2016 du dynamisme des activités internationales du groupe sur son cœur de métier, à savoir Shopbot en Australie et au Canada dont les performances face à la concurrence font présager un bon second semestre 2016. Au Brésil l'activité est en ligne avec les prévisions et le second semestre qui historiquement représente 70% du chiffre d'affaires est conforme aux attentes. Le groupe enregistre à ce jour de bons résultats sur les ventes du prochain Black Friday. LeadMedia est également positionné sur le Black Friday au Canada, où des records d'audience avaient été battus en 2015 et où l'année 2016 s'annonce également bonne. LeadMedia a également lancé son offre de monétisation de l'audience via sa filiale Shopbot sur 3 pays et rencontre un vif succès.

RENTABILITE IMPACTEE PAR LA CONTRE-PERFORMANCE DE LA FILIALE R

La rentabilité du groupe est impactée au S1 2016 par la contre-performance de la filiale R (cédée le 12 juillet 2016) dont l'EBITDA ressort à -0,6 M€. En conséquence, l'EBITDA du groupe, en excluant la contribution négative de sa filiale R, s'établit à -0,03 M€ au S1 2016, comparé à un EBITDA de -1,9 M€ sur le S1 2015 et la marge brute quant à elle s'établit à plus de 80%.

Le résultat net consolidé du groupe avant amortissement des écarts d'acquisition (amortissement du goodwill) s'établit à -1,9 M€. Le résultat net de l'ensemble consolidé ressort à -4,1 M€ sur la période après prise en compte de l'impact de la dépréciation du goodwill et des impôts différés actifs.

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) au S1 2016 est de 2,3 M€. Ce montant correspond (i) pour 0,6 M€ à l'application des normes comptables « French GAAP », sachant que ce montant est récurrent annuellement, auquel s'ajoute (ii) 0,3 M€ de dépréciation exceptionnelle du goodwill de la société R, suite à l'opération de déconsolidation postérieure à la clôture des comptes de la période et (iii) 1,4 M€ de dépréciation exceptionnelle au titre du goodwill de la société Media Factory, constatée dans les comptes du S1 2016 et correspondant à une perte de la valeur de cette société suite au retard de budget clients sur la période. Ces amortissements de goodwill n'ont par ailleurs aucun impact sur le « cash » disponible du groupe.

SITUATION FINANCIERE DU GROUPE

Au 30 juin 2016, la trésorerie disponible consolidée s'élève à 816 K€. Les capitaux propres de la société s'élèvent à 6,0 M€.

FAITS MARQUANTS DU S1 2016 ET POSTERIEURS A LA CLOTURE

Cession de la filiale R

LeadMedia Group a, le 12 juillet 2016, cédé l'intégralité des actions qu'elle détenait dans la société R. Cette cession était une bonne opportunité pour LeadMedia de terminer son recentrage afin de se concentrer sur les développements de ses plateformes et de ses offres les plus rentables. Les offres de LeadMedia sont clairement définies autour de ses technologies propriétaires de traitement de la date, de retargeting et de ses sites média à fort trafic.

Réalisation d'une augmentation de capital de 1,1 M€ par la société LeadMedia Group fin septembre 2016

Fin septembre 2016, la société LeadMedia Group a réalisé une augmentation de capital de 1,1 million d'euros avec maintien du droit préférentiel de souscription au bénéfice de ses actionnaires.

Le produit de cette levée de fond sera utilisé par le groupe pour financer sa croissance, notamment en Asie du Sud-Est, ainsi que ses besoins courants d'exploitation pour les 12 prochains mois.

Remboursement des earn-out

Le groupe LeadMedia a également terminé le paiement des compléments de prix de l'acquisition de Shopbot.

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 2015 un chiffre d'affaires consolidé de 16 millions d'euros et compte 87 collaborateurs dans 5 pays. La société est labellisée « entreprise innovante » par bpiFrance (ex Oséo) depuis mars 2011.

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

CONTACTS

LeadMedia Group

Xavier Latil

Directeur Général

communication@leadmedia-group.com

NewCap

Communication Financière et Relations Investisseurs

Louis-Victor Delouvrier / Pierre Laurent

Tél. : +33(0)1 44 71 98 53

leadmedia@newcap.eu

ALLMG
LISTED
ALTERNEXT



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