



Communiqué de Presse
Paris, le 27 octobre 2017

RÉSULTATS DU PREMIER SEMESTRE 2017

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 2017.

Rapport d’activité semestriel

LEADMEDIA est un acteur du marché digital, spécialisé dans le E-Commerce, les places de marché électronique. La mission de LEADMEDIA consiste à accompagner les sites marchands dans leur transformation numérique en leur apportant un savoir-faire technologique en matière de génération de trafic.

Les lignes produits du groupe LEADMEDIA s'articulent autour d’offres en Marketing Technologique (MakTech) et en Advertising Technologique (AdTech) pour les e-marchands . Les solutions proposées permettent l’optimisation de l’audience et l’augmentation du taux de conversion. La rémunération de LEADMEDIA s’effectue par la facturation du volume d’audience apporté, soit au CPC ou au CPA .

Au cours du premier semestre, la société Leadmedia a recentré ses activités sur quatre lignes de produits principales. Tout en conservant ses géographies traditionnelles, Canada, Brésil, Australie, le groupe a aussi recherché de nouveaux débouchés commerciaux, en Asie et en France pour renforcer son potentiel de croissance.

Ces 4 lignes métiers, représentent l'offre commerciale de LEADMEDIA avec **ShopBot** le comparateur de prix, **Live Target** pour les activités de mail marketing, **Black Friday** pour la gestion de sites évènementiels, et enfin les **OS** , **Offres Spécifiques** pour l’optimisation du trafic,

Au cours du premier semestre, pour chacune de ses offres, la situation était la suivante :

- **Shopbot** , malgré les efforts engagés, la société constate qu’elle n'a pas rencontré sur ses marchés les succès attendus. Le groupe a même été confronté à une réduction de son chiffre d'affaire sur ses activités traditionnelles, au Canada et en Australie. Sur les nouvelles géographies, en Asie , tel que l'Inde, la Malaisie et Singapour , les perspectives de croissance n'ont pas pu se matérialiser et la société n’a pas atteint les rendements attendus .

- **Live Target**, le retard pris dans la validation des tests fonctionnels de mail marketing, conduit à repousser la mise sur le marché de cette nouvelle solution, qui ne sera pas déployée avant le courant de l'année 2018,
- **Black Friday** est présente au Brésil. Il s'agit d'une activité saisonnière au cours du dernier trimestre, lors des jours Black Friday en Décembre . A l'occasion de ce rapport d'activité du premier semestre , il est encore trop tôt pour statuer sur le succès de cette offre .
- **OS** , vise à terme à proposer des outils SAAS de gestion du trafic et du positionnement marketing des sites pour optimiser leur visibilité. Cette ligne d'activité est en encore au stade du prototypage et ne sera pas commercialisé en 2017 , comme cela avait été anticipé.

*** **

Dans cet environnement marqué par un fort décalage entre les attentes budgétaires et la réalité des opérations, le conseil d'administration a décidé de modifier la composition de l'équipe de direction. Un nouveau comité exécutif a donc pris en charge la gestion de l'entreprise depuis le 1^{er} Septembre.

*** **

A l'occasion de cette prise de fonction, avec une vision plus pragmatique sur les priorités et les objectifs de rentabilité, il a été décidé dans un premier temps ,

- d'organiser la société par ligne métiers, avec 4 lignes produits distinctes, en mode start up,
- de suspendre pour l'instant le déploiement des Offres Spécifiques (OS) ,
- de reporter les investissements en Asie dans l'attente de la confirmation de leur rendement,
- de réorganiser la répartition géographique de nos activités, en outre au Brésil,
- de renforcer la pertinence de notre offre Live target, avec de nouveaux partenariats,
- de s'engager dans un programme sévère de réduction des coûts,
- de quitter le siège de l'Opéra à Paris pour de nouveaux locaux en région parisienne,
- de retenir pour la clôture des comptes un principe de prudence et de continuité de l'exploitation. .

Ces mesures, et les décisions qui devront être prises au cours des prochains mois, peuvent altérer les performances de l'entreprise au cours du second semestre, avant d'avoir en 2018 un impact positif sur la rentabilité de nos opérations.

Rapport Financier semestriel

Résultats semestriels 2017 consolidés (non audités) :

En k euros	S1 2017 (1) (6 mois)	S1 2016 (2) isopérimètre (6 mois)	S1 2016 (2) R (3) (6 mois)	S1 2016 (2) Total (6 mois)
Chiffre d'affaires	1 681	2 016	2 138	4 154
Achats Externes	(274)	(240)	(1 297)	(1 537)
MARGE BRUTE	1 407	1 860	1 019	2 879
<i>Taux de MB (%)</i>	<i>84%</i>			
Charges de personnel	(1 165)	(1 077)	(1 034)	(2 111)
Autres achats et produits	(985)	(817)	(734)	(1 511)
EBITDA	(744)	(4)	(567)	(570)
<i>Taux EBITDA (%)</i>	<i>-44%</i>			<i>-14%</i>
RESULTAT EXPLOITATION	(961)	(164)	(749)	(913)
<i>Taux de résultat d'exploitation (%)</i>	<i>-57%</i>			<i>-22%</i>
Résultat financier	(706)	(6)	(9)	(15)
Résultat exceptionnel	(898)	(267)	(566)	(833)
Impôts sur les bénéfices	(9)	30	(183)	(153)
RESULTAT AVANT AMORTISSEMENT DU GOODWILL	(2 575)	(408)	(1 507)	(1 915)
RESULTAT APRES AMORTISSEMENT DU GOODWILL	(3 177)	(1 321)	(2 875)	(4 196)

(1) La marge brute présentée pour S1 2017 = Chiffre d'affaires - Achats externes

Les Autres achats et produits pour S1 2017 comprennent les Autres produits d'exploitation pour 138 K€

Les dotations et reprises sur provisions d'exploitation en S1 2017 sont exclues de l'EBITDA, à titre informatif - 29 K€

(2) Chiffres S1 2016 mentionnés tels quels dans le *Rapport financier semestriel de S1 2016*

(3) La société R fut cédée le 12 juillet 2016

*** **

Au premier semestre 2017 et dans la continuité du communiqué de presse du 31 juillet 2017, la direction et le conseil d'administration ont arrêté les résultats financiers du groupe.

- COMPTE DE RESULTAT

❖ Activité et Chiffre d'affaire

Le chiffre d'affaire consolidé du groupe LEADMEDIA au cours du 1er semestre 2017 s'établit à 1,7 M€, contre 4,2 M€ sur la même période en 2016. A périmètre comparable, le CA 2016 sur les 6 premiers mois s'établissait à 2,0 M€. De fait, à périmètre constant, la contraction du chiffre d'affaires représente 300 K€. (-15%).

Cette réduction du chiffre d'affaire est la conséquence de la diminution du périmètre du groupe et des difficultés rencontrées sur les marchés Brésilien et Canadien, face à un environnement plus compétitif sur les facturations en CPC et suite à un léger recul du trafic Web sur les plateformes opérées historiquement par le groupe. A noter par contre, une bonne performance de l'Australie sur le premier semestre 2017 qui enregistre un chiffre d'affaires supérieur au premier semestre 2016.

Le niveau de revenus au titre du 1er semestre 2017 reste néanmoins à nuancer, et s'explique par la saisonnalité du trafic et des achats en e-commerce ; les perspectives de chiffre d'affaires sur le second semestre sont supérieures à celle du 1er semestre. Il est toutefois probable que le chiffre d'affaire du groupe sur l'année sera inférieur au CA constaté en 2016.

❖ **Résultat d'exploitation,**

Le résultat d'exploitation s'établit à - 961 K €, à comparer avec la perte également constatée sur la même période lors de l'exercice 2016 et qui s'élevait à - 913 K €.

Ce niveau de résultat s'explique par la baisse d'activité et le cout élevé que représente l'exploitation à partir de Paris, de sites distants comme au Canada, au Brésil et en Australie. Cette perte d'exploitation consolidée se compose d'une part, d'une perte opérationnelle sur les 4 activités du groupe à hauteur de -423 K€ (dont -352 K € au Brésil) et d'autre part d'une perte de -538K €, liée au seul fonctionnement de la holding et des frais généraux.

❖ **Résultat financier**

Le résultat financier est marqué par une perte de 706 K €, et s'explique par l'abandon de la créance Makazi à hauteur de 428 K €, et d'une dépréciation de 250 K € sur la valeur des titres et en cours Makazi encore détenus.

❖ **Le résultat exceptionnel**

Ce résultat est la conséquence des mesures prises par la nouvelle direction. Ce résultat exceptionnel de -898 K €, se compose de dépréciations exceptionnelles sur l'actif incorporel, (logiciels), pour 250 K € et par 450 K€, de provisions exceptionnelles pour charges de restructurations et risques.

Pour tenir compte d'une hypothèse plus prudente de croissance des activités, une dotation complémentaire a été effectuée à hauteur de 250 K€ sur l'amortissement des survaleurs.

Le résultat part du groupe s'établit à une perte de 3 143 K €, à comparer aux 4 122 K € de pertes observées sur la même période en 2016.

- BILAN

Au 30 Juin 2017, la trésorerie disponible consolidée s'élève à € 1,4 M, contre 816 K € à la même date en 2016 . Les capitaux propres de la société s'élèvent à 1,2 M€, contre 6 M € à fin Juin 2016.

Le total du Bilan s'élève à 6 686 K € .

*** **

Les pertes enregistrées au cours du 1er semestre 2017 ont bien entendu une incidence directe sur la trésorerie de l'entreprise, dont la poursuite d'activité n'a été possible qu'avec le recours à l'utilisation de toutes les tranches d'OCABSA mises en place fin 2016.

Les résultats du premier semestre 2017 reflètent l'ampleur des difficultés rencontrées par l'entreprise, difficultés qui conduisent une nouvelle fois le conseil d'administration et la direction générale à rechercher des solutions adaptées au financement du groupe à court terme.

Perspective et Stratégie à Moyen terme

La société LEADMEDIA dispose d'un vrai savoir-faire, d'outils et de positions de marché bien organisées en Australie et au Canada. Elle intervient sur un secteur à forte croissance, où la demande en matière digitale et où les habitudes de consommation sur mobile sont en progression de l'ordre de 15%.

L'activité de comparaison de prix « Shopbot » , à elle seule, présente toutefois un taux de croissance marginal assez faible. La société doit élargir son offre à des segments à plus forts potentiels.

Il est donc nécessaire, sans répéter les erreurs du passé, de positionner le groupe et ses clients sur une offre produit plus innovante et commercialement dynamique.

Pour y parvenir LEADMEDIA a déjà simplifié l'organisation de ses équipes, réduit ses coûts , la société a pour objectif de retrouver un CA en France qui soit comparable au Chiffre d'affaire réalisé actuellement à l'étranger, et de concentrer ses efforts sur la stabilisation et le développement de son offre produit .

Cette stratégie nécessite de nouveaux moyens financiers et le conseil d'administration étudie les ressources à mettre en œuvre, dans le respect de l'intérêt des actionnaires et des salariés du groupe.

Hervé deLamotte , directeur général de LEADMEDIA commente : « les résultats décevants du groupe ne doivent pas cacher son potentiel, avec près de 900 clients, son expertise et son accès à l'international . Il est temps que nous nous organisions en conséquence »

« Le repositionnement de LEADMEDIA ne pourra s'effectuer qu'avec la signature de partenariats commerciaux en France et par un tour de table financier qui puisse saisir toute la dynamique d'un groupe comme le nôtre, présent en France, en Amérique, et en Asie Pacifique »

« Je pense qu'il est encore trop tôt pour s'engager sur un retour à l'équilibre financier du groupe , il s'agit d'abord de retrouver la voie de la croissance du chiffre d'affaire . Un retour à l'équilibre financier de nos activités au cours de l'exercice 2019 serait déjà un bon signe du retournement de notre situation ».

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 ». La société est labellisée « entreprise innovante » par Bpifrance (ex Oséo) depuis mars 2011.

CONTACTS

LeadMedia Group
Hervé deLAMOTTE
Directeur Général
communication@leadmedia-group.com

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



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