



Communiqué de Presse
Paris, le 31 mars 2015

RÉSULTATS ANNUELS 2014

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 annuels consolidés pour l’année 2014.

Chiffres consolidés groupe (chiffres audités) et analytiques par pôles d’activité au 31 décembre 2014 :

En K Euros	2014 GROUPE Consolidé (**) (12 mois)	2014 PÔLE MAKAZI (12 mois)	2014 PÔLE LEADMEDIA (12 mois)	2013 GROUPE Consolidé (**) (12 mois)
CHIFFRE AFFAIRES	27 967	13 793	14 174	23 894
<i>Evolution vs. Consolidé 2013 (%)</i>	<i>17,0%</i>			
Achats Externes	- 12 536	- 7 924	- 4 612	- 9 536
MARGE BRUTE	17 750	7 449	10 300	16 516
<i>Evolution vs. Consolidé 2013 (%)</i>	<i>7,5%</i>			
Charges de Personnel	- 12 557	- 7 617	- 4 940	- 9 297
Autres Charges	- 6 411	- 3 251	- 3 160	- 5 579
EBITDA	- 1 219	- 3 419	2 200	1 641
<i>Marge d' EBITDA (%)</i>	<i>-4,4%</i>	<i>-24,8%</i>	<i>15,5%</i>	<i>6,9%</i>
RESULTAT EXPLOITATION	- 2 773	- 4 194	1 422	346
<i>Marge d'exploitation (%)</i>	<i>-9,9%</i>	<i>-30,4%</i>	<i>10,0%</i>	<i>1,4%</i>
Résultat financier	- 694	- 526	- 168	9
Résultat exceptionnel	1 041	595	446	- 154
Impôts sur les bénéfices	- 904	- 212	- 692	119
RESULTAT AVANT GOODWILL	- 3 330	- 4 337	1 008	320
RESULTAT APRES GOODWILL (*)	- 6 896	- 5 358	- 1 537	- 1 619

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

(**) Chiffres audités

Croissance de l'activité et progression de la marge brute

Le chiffre d'affaires consolidé du groupe pour l'année 2014 atteint 28,0 M€, faisant ressortir une croissance de +17,0% par rapport à 2013. La marge brute consolidée, quant à elle, s'établit à 17,8 M€, en progression de 7,5%. La dynamique de progression respective du pôle « LeadMedia » d'un côté (activités historiques de génération de contacts et d'audience qualifiés) et du pôle « Makazi » de l'autre (activités logiciel de la société Makazi SA) est contrastée :

- croissance dynamique du chiffre d'affaires et de la marge brute du pôle Makazi, soutenue par la pertinence de son offre technologique avec le gain de plusieurs clients en 2014 et par la croissance soutenue des activités de vente de plateformes DMP et services d'achat média RTB ;
- baisse du chiffre d'affaires et de la marge brute du pôle LeadMedia. Cette évolution est essentiellement liée à la sous-performance des activités brésiliennes de la société MediaFactory en 2014 du fait de la perte du principal client du groupe dans ce pays, de l'impact de l'évolution défavorable du taux de change et de la réorganisation des équipes locales brésiliennes.

Rentabilité impactée par les investissements technologiques et la sous-performance de MediaFactory, filiale de LeadMedia au Brésil

Les bonnes performances opérationnelles et financières du pôle LeadMedia en 2014, en particulier des activités Shopbot, R-Advertising et BuscaDescontos, sont masquées par la sous-performance temporaire de l'activité MediaFactory au Brésil en raison de la perte du principal client du groupe dans ce pays, de l'impact de l'évolution défavorable des taux de change et de la réorganisation des équipes locales brésiliennes. Cette activité est d'ores et déjà en voie de redressement suite à sa réorganisation.

L'année 2014 a vu aussi la poursuite par le groupe de ses investissements technologiques avec l'enrichissement de sa plateforme de gestion de données dite « Data Management Platform » au sein de son pôle Makazi. Ces investissements importants consentis par le groupe impactent la rentabilité du pôle logiciel en dépit de la croissance de son activité. A compter du second semestre 2014, Truffle Capital s'est substitué au groupe pour assurer le financement de ces investissements au sein de Makazi.

Analyse de l'EBITDA et du Résultat du groupe :

En conséquence, l'EBITDA consolidé du groupe s'affiche à (1,2) M€ sur 2014, comparé à un EBITDA de 1,6 M€ en 2013. Le résultat net consolidé du groupe avant amortissement des écarts d'acquisitions (amortissement du goodwill) s'établit à (3,3) M€. Le résultat net de l'ensemble consolidé (après amortissement des écarts d'acquisitions) est de (6,9) M€ sur la période.

Commentaire sur les amortissements du goodwill :

Concernant les amortissements du goodwill (survaleur comptable résultant de la différence entre le coût d'acquisition des sociétés et la quote-part des fonds propres correspondant), il est précisé que le total des amortissements en 2014 est de (3,6) M€ : ce montant correspond (i) pour 2,4 M€ annuels à l'application des normes comptables « French GAAP », sachant que ce montant est récurrent annuellement, auquel s'ajoute (ii) le montant de 1,2 M€ de dépréciation exceptionnelle au titre du goodwill de la société MediaFactory au Brésil, constaté dans les comptes au premier semestre 2014 et correspondant à la dépréciation de la valeur de cette société suite à la perte de son principal client. Ces amortissements de goodwill n'ont par ailleurs aucun impact « cash » sur le groupe.

Ces performances financières, en retrait par rapport à 2013, reflètent la dégradation des performances de la société MediaFactory au Brésil d'une part et des efforts soutenus en termes d'investissements technologiques sur le pôle

Logiciel du groupe d'autre part. A ce titre, l'analyse des chiffres de 2014 met en évidence l'impact sur l'EBITDA consolidé du groupe du pôle Makazi, à hauteur de (3,4) M€, tandis que la contribution du pôle LeadMedia s'est établie à 2,2 M€ grâce, en particulier, aux bonnes performances des activités Shopbot, R-Advertising et BuscaDescontos.

Situation financière du groupe

Au 31 décembre 2014, la trésorerie disponible consolidée s'élève à 6,6 M€. Les capitaux propres de la société s'élèvent à 17,9 M€.

Perspectives et stratégie

Stéphane DARRACQ, Président Directeur Général de LeadMedia Group, commente : « *La croissance de notre activité, en termes de Chiffre d'Affaires et de Marge Brute consolidés sur l'année 2014, est très satisfaisante. Nos résultats financiers, en particulier l'EBITDA et le Résultat avant Impôt, sont en revanche négatifs en raison essentiellement de deux facteurs : (1) la contre performance de notre filiale MediaFactory au Brésil et (2) les investissements technologiques consentis sur la période pour le développement de notre offre logiciel au sein de Makazi. S'agissant du Brésil, nous avons procédé aux ajustements nécessaires en termes d'organisation et d'offre commerciale, et sommes confiants quant au redressement des activités de la filiale. Les autres activités du pôle historique, R-Advertising, Shopbot et BuscaDescontos, ont très bien performé sur 2014, renforçant ainsi notre confiance quant à l'amélioration sensible des performances financières du pôle LeadMedia en 2015, dans la continuité du second semestre 2014. Enfin, concernant le pôle Makazi, nous travaillons actuellement à la déconsolidation de cette activité, dans le prolongement des annonces stratégiques faites courant 2014, et restons optimistes quant à sa bonne réalisation avec pour conséquence le retour à l'équilibre du groupe en 2015.* »

FAITS MARQUANTS EN 2014

Activité commerciale soutenue en 2014

Records d'audience pour Black Friday au Brésil : l'édition 2014 de l'évènement « Black Friday » a permis au groupe d'enregistrer un record d'affluence et de ventes pour ses clients partenaires au Brésil avec une augmentation de 40% du chiffre d'affaires réalisé par LeadMedia auprès de ses partenaires clients dont les marques **DELL, Adidas, HP**, ainsi que les e-commerçants **Amazon, NetShoes, Americanas**, et les compagnies aériennes brésiliennes **Azul et TAM**. Au cours de cette 5^{ème} édition, l'audience qualifiée générée par les seuls sites et actifs médias du groupe LeadMedia a battu tous les records, atteignant 1,9 million de visiteurs et générant plus de 2,8 millions de clics vers les sites des clients partenaires du groupe en moins de 48 heures, soit une croissance de +24% par rapport à 2013.

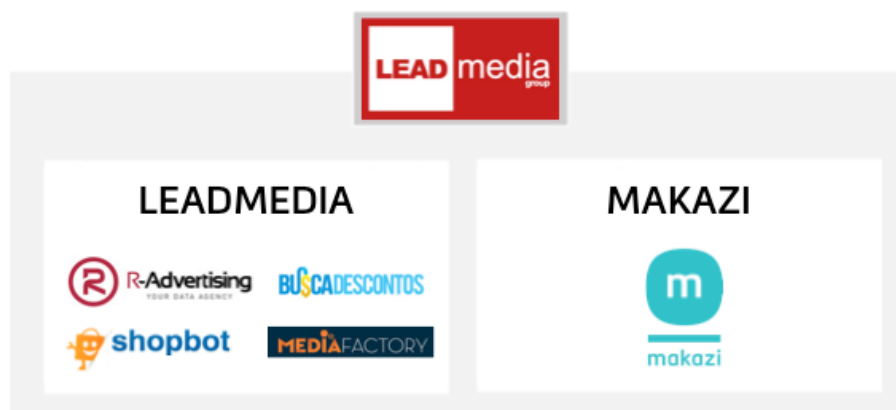
R-Advertising leader en France de la collecte de data multi-canal : au cours de l'année 2014, le développement des activités de R-Advertising a confirmé sa place de leader français pour la génération d'audience et de contacts qualifiés avec le gain de prestigieux clients parmi lesquels l'Occitane, le groupe Vinci, Alinéa ou Maisons du monde. R-Advertising est l'un des rares acteurs du secteur en mesure de construire des opérations dites « digitales to store » en s'appuyant sur ses outils propriétaires de ciblage géo-localisé et son savoir-faire en collecte de lead à grande échelle.

Shopbot accélère sa présence en Asie : en 2014, Shopbot a finalisé la nouvelle version de sa plateforme « comparaison shopping » et initié en fin d'année sa stratégie de conquête des e-commerçants et marchands asiatiques avec l'ouverture des sites Shopbot 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 devrait constituer pour cette activité un relais de croissance dès le second semestre 2015.

Clarification du positionnement stratégique et des métiers du groupe

En réponse aux attentes de ses actionnaires, le groupe a mené en 2014 une réflexion stratégique approfondie, qui a permis les avancées suivantes:

- **Clarification des métiers et de l'organisation opérationnelle** : cet objectif de clarification métiers et opérationnelle est aujourd'hui rempli avec la séparation entre, d'une part, les activités historiques de prestataire intégré de génération d'audience et de contacts qualifiés (le « Pôle LeadMedia») et, d'autre part, les activités d'édition et de vente de logiciels de Data Marketing (le « Pôle Makazi»);



- **Financement dédié du Pôle Makazi** : le groupe a clôturé en juillet 2014 auprès de son actionnaire historique Truffle Capital une levée de fonds de 4 M€ apportés au capital de la filiale Makazi SA afin d'assurer le relais de financement de sa croissance.

Le groupe a simplifié sa gouvernance opérationnelle

Dans le prolongement de sa nouvelle organisation, le groupe a simplifié sa gouvernance en 2014 comme suit :

- **Monsieur Xavier LATIL est Directeur Général de LeadMedia** avec la responsabilité opérationnelle de l'ensemble des activités intégrées de génération de contacts et d'audience qualifiés regroupant R-Advertising, Shopbot, BuscaDescontos et Media Factory. Monsieur Xavier LATIL a rejoint le groupe au mois d'août 2014.
- **Monsieur Hervé MALINGE est Directeur Général de Makazi SA**, avec la responsabilité opérationnelle de l'ensemble des activités de la filiale Makazi de LeadMedia Group : activités de services et d'édition de logiciels de Data Marketing. Monsieur Hervé MALINGE est le fondateur de la société Score MD, au cœur de l'activité « data » de Makazi.

Le groupe a repris la dénomination sociale LeadMedia Group SA

Lors de l'Assemblée Générale des Actionnaires qui s'est tenue le 1^{er} août 2014, le groupe a décidé de reprendre son ancienne dénomination sociale, « LeadMedia Group SA », avec effet à compter du 1^{er} septembre dernier.

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 : chiffre d'affaires semestriel le 31 juillet 2015

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

CONTACTS

LeadMedia Group
Stéphane Darracq
PDG
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.fr



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