

Source : bourse.lefigaro.fr, 31/08/2016

LEADMEDIA lance une augmentation de capital de 1,1 million d'euros

LeadMedia Group, spécialiste du ciblage et de la génération de trafic qualifié pour le e-commerce, a lancé une augmentation de capital à hauteur d'environ 1,1 millions d'euros avec maintien du droit préférentiel de souscription des actionnaires (" DPS ") et une décote de 16 %. La Société a d'ores et déjà reçu le soutien d'actionnaires historiques au travers d'engagements et d'intentions de souscription confortant la réussite de cette opération de levée de fonds, engagements et intentions de souscription couvrant à ce jour 51 % du montant de l'opération.

Le montant brut de l'augmentation de capital est de 1 126 574,10 euros. Le nombre d'actions nouvelles créées est de 1 251 749 actions, soit 20 % du nombre d'actions composant à ce jour le capital (6 258 749). Le prix de souscription des actions nouvelles s'élève à 0,90 euro. Ce prix de souscription extériorise une décote de 16 % par rapport à la moyenne des cours de clôture des 20 dernières séances de cotation de l'action de la Société sur le marché Alternext d'Euronext Paris.

Xavier Latil, DG de LeadMedia Group déclare : " Cette opération nous permet de consolider notre structure financière et nous octroie des ressources complémentaires afin d'accélérer le déploiement de notre nouvelle stratégie.

Après la cession de R SAS en juillet 2016, la stratégie de LeadMedia Group est centrée sur la génération de trafic hautement qualifié pour les acteurs du e-commerce au travers de ses plateformes Shopbot et Livetarget. Déjà leader au Canada et en Australie, le groupe entend entrer dans le TOP 2 des comparateurs de prix d'ici la fin 2016 à Singapour et en Malaisie. La plateforme Shopbot est couplée à la plateforme de retargeting Livetarget. Cette dernière est alimentée en intentions d'achat par Shopbot ainsi que par des partenaires. Cet ensemble de plateformes technologiques complémentaires, constitué par des technologies d'enrichissement et de qualification de données avant leur exploitation par l'intermédiaire d'un réseau de diffusion et d'outils de ciblage, garantit aux e-commerçants l'apport d'un trafic hautement qualifié à même de soutenir efficacement leurs ventes.