



Rapport d'activité Semestriel

Octobre 2018

EXAMEN DES COMPTES CONSOLIDES

COMPTE DE RESULTAT SIMPLIFIE

K€	1 ^{er} semestre 2017	1 ^{er} semestre 2018
Chiffre d'affaires	8 979	7 302
Marge brute	3 077	2 418
<i>Taux de marge brute</i>	<i>34,3%</i>	<i>33,1%</i>
EBITDA	105	- 808
Résultat d'exploitation	- 139	- 1 180

Paul Amsellem, Président-Directeur général de Madvertise, commente :

« Le 1^{er} semestre 2018 a été marqué par des investissements dans le cadre du développement de nouveaux produits et de la mise en conformité des solutions avant l'entrée en vigueur du RGPD en mai dernier. Cette nécessaire transition a affecté notre chiffre d'affaires et nos résultats. Nous voyons d'ores et déjà un rebond de notre activité et avons engagé des mesures correctives afin d'améliorer notre structure de coûts dès le 2nd semestre. »

Activité du 1^{er} semestre 2018

Au 30 juin 2018, le chiffre d'affaires consolidé ressort à 7,3 M€ contre 9,0 M€ un an plus tôt. L'activité de régie (91,5% dans le chiffre d'affaires du groupe) ressort à 6,7 M€, en recul de 17,6%. Ce niveau d'activité traduit un contexte de marché difficile et l'inertie liée au déploiement commercial progressif des nouvelles solutions sur le data, ainsi que la mise en œuvre de la RGPD qui a profondément bouleversé le secteur de la publicité.

Au 1^{er} semestre, la croissance solide enregistrée en Allemagne (+12,0%) grâce au gain de nouveaux contrats d'éditeurs a permis de compenser partiellement le recul de l'activité en France (-22,4%) et en Italie (-56,8%).

En France, sur un marché de plus en plus concurrentiel, les revenus ont été notamment impactés par des réorganisations internes au sein de plusieurs agences clientes liées à la montée en puissance du programmatique, ainsi que par le recentrage de Madvertise sur les éditeurs premium.

En Italie, le recul du chiffre d'affaires s'explique principalement par le non renouvellement d'un contrat important avec un opérateur télécom en passe d'être racheté, ainsi que par l'attentisme général sur ce marché sur la première moitié de l'année en raison des élections législatives.

Retour à un EBITDA positif attendu dès le 2nd semestre 2018

Au 30 juin 2018, le niveau de marge brute¹ demeure robuste, à 33,1% du chiffre d'affaires, malgré un léger recul par rapport à la même période l'an passé (34,3%).

Au 1^{er} semestre, Madvertise a fortement investi dans le **développement de nouveaux produits** (lancement d'une solution SSP propriétaire, création de nouveaux emplacements natifs sur-mesure, etc.) et la **conquête de nouveaux segments**, notamment la **data**, l'un de ses axes de développement prioritaires. La société s'est également attachée à la mise à jour de son SDK publicitaire afin de rendre son inventaire compatible avec le **RGPD** (Règlement Général sur la Protection des Données)², entré en vigueur en Europe en mai dernier.

Ces investissements se sont traduits dans les charges d'exploitation, principalement au niveau des frais de personnel qui intègrent les recrutements effectués en vue d'accompagner le déploiement des nouvelles offres. Au 30 juin 2018, l'EBITDA de Madvertise ressort ainsi à -808 k€.

En tenant compte des dotations aux provisions et amortissements (-372 k€ liés à la montée en puissance des investissements de R&D engagés l'an dernier), le résultat d'exploitation ressort à -1 180 k€ contre -139 k€ à la même période l'an passé.

Après prise en compte des charges exceptionnelles (en recul en raison d'une moindre exposition aux contrats assortis de minimum garantis), et d'une charge d'IS de 11 k€ (contre un produit de 357 k€ l'an dernier lié à la récupération de Crédit Impôt Recherche sur les exercices antérieurs), les pertes nettes semestrielles ressortent à -1 831 k€.

Madvertise a d'ores et déjà mis en place un **plan d'optimisation de ses coûts**, principalement au travers d'une réorganisation des équipes et de l'amélioration des outils de gestion. La société entend également appliquer les leviers qui ont déjà fait leurs preuves en Allemagne, en particulier la « premiumisation » des offres, et harmoniser les process à la France et à l'Italie afin d'améliorer la rentabilité sur ces zones. L'ensemble de ces mesures doit conduire au **retour à un Ebitda positif dès le 2nd semestre 2018**.

Situation bilancielle au 30 juin 2018

Au 30 juin 2018, les flux de trésorerie d'exploitation atteignent 377 k€, contre -663 k€ un an plus tôt.

La trésorerie brute³ ressort à 506 k€, en hausse de 190 k€ par rapport à fin décembre 2017, et la trésorerie nette s'élève à 150 k€ (contre -180 k€ au 31 décembre 2017).

L'endettement financier net s'établissait à 1 165 k€ au 30 juin 2018 (contre 1 494 k€ au 31 décembre 2017), pour des capitaux propres consolidés de -1 987 k€.

Perspectives encourageantes

Compte tenu du dynamisme de l'activité constaté depuis juillet, matérialisé récemment par la prise en régie des espaces publicitaires digitaux de *Le Point*, premier news magazine en France⁴, et de l'enrichissement de son offre afin

¹ Les 3 213 k€ publiés au S1 2017 incluaient les autres revenus (136 k€), correspondant à des subventions et à la production immobilisée.

² Marge brute = chiffre d'affaires – achats liés à la sous-traitance

³ Nouveau cadre européen concernant le traitement et la circulation des données à caractère personnel. Le texte a été voté en 2016 et est entré en vigueur dans l'Union européenne le 25 mai 2018

⁴ Trésorerie brute = valeurs mobilières de placement + disponibilités

de conquérir de nouveaux segments à fort potentiel comme la data, Madvertise entend renouer rapidement avec la croissance.

Si la data (géolocalisation, publicité contextuelle) reste son axe de développement prioritaire, la société s'appuiera également sur de nouveaux relais de croissance, notamment sur le lancement prochain d'une offre vidéo pour laquelle des partenariats commerciaux sont actuellement en cours d'étude.

Elle poursuivra également son déploiement en Allemagne à travers son offre de marketing à la performance.

En parallèle, Madvertise, à travers la poursuite de sa politique d'optimisation des coûts, vise un retour à la rentabilité opérationnelle au 2nd semestre, sans toutefois confirmer à ce stade son objectif de croissance rentable sur l'ensemble de l'exercice 2018.

EVENEMENTS SIGNIFICATIFS DE L'EXERCICE

Les principaux évènements du 1er semestre 2018, sont les suivants :

- Le 17 mai 2018, la société indique que sa technologie publicitaire est conforme au RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données)[1] et met à disposition de ses éditeurs leurs propres CMP (Consent Management Platform) basés sur les dispositions de l'IAB Europe (Interactive Advertising Bureau).
- Pendant ce premier semestre, la société a renforcé ses investissements en matière de développement afin d'une part d'élargir ses outils de reporting (y compris les aspects de géolocalisation) et d'autre part maintenir un niveau d'excellence en matière de détection de fraude.
- La société Madvertise a accordé un abandon de créance au profit de sa filiale italienne Madvertise Mobile Advertising avec clause de retour à meilleur fortune. Le montant de cet abandon s'élève à 75 K. En contrepartie de cet abandon de créance, la société Madvertise Mobile Advertising s'engage à rembourser la société Madvertise dans le cas où Madvertise Mobile dégage des bénéfices et que sa situation nette redevient positive, à concurrence de sa valeur nette positive.

EVENEMENTS POSTERIEURS A LA CLOTURE

Aucun évènement post-clôture