

## RÉSULTATS ANNUELS 2019

- **Gestion maîtrisée du budget 2019 et retour à un Ebitda positif au 2<sup>nd</sup> semestre ;**
  - **Développement et lancement réussis de nouvelles solutions ;**
  - **Plan d'adaptation à la crise Covid-19.**

**Madvertise (Euronext Growth - FR0010812230 - ALMNG)**, l'AdTech française dédiée à la publicité sur mobile, publie ses résultats annuels 2019 audités (exercice clos au 31 décembre 2019), arrêtés par le Conseil d'administration lors de sa réunion du 30 avril 2020.

(en K€)	2018	S1 2019	S2 2019	2019
Chiffres consolidés audités				
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>17 044</b>	<b>6 798</b>	<b>8 461</b>	<b>15 259</b>
<b>Marge brute</b>	<b>6 409</b>	<b>2 446</b>	<b>3 026</b>	<b>5 472</b>
<i>Taux de marge brute</i>	<i>37,6%</i>	<i>36,0%</i>	<i>35,8%</i>	<i>35,8%</i>
Autres revenus	136	324	239	563
Autres achats et charges externes	(1 977)	(1 006)	(910)	(1 916)
Frais de personnel	(4 438)	(2 206)	(2 125)	(4 331)
Autres produits et charges d'exploitation	(55)	(51)	(45)	(96)
Impôts et taxes	(121)	(34)	(68)	(102)
<b>EBITDA</b>	<b>(48)</b>	<b>(526)</b>	<b>19</b>	<b>(507)</b>
Dotations aux amortissements et aux provisions nettes de reprises	(896)	(262)	(390)	(652)
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>(944)</b>	<b>(788)</b>	<b>(371)</b>	<b>(1 159)</b>
Charges et produits financiers	(312)	(151)	(135)	(286)
Charges et produits exceptionnels	(82)	(68)	(250)	(318)
IS	(22)	9	209	219
Amortissement du goodwill	(471)	(7)	(2)	(9)
<b>Résultat net</b>	<b>(1 830)</b>	<b>(1 005)</b>	<b>(549)</b>	<b>(1 554)</b>

**François Roloff, Directeur général délégué de Madvertise, ajoute :**

« En 2019, notre capacité d'innovation nous a permis de proposer au marché de nouvelles solutions à forte valeur ajoutée, dont l'impact n'est pas encore visible dans nos performances commerciales, et d'enregistrer une réduction de la perte nette.

Malgré le contexte sanitaire mondial, nous sommes confiants dans notre capacité à passer cette phase difficile, notamment à travers l'accélération commerciale des offres récemment lancées et aux différents partenariats mis en place. Nous restons en parallèle pleinement tournés vers notre plan stratégique 2020, qui comprend notamment un plan d'optimisation des coûts.

*Afin de poursuivre le développement de la société en France et à l'international, nous pouvons compter, à la fois, sur l'implication de l'ensemble de nos équipes, la nouvelle gouvernance mise en place et sur le soutien financier de notre actionnaire de référence et de long terme. »*

## **Faits marquants de l'exercice 2019**

En 2019, la société a continué de consolider sa position d'acteur de référence des technologies de publicité sur mobile avec une offre renforcée suite au lancement de ses dernières solutions :

- « **Blue Stack** », lancée début 2019, une suite logicielle, unique sur le marché, permet aux éditeurs de gérer les ventes directes comme programmatiques, la data ou encore les briques de consentement (normes RGPD) ;
- « **DOOHM** », lancée en septembre, une nouvelle offre cross-média, combine le Digital out-of-home (affichage digital) avec la publicité mobile en temps réel. Ce nouveau produit « clés en main » intègre le plan média, la création et la diffusion de l'annonce, l'optimisation et le reporting en temps réel. Cette offre permet ainsi de renforcer les dispositifs publicitaires mobiles sur des zones locales avec un affichage digital complémentaire et ciblé. L'offre DOOHM de Madvertise s'appuie sur un partenaire de 1<sup>er</sup> plan, JC Decaux, en utilisant son réseau d'affichage urbain en Allemagne.

Afin de mener à bien cette stratégie, François Roloff, auparavant « Managing directeur » des filiales allemandes et italiennes de Madvertise, a été nommé, en juin 2019, Directeur Général Délégué et Administrateur.

## **Activité 2019**

A l'issue de l'exercice 2019, le chiffre d'affaires consolidé s'est établi à 15,2 M€ contre 17,0 M€ un an plus tôt, en recul de 10,5%, notamment en raison d'une réorganisation de l'activité d'agence de conseil. Par zones géographiques, l'activité a reculé en France (-17,5%) en raison d'une sous-performance passagère au 4<sup>ème</sup> trimestre sur l'activité de régie. En Italie, l'activité est restée stable malgré une réorganisation de la filiale. Enfin, en Allemagne, qui représente 45% du chiffre d'affaires sur l'exercice, la performance commerciale ressort en recul de 4,2% sur l'exercice, malgré un doublement de l'activité au 2<sup>nd</sup> semestre en séquentiel comparé au 1<sup>er</sup> semestre.

## **Performances financières de l'exercice 2019**

Dans un contexte d'activité en repli, la marge brute affiche un léger recul pour s'établir à 5 472 K€, soit un taux de 35,8%. Les efforts engagés sur la « premiumisation » des offres ainsi que les investissements technologiques réalisés ces dernières années, notamment le SSP développé en interne qui permet désormais aux acheteurs de passer en direct par Madvertise, ont permis de limiter l'impact de la baisse d'activité sur la marge brute.

Après un 1<sup>er</sup> semestre difficile, le groupe a bénéficié au 2<sup>nd</sup> semestre des premiers effets du plan d'optimisation de la structure de coûts. Alors que le chiffre d'affaires a bondi de +24,5% d'un semestre à l'autre, les achats et charges externe ont ainsi diminué de -9,5% et les frais de personnel de -3,7% entre les deux semestres. Au final, l'EBITDA ressort positif à 19 k€ au 2<sup>nd</sup> semestre 2019, et la perte d'EBITDA se limite à -48 k€ sur l'ensemble de l'exercice,

Sur l'exercice 2019, les achats et charges externes ont été contenus et les frais de personnel sont restés stables. L'EBITDA ressort ainsi à -507 k€ (contre -48 k€ en 2018) en raison du repli du chiffre d'affaires. On constate cependant une nette amélioration de l'Ebitda au 2<sup>nd</sup> semestre

Après comptabilisation des dotations aux provisions et amortissements (-652 k€), en repli sur un an, le résultat d'exploitation s'établit à -1 159 k€ (contre -944 k€ un an plus tôt).

Après prise en compte des charges financières (-286 k€), des charges exceptionnelles (-318 k€ lié au règlement de minimums garantis en Allemagne en particulier et de charges diverses non liées à l'activité) et d'un produit d'impôt de 219 k€, la perte nette 2019 ressort à 1 554 k€, en amélioration de 276 k€.

### **Situation bilancielle au 31 décembre 2019**

La trésorerie brute<sup>1</sup> s'établit à 210 k€ au 31 décembre 2019, contre 204 k€ à fin 2018.

L'endettement financier net ressort à 1 619 k€ au 31 décembre 2019 (contre 1 956 k€ au 31 décembre 2018), pour des capitaux propres consolidés de -2 885 k€. L'endettement est composé pour moitié d'une obligation convertible dont la maturité, initialement fixée à novembre 2019, a été allongée.

Au cours de l'exercice 2019, Madvertise a reçu le soutien de ses actionnaires de référence, via un apport en compte courant de 900 k€, afin de financer sa croissance et son besoin en fonds de roulement, remboursable en numéraire ou convertible en actions le cas échéant. Cette créance a été convertie en totalité en actions en décembre dernier.

La trésorerie de Madvertise devrait être renforcée dans les prochains mois. La société devrait notamment percevoir le versement du CIR au titre des exercices 2017, 2018 et 2019 pour un montant total de plus de 280 k€. Madvertise est par ailleurs en discussion avancée pour bénéficier des différentes mesures gouvernementales déployées en Allemagne, en Italie et en France dans le cadre de la crise sanitaire actuelle, notamment les PGE (Prêts Garantis par l'Etat français), qui lui permettraient d'accroître sa visibilité financière.

### **Impact de la crise sanitaire**

Dans le contexte d'épidémie de Covid-19 et des mesures de confinement prises par les gouvernements européens pour freiner la propagation du virus, Madvertise a très rapidement adapté son organisation afin d'assurer la continuité opérationnelle de ses activités. La société a ainsi généralisé le télétravail à l'ensemble de ses salariés au sein de ses filiales françaises et européennes. Le chômage partiel a également été mis en place pour certains salariés pour une durée de 2 à 6 mois en fonction des géographies et des activités.

De manière générale, Madvertise a pris toutes les mesures possibles pour préserver sa trésorerie.

### **Perspectives**

Le début de l'exercice 2020 a été positif, avec une croissance encourageante au 1<sup>er</sup> trimestre du chiffre d'affaires, et de la rentabilité. Cependant, cette tendance devrait inévitablement être impactée à mesure que les effets de la crise liée au Covid-19 s'étendra. Compte tenu du degré d'incertitudes liées à la pandémie et ses répercussions sur les marchés adressés par Madvertise, la société ne formule pas de guidances sur son activité en 2020 à ce stade, et demeure extrêmement prudente

Sur le plan commercial, la société s'appuiera sur l'accélération des nouvelles offres lancées, en particulier DOOMH en Allemagne, ainsi que sur deux partenariats commerciaux signés fin 2019 avec :

- **Iron.io**, spécialiste allemand de la publicité sur réseaux sociaux, dont Madvertise distribue les solutions en Allemagne à travers une offre mixant display mobile et réseaux sociaux, qui a vocation à être étendu en France et en Italie ;
- **AdColony** en Allemagne pour commercialiser des inventaires vidéo en Allemagne mais aussi en France et en Italie à partir du 2<sup>nd</sup> trimestre 2020.

<sup>1</sup> Trésorerie brute = valeurs mobilières de placement + disponibilités

En parallèle, la société annonce un plan d'économie sur 2020, incluant un changement de locaux en Allemagne et en France, la fin du recours à certains prestataires avec le recours accru au savoir-faire de son agence mobile désormais réorganisée, et l'optimisation globale des dépenses.

Ces décisions doivent servir l'ambition de Madvertise visant le retour à la rentabilité du Groupe, à moyen termes, à travers le déploiement de synergies et l'optimisation de la structure de coûts.

### **Mise à disposition du rapport financier annuel**

Le rapport annuel est accessible au public. Il peut être téléchargé depuis la rubrique « Investisseurs », section « Rapports financiers » du site Internet de Madvertise [www.madvertise.com/investisseurs](http://www.madvertise.com/investisseurs).

### **A propos de Madvertise**

Fondée en 2011, Madvertise est la régie mobile indépendante de référence sur le segment Premium en France. La société a développé une technologie propriétaire permettant d'optimiser et de maximiser la visibilité des annonceurs et les revenus des éditeurs. Présente dans 3 pays (France, Allemagne, Italie), elle figure parmi les leaders de son secteur en Europe avec une audience de 51 millions de visiteurs uniques et plus de 200 éditeurs premium à son actif. Madvertise intègre également une agence de conseil et de design pour la conception d'applications et de sites mobile.

Madvertise est coté sur Euronext Growth Paris (FR0010812230 – ALMNG).

Plus d'informations sur [www.madvertise.com](http://www.madvertise.com)



### **Contacts**

ACTUS finance & communication  
Caroline LESAGE – Relations investisseurs  
01 53 67 36 79  
[madvertise@actus.fr](mailto:madvertise@actus.fr)

ACTUS finance & communication  
Vivien FERRAN – Relations presse  
01 53 67 36 34  
[vferran@actus.fr](mailto:vferran@actus.fr)