

Communiqué de Presse

Paris, 17 avril 2019

RÉSULTATS ANNUELS 2018

- Rebond de l'activité et forte progression de la marge brute au 2nd semestre
- Net redressement de la rentabilité : près de 8% de marge d'EBITDA et résultat net à l'équilibre au 2nd semestre
- Tendances favorables confirmées début 2019

Madvertise (Euronext Growth - FR0010812230 - ALMNG), l'AdTech française dédiée à la publicité sur mobile, publie ses résultats annuels 2018 audités (exercice clos au 31 décembre 2018), arrêtés par le Conseil d'administration lors de sa réunion du 15 avril 2019.

(en K€)	2017	S1 2018	S2 2018	2018
Chiffres consolidés audités				
Chiffre d'affaires	17 976	7 302	9 742	17 044
Marge brute	6 368	2 418	3 991	6 409
Taux de marge brute	35,4%	33,1%	41,0%	37,6%
Autres revenus	219	93	42	136
Autres achats et charges externes	(2 089)	(1 006)	(971)	(1 977)
Frais de personnel	(4 038)	(2 245)	(2 194)	(4 438)
Autres produits et charges d'exploitation	(53)	(22)	(33)	(55)
Impôts et taxes	(101)	(47)	(74)	(121)
EBITDA	305	(808)	761	(48)
Dotations aux amortissements et aux provisions nettes de reprises	(642)	(372)	(524)	(896)
Résultat d'exploitation	(337)	(1 180)	237	(944)
Charges et produits financiers	(189)	(132)	(180)	(312)
Charges et produits exceptionnels	(361)	(45)	(36)	(82)
IS	345	(11)	(11)	(22)
Amortissement du goodwill	(924)	(462)	(9)	(471)
Résultat net	(1 465)	(1 831)	1	(1 830)

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

« *Après un 1^{er} semestre consacré au développement de nouveaux produits, en particulier notre suite logicielle de monétisation mobile Blue Stack lancée début 2019 mais également notre offre Data unique sur le marché, à leur déploiement commercial et à la mise en conformité de nos solutions dans le cadre de la mise en œuvre du règlement européen RGPD, la seconde moitié de l'exercice a marqué, comme escompté, un net rebond de nos performances.*

Le chiffre d'affaire est ainsi en croissance séquentielle par rapport au 1^{er} semestre et la marge brute atteint un niveau record sur la 2^{nde} moitié de l'exercice. Après un début d'année très calme pour des raisons politiques en Italie, la croissance à l'international de Madvertise est forte sur la seconde partie de l'année et les gains de part de marché ont été significatifs.

En ce qui concerne la rentabilité, nous avons recueilli les fruits de l'optimisation de notre structure de coûts qui, conjuguées à notre forte croissance, nous ont permis d'enregistrer une marge d'EBITDA semestrielle de près de 8% au 2nd semestre, dont plus de 14% sur le dernier trimestre de l'année 2018. Le résultat

d'exploitation est également positif pour la 1^{ère} fois sur un semestre depuis l'introduction en Bourse de Madvertise.

Ces tendances favorables se confirment depuis le début de l'année et nous rendent optimistes pour 2019. Compte tenu de la dynamique actuelle de l'entreprise, nous allons très certainement continuer notre croissance organique de manière soutenue mais aussi envisager des opportunités de croissance externe pour étendre nos offres et accélérer notre développement. »

Activité de l'exercice 2018

A l'issue de l'exercice 2018, le chiffre d'affaires consolidé s'est établi à 17,0 M€ contre 18,0 M€ un an plus tôt.

Après un 1^{er} semestre affecté par un contexte de marché difficile, le déploiement commercial progressif des nouvelles solutions sur le data et les bouleversements liés à la mise en œuvre de le RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données¹), Madvertise a réalisé une activité record au 2nd semestre avec une croissance de +33% du chiffre d'affaires en séquentiel (vs. 1^{er} semestre 2018) et en progression de +8% par rapport au 2nd semestre 2017.

Par zones géographiques, l'international a porté la croissance du groupe en 2018 (+11,5% de croissance annuelle), et notamment l'Allemagne qui a continué d'enregistrer une croissance extrêmement dynamique de +31,5% sur l'exercice. Après un 1^{er} semestre 2018 perturbé par les élections et le non renouvellement d'un contrat avec une opérateur télécom en passe d'être racheté, l'Italie se redresse au 2nd semestre avec un repli de l'activité limité à -5,0% (croissance de +55,0% au 2nd semestre 2018 vs. 1^{er} semestre 2018).

En France, après les réorganisations menées au sein de plusieurs agences et le recentrage opéré vers les éditeurs premium au 1^{er} semestre, l'activité s'est aussi redressée au 2nd semestre (croissance séquentielle de +5,0% d'un semestre à l'autre). Sur l'ensemble de l'exercice, le recul est ainsi limité à -17,8% (vs. -22,4% à l'issue du 1^{er} semestre).

Résultats financiers de l'exercice 2018

Accompagnant ce rebond de l'activité, la marge brute² marque une nette progression au 2nd semestre (+65% vs. 1^{er} semestre 2018), pour s'établir au niveau record de 41,0% du chiffre d'affaires.

Sur l'ensemble de l'exercice, le taux de marge brute passe ainsi de 35,4% en 2017 à 37,6% en 2018. La « premiumisation » des offres et l'harmonisation des process en France et encore plus fortement en Italie ont notamment contribué à cette amélioration.

Après un 1^{er} semestre intense en termes d'investissements (lancement d'une solution SSP propriétaire, création de nouveaux emplacements natifs sur-mesure, conquête de nouveaux segments sur la data, mise à jour du SDK publicitaire pour le RGPD), le groupe a bénéficié au 2nd semestre des premiers effets du plan d'optimisation de la structure de coûts. Alors que le chiffre d'affaires a bondi de +33% d'un semestre à l'autre, les achats et charges externe ont ainsi diminué de -3% et les frais de personnel de -2% entre les deux semestres.

Au final, l'EBITDA s'établit à 761 k€ au 2nd semestre 2018, plus de deux fois supérieur à celui réalisé sur l'ensemble de l'exercice 2017 (305 k€). La marge d'EBITDA ressort au niveau record de 7,8%. Sur l'ensemble de l'exercice, la perte d'EBITDA se limite au final à -48 k€.

Pour la première fois, le groupe enregistre un résultat d'exploitation positif au 2nd semestre à 237 k€, en dépit de dotations nettes aux amortissements en hausse, liées à la montée en puissance des investissements de R&D l'an dernier. La perte d'exploitation s'élève à -944 k€ sur l'ensemble de l'exercice 2018, contre -337 k€ un an plus tôt, en raison des importants investissements réalisés au 1^{er} semestre.

¹ 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.

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

Après prise en compte de la hausse des charges financières, de la diminution des charges exceptionnelles (moindre exposition en 2018 aux contrats assortis de minimum garantis), et d'une charge d'IS de 22 k€ (contre un produit de 345 k€ l'an dernier lié à la récupération de Crédit Impôt Recherche sur les exercices antérieurs), la perte nette annuelle s'établit à -1 830 k€. Il convient de noter que le groupe a atteint, pour la première fois depuis son introduction en Bourse, un résultat net à l'équilibre (1 k€) au 2nd semestre 2018.

Situation bilancielle au 31 décembre 2018

Porté par la performance du 2nd semestre, le cash-flow d'exploitation s'est élevé 313 k€ en 2018, contre -1,4 M€ un an plus tôt. Après prise en compte des opérations d'investissements, de -694 k€, et des flux de financement à hauteur de 375 k€, la variation de trésorerie a été quasi nulle sur l'ensemble de l'exercice, à -7 k€.

La trésorerie brute³ ressort à 204 k€ au 31 décembre 2018, contre 316 k€ à fin 2017.

L'endettement financier net s'établissait à 1 956 k€ au 31 décembre 2018 (contre 1 494 k€ au 31 décembre 2017), pour des capitaux propres consolidés de -2 066 k€.

Au cours du 1^{er} semestre 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.

Perspectives 2019

En 2019, Madvertise va consolider sa position d'acteur de référence des technologies de publicité sur mobile avec une offre renforcée autour de notre plateforme SAS.

Le Groupe a ainsi dévoilé en début d'année « Blue Stack », une suite logicielle unique sur le marché permettant aux éditeurs de gérer les ventes directes comme programmatiques, la data ou encore les briques de consentement (normes RGPD). Madvertise a également annoncé que son offre est conforme au programme « Open Measurement SDK » de l'IAB TECH LAB (Interactive Advertising Bureau) afin d'assurer aux annonceurs sa capacité à être toujours plus transparent et innovant en devenant l'un des premiers acteurs d'Europe à obtenir cette certification.

Enfin, Madvertise confirme la volonté de se développer sur de nouveaux segments de marché soit en propre soit au travers d'opérations stratégiques.

A propos de Madvertise

Fondée en 2011 et présidée par Paul Amsellem, 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 7 pays (France, Allemagne, Italie, Espagne, Angleterre, Autriche, Suisse), 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 mobiles.

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

Plus d'informations sur www.madvertise.com

ALMNG
EURONEXT
GROWTH



Contacts

ACTUS finance & communication
Caroline LESAGE – Relations investisseurs
01 53 67 36 79
madvertise@actus.fr

ACTUS finance & communication
Vivien FERRAN – Relations presse
01 53 67 36 34
vferran@actus.fr

³ Trésorerie brute = valeurs mobilières de placement + disponibilités