

Paris, le 31 juillet 2013.

Dynamisme de l'activité et progression de la Marge Brute au S1 2013

LeadMedia Group (FR0011053636, ALLMG) - groupe de marketing digital spécialisé dans le data marketing - annonce aujourd'hui son chiffre d'affaires et sa marge brute pour le premier semestre clos au 30 juin 2013.

Chiffres semestriels consolidés au 30 juin 2013, non audités

En k euros	ProForma (*) S1 2013 (6 mois)	Consolidé (**) S1 2013 (6 mois)	Consolidé (***) S1 2012 (6 mois)
CHIFFRE AFFAIRES	11 765	9 733	10 722
<i>Evolution vs. Consolidé S1 2012(%)</i>	10,0%	-9,2%	
MARGE BRUTE	7 680	6 808	5 723
<i>Evolution vs. Consolidé S1 2012 (%)</i>	34,2%	19,0%	
<i>Taux de MB (%)</i>	65,3%	69,9%	53,4%

(*) incluant Shopbot et Gamed!

(**) incluant Shopbot, société acquise en Juillet 2012 mais excluant Gamed! qui sera consolidée à compter du S2 2013

(***) excluant Shoptbot

Le chiffre d'affaires proforma au 30 juin 2013 atteint 11,8 millions d'euros, en croissance de +10,0% par rapport au chiffre d'affaires consolidé au 30 juin 2012, qui s'élevait à 10,7 millions d'euros. La Marge Brute, quant à elle, atteint 7,7 millions d'euros sur la même période en augmentation de +34,2%.

Dynamisme de l'activité en France comme à l'international

La progression du chiffre d'affaires proforma au cours du S1 2013 illustre la réussite du développement commercial de LeadMedia, soutenue par l'amélioration constante de son expertise en data marketing sur ses marchés historiques comme la France, le Brésil, l'Amérique du Nord ou l'Australie. Pour mémoire, ces chiffres de l'activité du premier semestre 2013 n'intègrent pas la nouvelle offre « Data Driven Advertising » dont la mise en place fait suite à l'acquisition de la société Gammed! en juin 2013. Récemment enrichie suite au lancement d'une technologie propriétaire de tracking mobile, cette offre donne aux annonceurs la possibilité d'exploiter au mieux leurs données via une plateforme Big Data (Data Management Platform) et de piloter la diffusion de messages personnalisés en temps réel (RTB). De part son caractère particulièrement innovant, elle constituera un important vecteur de croissance à terme en France comme à l'international.

Forte progression du niveau de marge brute

Le niveau satisfaisant des revenus, enregistrés au cours du S1 2013, ressort toutefois impacté par des effets conjoncturels, liés d'une part à l'évolution défavorable du taux de change Real/Euro sur la période et d'autre part à la perte d'un client significatif au Brésil, suite à sa décision d'internaliser ses activités de marketing digital. Par ailleurs, le groupe a privilégié certains contrats à plus forte marge brute au détriment de la seule progression du chiffre d'affaires. Enfin, un changement de règle concernant la comptabilisation des achats médias au Brésil, est prévu prochainement : il devrait mécaniquement freiner la croissance du chiffre d'affaires au profit de la Marge Brute qui reste donc le meilleur indicateur de suivi de l'activité et de la croissance du groupe.

Perspectives

Stéphane DARRACQ, Président Directeur Général de LeadMedia Group, commente : « *La croissance satisfaisante de notre activité, couplée à l'amélioration du taux de marge brute au S1 2013, sont conformes aux plans de développement du groupe suite à l'acquisition de la société Gammed! et à l'intégration opérationnelle des sociétés Score MD et Graph Insider dans notre plateforme unique d'offres « intelligent data marketing ». LeadMedia se situe à un moment clé de sa construction et dispose des atouts, aussi bien technologiques et commerciaux suite à l'acquisition de Gammed!, que financiers après la réussite de la récente augmentation de capital, opération au cours de laquelle nos actionnaires historiques ont réaffirmé leur confiance et leur soutien dans la stratégie du groupe. Malgré le contexte économique actuel difficile, nous restons confiants dans notre capacité à conquérir de nouveaux clients, aidés notamment par le lancement imminent de notre offre unique Data Management Platform (DMP).* »

A propos de LeadMedia Group :

Expert en technologies et services de « data marketing », LeadMedia Group propose aux annonceurs une plateforme technologique complète pour piloter leurs campagnes de conquête clients et leur stratégie CRM. Cette plateforme intègre des algorithmes exclusifs qui analysent, enrichissent et segmentent toutes les données de l'annonceur pour améliorer en permanence le ciblage des messages personnalisés adressés à chaque consommateur de leur stratégie marketing.

Fondé en 2008 et coté à Paris sur le marché NYSE Alternext, LeadMedia Group est présent en France, au Brésil, au Canada et en Australie. Opérant pour les plus grands annonceurs qui placent la data au cœur de leur stratégie marketing, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires proforma de 25,6 millions d'euros en 2012, en croissance de +34% par rapport à 2011. La société est labellisée « entreprise innovante » par Oséo depuis mars 2011.

Prochain communiqué : Résultats semestriels le 14 octobre 2013

LeadMedia Group est cotée sur le marché NYSE Alternext à Paris
Pour plus d'informations : www.leadmedia-group.com

CONTACTS

LeadMedia Group
Stéphane Darracq
PDG
Tél. : 01 44 29 97 27
sd@leadmedia-group.com



NewCap.
Communication financière et relations investisseurs
Pierre Laurent / Louis-Victor Delouvrier
Tél. : 01 44 71 94 94
leadmedia@newcap.fr

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