

NetBooster

Résultats annuels 2016

27 avril 2017



Présentation de la société



Tendances de marché



Enjeux stratégiques



Résultats financiers 2016



Perspectives



Présentation de la société



Tendances de marché



Enjeux stratégiques



Résultats financiers 2016



Perspectives



Co-fondateur de Business Interactif avec Emmanuel Henrion, devenu Digitas France



- Agence créée en 1996 et cotée à la bourse de Paris depuis 2000
- Un chef de file dans le domaine du marketing digital comptant 360 employés en France, et des bureaux aux Etats-Unis, au Japon et en Chine
- Un portefeuille de clients internationaux tels que L'Oréal, Nestlé, EDF, Nissan et FNAC
- Revendu au groupe Publicis en 2007



François a ensuite endossé la responsabilité du développement des activités de Digitas en Amérique du Sud.

- François succède à Bernard-Louis Roques en Octobre 2016 en tant que Président du conseil d'administration.
- Suite au départ de Thomas Armbruster, il a été décidé de regrouper les postes de Président du conseil d'administration et celui de Directeur Général. François devient Directeur Général par intérim, avec des priorités définies : la croissance et le développement des expertises du Groupe.

Arrivée chez
NetBooster

- Leader européen indépendant des agences média digitales
- Réseau d'agences présent en Europe et dans le monde au travers de 25 bureaux (c.80% de la marge brute du Groupe réalisés à l'international)
- Groupe coté sur le marché NYSE Alternext Paris



➤ Conseil / Data / Design



Pay Per Click



SEO



Media



Affiliation



Réseaux sociaux



Lufthansa



ACCORHOTELS
Feel Welcome

Office
DEPOT



ESTÉE LAUDER

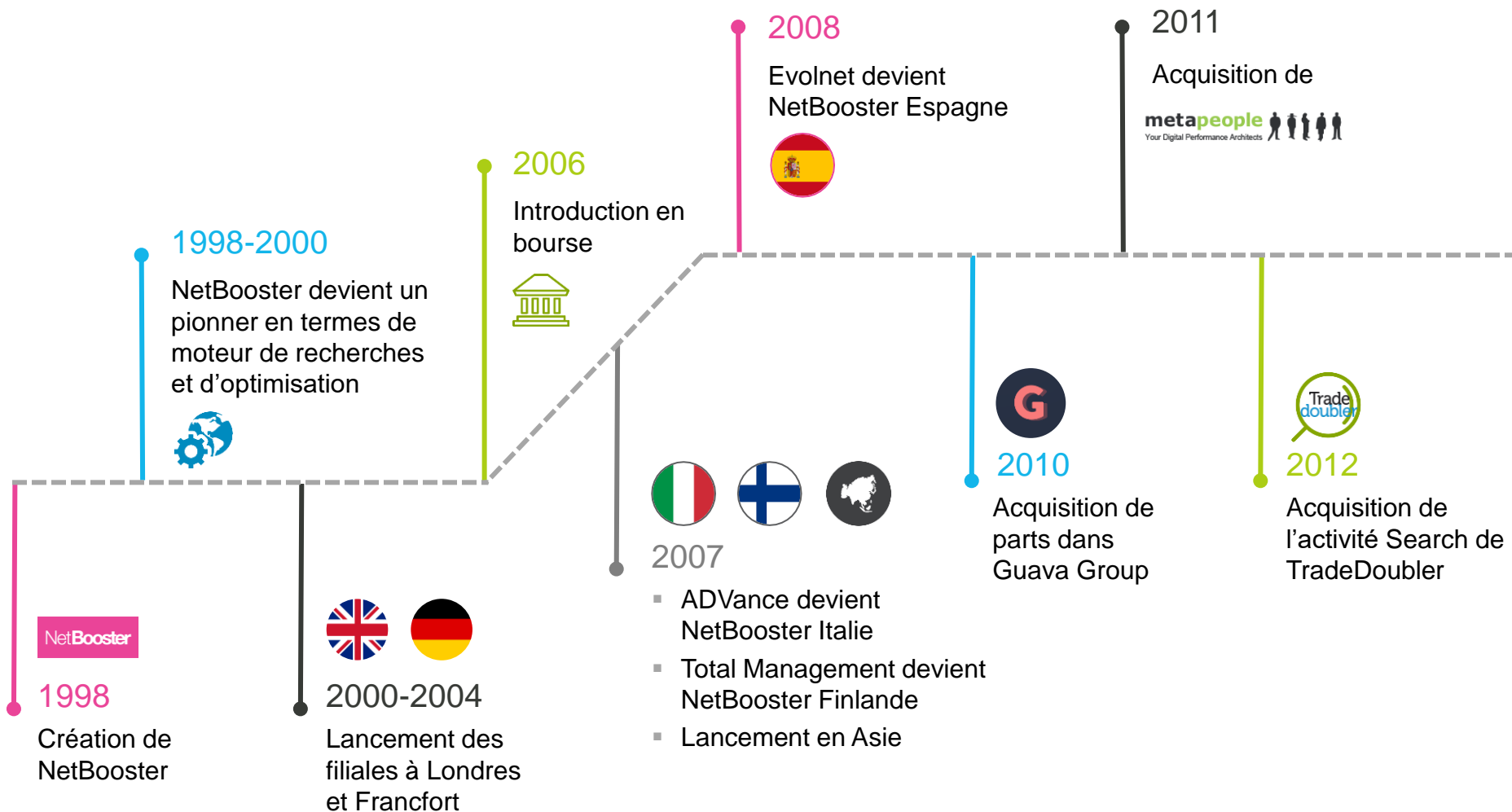


GROHE
ENJOY WATER®



Deutsche
Telekom

Europcar



2015

- Acquisition de Media Diamond Spain
- Acquisition d'Internet Advantage



2013-2014

- Lancement à Dubaï
- Lancement en Suède (Oslo)
- Meilleurs résultats financiers historiques

09/2016

- Augmentation de capital
- Acquisition de 4Ps



02/2017

Changement de la direction du Groupe



03/2016

- Passages aux normes comptables IFRS
- Remboursement des obligations convertibles



10/2016

Changement du comité d'administration

2016
Année de transition

2017
Axée sur la croissance

2016
€

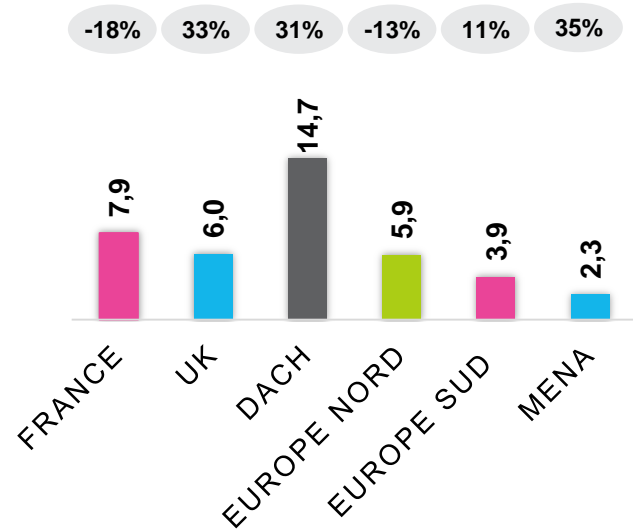
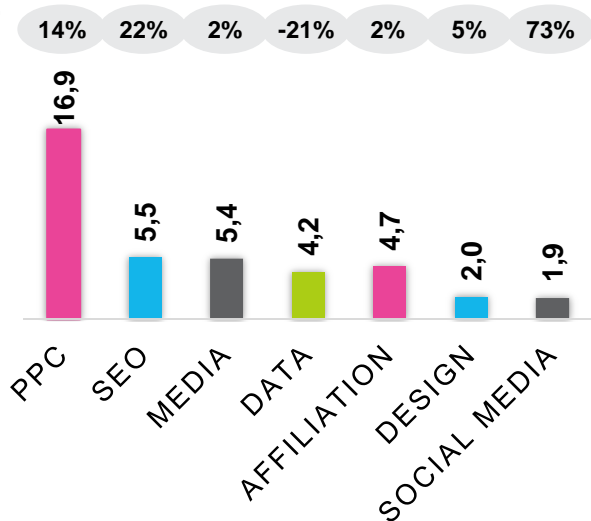
MB
40,7 M€
+9,4%

EBITDA
5,0 M€
Marge 12,3%

EBIT
2,4 M€
Marge 5,9%

Dette Nette
5,2 M€
Lever 1,0x

% croissance vs 2015



25*
Bureaux

+570
Employés



Présentation de la société



Tendances de marché



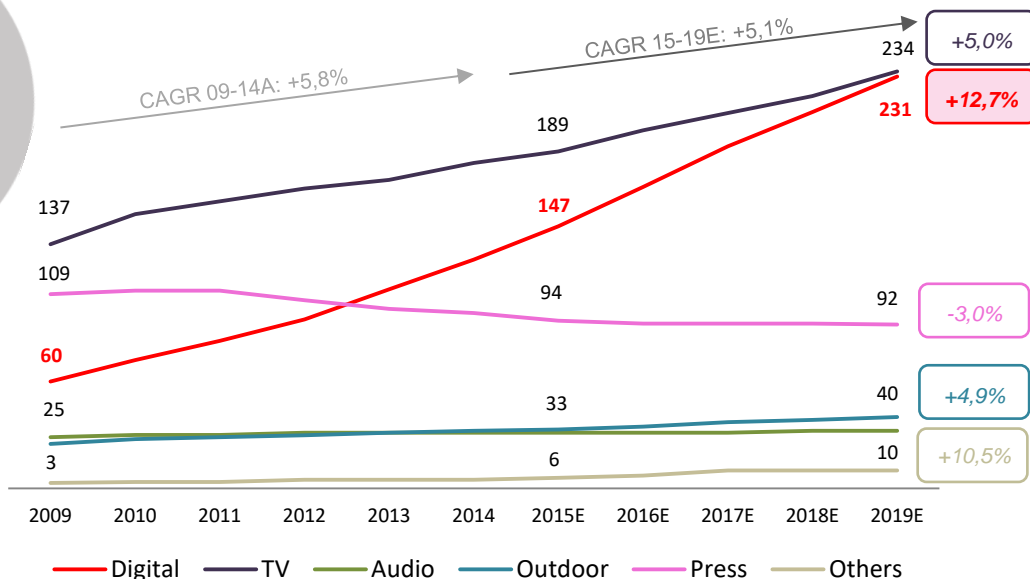
Enjeux stratégiques



Résultats financiers 2016

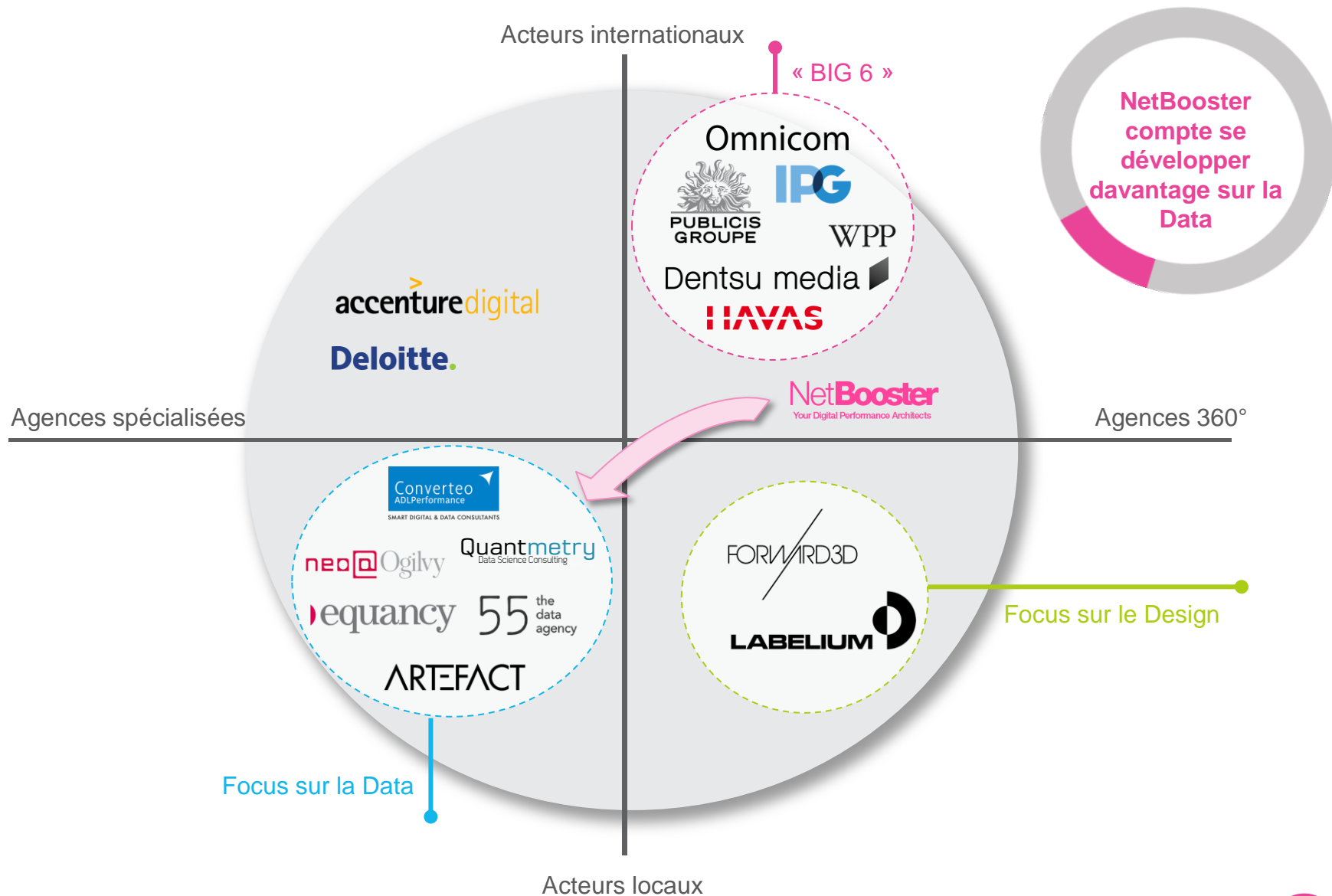


Perspectives



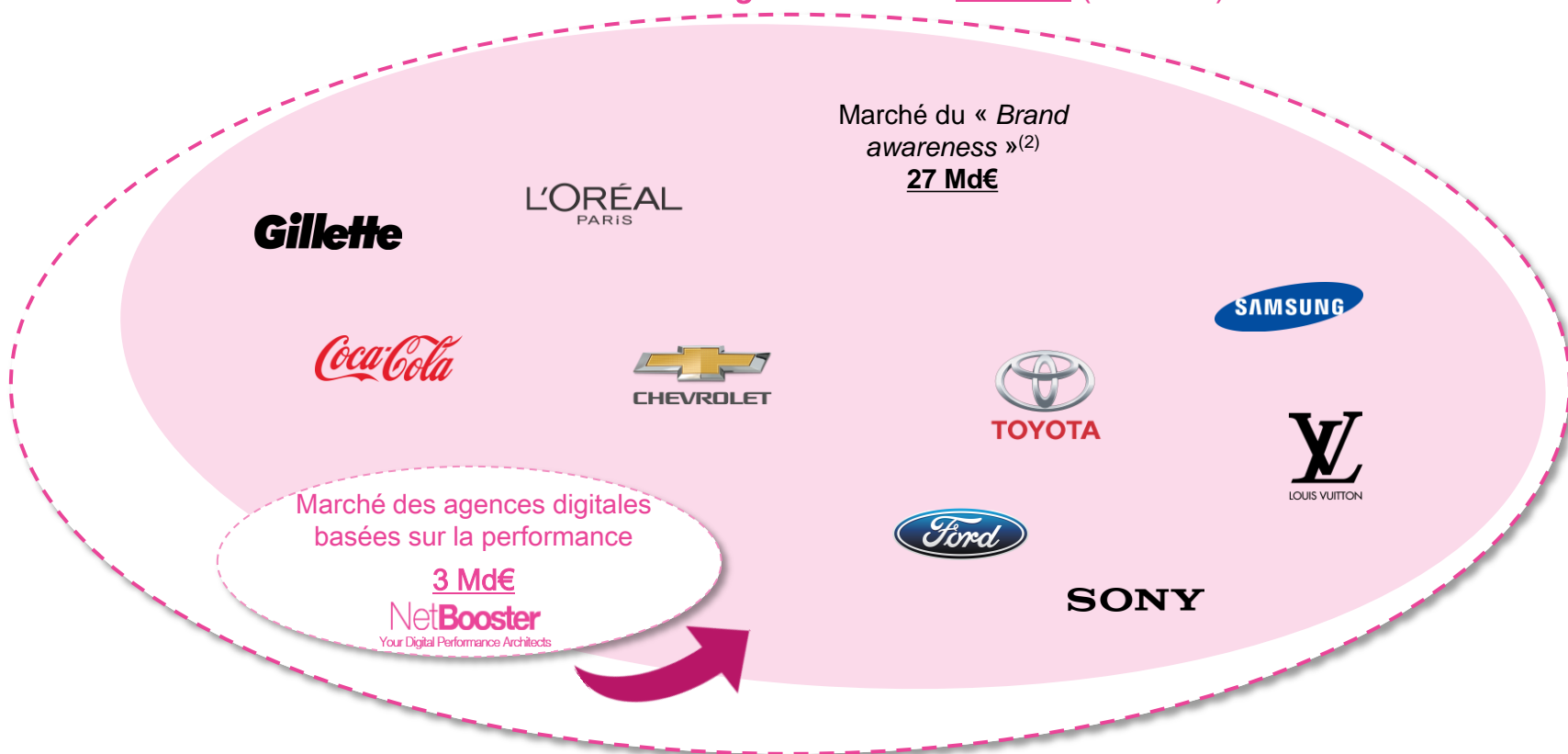
Source: McKinsey Global Media Report 2015, Netbooster

- **Les investissements dans le Digital affichent une croissance annuelle de 12,7% d'ici à 2019.**
- En 2019, les dépenses sur le Media Digital devraient égaler celles de la télévision.
- Digitalisation de l'ensemble des Médias : sur la TV achat programmatique d'espaces publicitaires.
- Le déclin de la presse papier devrait se poursuivre tandis que l'affichage extérieur continuera de progresser grâce à l'affichage digital.



- Focalisé sur la partie performance de l'activité, NetBooster a développé un savoir faire reconnu.
- Fort de son excellente image d'agence à la performance, NetBooster doit se renforcer sur les problématiques Data et Conseil pour adresser efficacement le segment du « brand awareness ».

Marché des agences Média 30 Md€ (en 2015)



1

Evolution du comportement des consommateurs



52% des connexions internet se font sur mobile



Développement des réseaux sociaux et formats vidéos



3,8 Md€
d'investissements
dans le digital en
France en 2016

Le digital change les règles du marketing

2



Meilleur ciblage et synchronisation des campagnes



Intelligence artificielle et contenus dynamiques



Ecosystème en évolution permanente grâce à l'apport des nouvelles technologies

Conséquence : Changement de paradigme du secteur

Essor d'activités de conseil à forte valeur ajoutée



Exploitation de la Data comme enjeu majeur de la révolution marketing



Présentation de la société



Tendances de marché



Enjeux stratégiques



Résultats financiers 2016



Perspectives

De l'opérationnel...

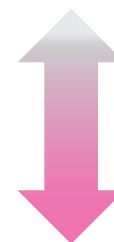
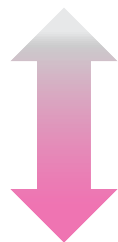
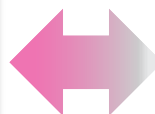
Expertise et excellence métiers

- Offre d'un conseil en marketing digital tiré par la performance et le chiffre d'affaires
- Des activités traditionnelles : PPC, SEO
- Business model d'honoraires média de plus en plus remis en question

...vers le conseil

Stratégie de communication et outils orientés data

- Accompagner en profondeur la transformation digitale
- Investissements significatifs des annonceurs en conseil digital et en gestion de la data
- Renforcement de la position de NetBooster sur la partie « Conseil Digital » et « Data »



Vers un Hub Technologique

- Simplification de l'intégration des technologies pour les clients
- Mise en place de solutions à haute valeur ajoutée mêlant intelligence artificielle et marketing digital



Présentation de la société



Tendances de marché



Enjeux stratégiques



Résultats financiers 2016

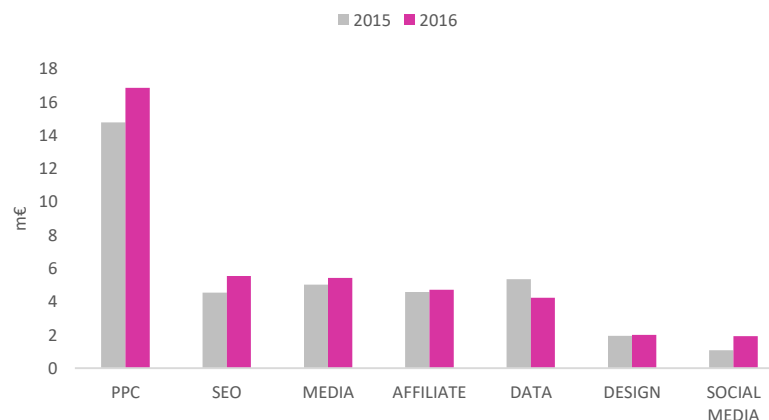


Perspectives

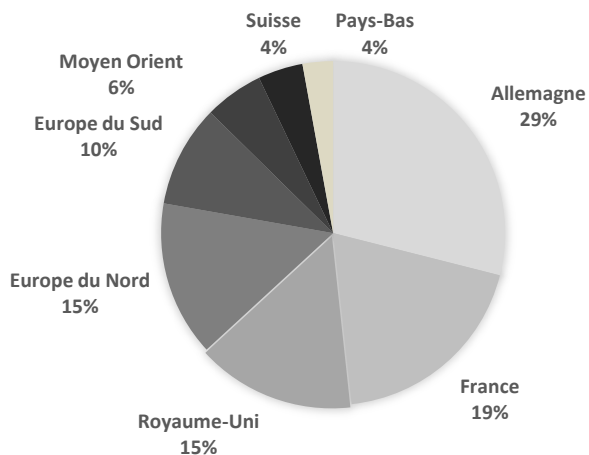
NetBooster Group – Compte de résultat simplifié

m€	2015	2016	Growth
Marge Brute	37,2	40,7	9%
Frais de personnel	-24,3	-27,5	13%
Frais généraux	-7,4	-8,2	11%
EBITDA	5,5	5,0	-9%
Rentabilité	14,8%	12,3%	

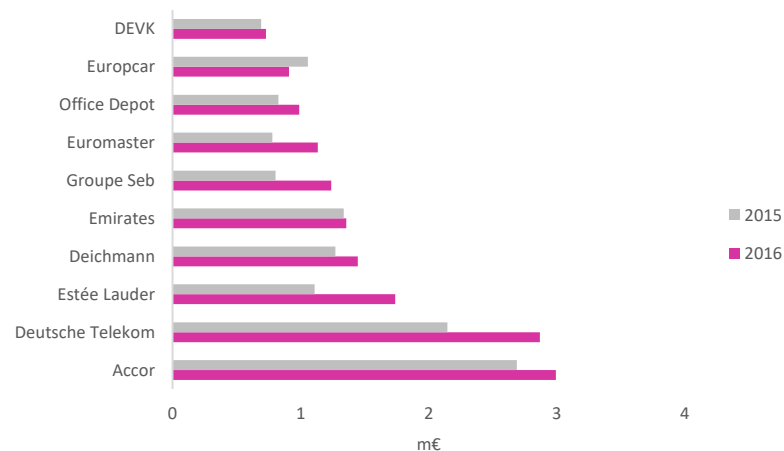
Marge brute par levier



Marge brute par pays



Top 10 Clients (37% de la Marge Brute en 2016)



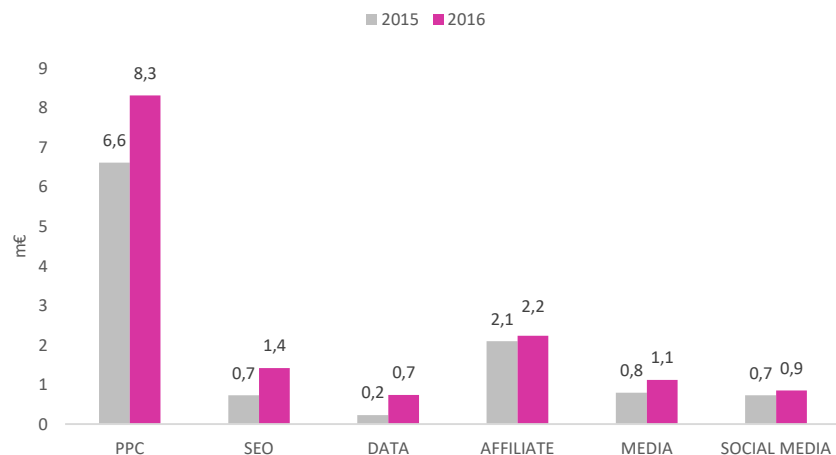
m€	2015	2016	Variation	%
Chiffre d'affaires	110,8	140,1	29,3	26%
Coût des ventes	-73,6	-99,3	-25,7	35%
Dépréciations clients	-0,1	-0,1	0,0	5%
Marge brute	37,2	40,7	3,5	9%
Charges de personnel	-24,3	-27,4	-3,1	13%
Charges externes	-7,9	-8,7	-0,8	10%
Autres produits et charges opérationnels	0,5	0,4	-0,1	-21%
EBITDA	5,5	5,0	-0,5	-9%
Profitabilité	14,8%	12,3%		

Marge Brute:

- Conforme à nos attentes (10%)
- Progression des plus grands comptes dans de nombreuses filiales: Estée Lauder, Euromaster, Accor
- Acquisition de 4Ps fin septembre impactant la marge brute de 1,4m€

EBITDA :

- Légèrement en deçà des attentes
 - Perte de 0,8m€ en Europe du Nord, contre un gain d'1m€ au budget
 - Impact de 4Ps uniquement de 0,3m€ d'octobre à décembre, planifié à partir de juillet au budget
 - Impact Brexit sur le taux de change £/€ pour -0,2m€



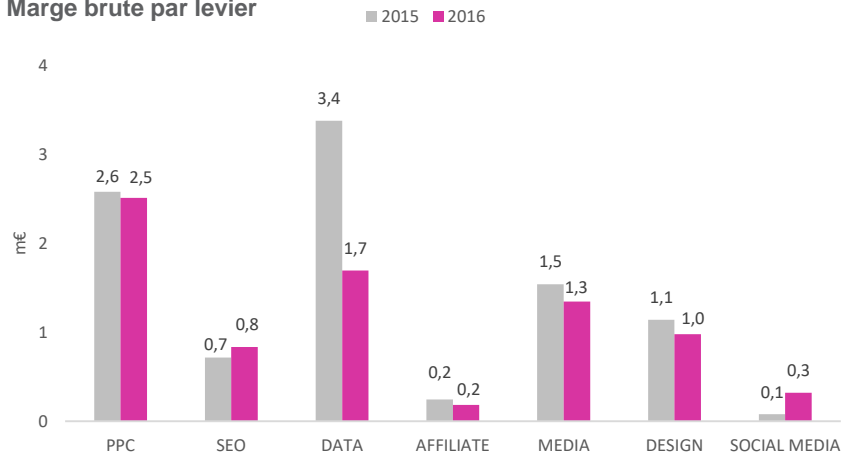
- Forte croissance de la région DACH (Allemagne, Pays Bas, Suisse)
- Développement des clients existants (Deutsche Telekom, Estée Lauder, Office Dépôt, Deichmann) et de nouveaux comptes (Lampenwelt)
- Le SEO a progressé de 19%
- La Data s'est renforcée avec l'apport des clients Néerlandais
- Le Media et le Social Media sont en croissance, profitant du fort développement des budgets des clients internationaux

- Forte rentabilité avec 30%
- L'agence de Zürich a augmenté sa rentabilité de 19% à 25%

Compte de Résultat

m€	2015	2016	Croissance
Marge Brute	11,2	14,7	31%
EBITDA	3,2	4,4	38%
Rentabilité	29%	30%	

Marge brute par levier



Source: Netbooster

- La rentabilité de l'agence française s'est légèrement dégradée au cours de cette année de transition, passant de 15% à 12%.
- Ajustement des coûts pour accompagner la baisse de marge brute.

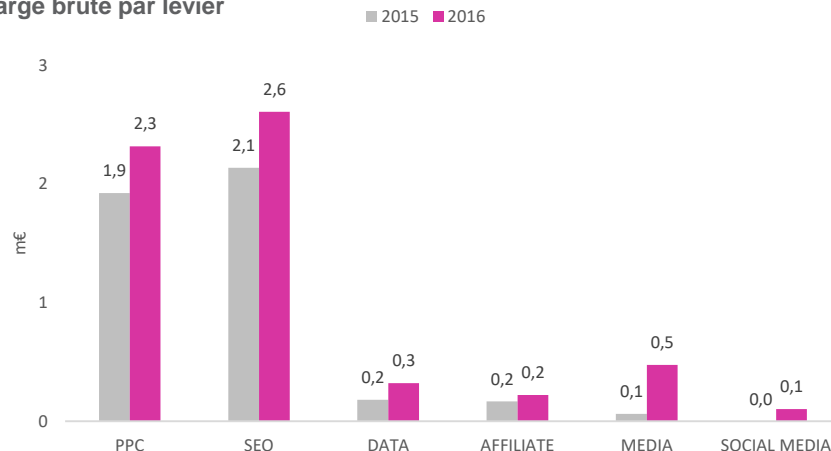
- La marge brute recule de 18% par rapport à 2015
- Changement de management fin 2015 avec des effets positifs sur l'activité (nouveaux clients) à partir du 2^{ème} semestre 2016
- La Data a été impactée par l'internalisation des activités chez Bouygues Telecom et PSA
- Développement de l'activité Social Media Avec Estée Lauder

Compte de Résultat

m€	2015	2016	Croissance
Marge Brute	9,7	7,9	-19%
EBITDA	1,4	0,9	-35%
Rentabilité	15%	12%	

Source: Netbooster

Marge brute par levier



Source: Netbooster

- La rentabilité du UK a diminué suite au déménagement de ses bureaux de Londres à l'été 2016, privilégiant une solution à court terme beaucoup plus onéreuse (+200k€).
- Les coûts légaux et comptables de l'acquisition et de la fusion ont aussi également impacté la rentabilité en 2016

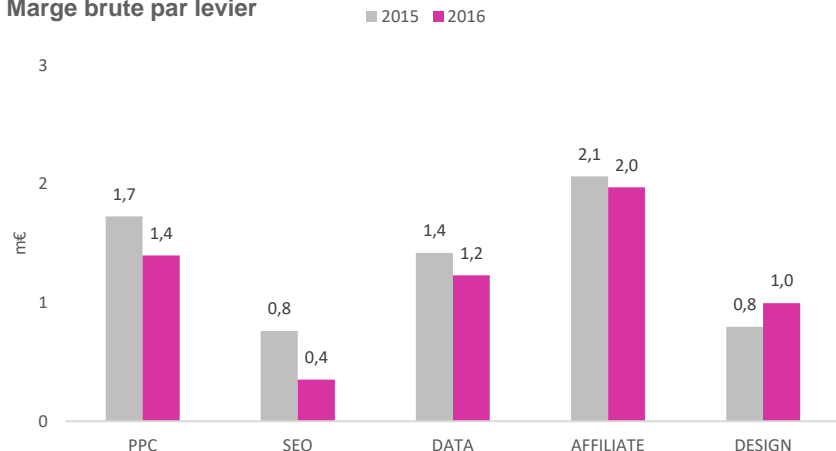
- La marge brute du Royaume-Uni s'est accrue de 35% en 2016 (53% de croissance finale en livre sterling): impact du taux change £/€ suite au Brexit
- Acquisition de 4Ps fin septembre avec 1,4m€ de marge brute
- Nouveaux clients en 2016 avec Hertz et fort développement des clients internationaux comme SEB, Office Dépôt
- Le SEO est resté le levier prédominant, en croissance de 30% bénéficiant de nouveaux contrats tels celui conclu avec Crucial ainsi que des clients de 4Ps au quatrième trimestre.
- Le pole Data a lui aussi enregistré une croissance

Compte de Résultat

m€	2015	2016	Croissance
Marge Brute	4,5	6,1	35%
EBITDA	1,3	1,0	-20%
Rentabilité	29%	17%	

Source: Netbooster

Marge brute par levier



Source: Netbooster

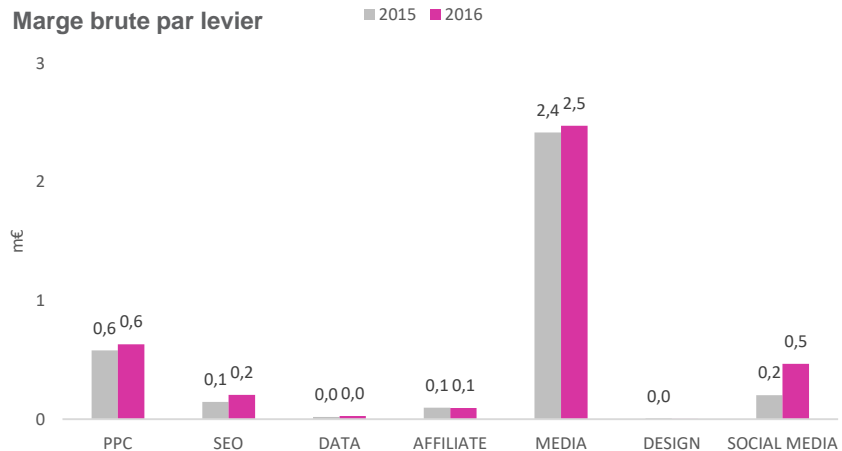
- La marge des pays Nordiques a été en recul de 0,8m€. La progression de la filiale norvégienne n'a pu couvrir les pertes importantes des agences suédoises et finlandaises (-0,8m€ et -0,2m€).
- Le développement attendu en fin d'année n'a pas eu lieu

- Restructuration de la zone fin 2016
- Fermeture de la Suède fin février 2017 avec une recentralisation au Danemark

Compte de Résultat

m€	2015	2016	Croissance
Marge Brute	6,8	5,9	-12%
EBITDA	0,5	-0,2	-143%
Rentabilité	7%	-3%	

Source: Netbooster



Source: Netbooster

- L'EBITDA combiné des filiales d'Europe du Sud a progressé de 3% en 2016, pour une rentabilité de 29%
- Les filiales espagnoles comptent pour 89% de l'EBITDA de la région
- Bonne performance de l'agence italienne en 2016 avec un EBITDA en hausse de 63%, pour une rentabilité passant de 11% à 16%

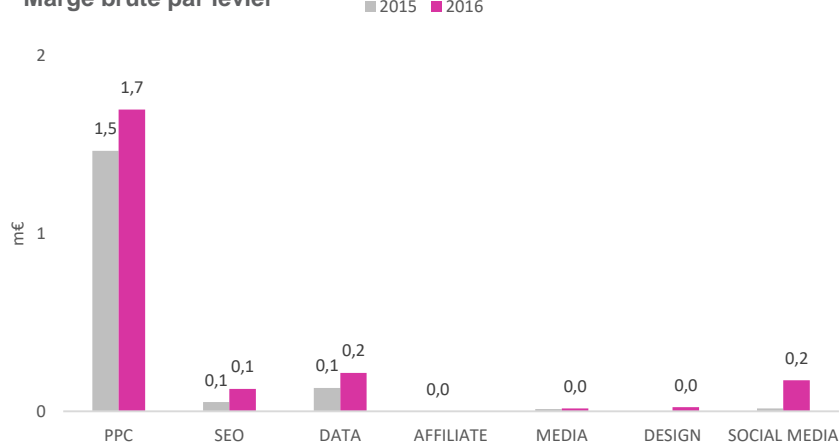
- L'Europe du Sud a enregistré une croissance de 12% de sa marge brute en 2016.
- Les trois filiales composant la zone géographique ont progressé en terme de marge brute (NB Spain: +6%, MediaDiamond: +20% et NB Italy: +12%)
- Fort accroissement des clients internationaux Groupe Seb en Italie et en Espagne pour le PPC et Estée Lauder en Espagne pour le Social Media
- Le SEO avec Euromaster, a vu sa marge augmenter en Italie et en Espagne.

Compte de Résultat

m€	2015	2016	Croissance
Marge Brute	3,5	3,9	12%
EBITDA	1,1	1,1	3%
Rentabilité	31%	29%	

Source: Netbooster

Marge brute par levier



Source: Netbooster

- La rentabilité de 21% en 2016 a été impactée par :
 - Des investissements humains, 30 employés à fin 2016 contre 18 à fin 2015
 - Nouveaux locaux pour accompagner la croissance
- Investissements humains afin d'apporter également de nouvelles compétences à l'agence (une experte en SEO et un expert en Data) ont permis d'élargir l'offre commerciale

- Très forte progression +34% de la filiale à Dubaï , créée ne 2012.
- Emirates reste toujours le 1^{er} client
- La croissance s'est accentuée avec de nouveaux clients tel que Dubaï Parks & Resorts (DPR)
- Le SEO a enregistré une forte hausse de sa marge, liée à plusieurs nouveaux contrats conclus avec des acteurs économiques locaux majeurs
- La marge liée à l'activité Data a elle aussi augmenté, de 66%, boostée par Emirates et DPR

Compte de Résultat

m€	2015	2016	Croissance
Marge Brute	1,7	2,3	34%
EBITDA	0,5	0,5	-10%
Rentabilité	32%	21%	

Source: Netbooster

m€	2015	2016	Variation	%
EBITDA	5,5	5,0	-0,5	-9%
Amortissements et Dépréciations	-0,5	-1,8	-1,3	249%
Autres produits et charges opérationnels non courants	-0,7	-0,8	-0,2	24%
EBIT	4,3	2,4	-1,9	-45%
Marge EBIT	11,7%	5,9%		
Résultat Financier	-0,5	-0,4	0,1	-16%
Résultat avant impôt	3,8	2,0	-1,9	-48%
Impôt sur les résultats	-1,3	-1,4	-0,1	10%
Résultat de la période	2,6	0,6	-2,0	-78%
Intérêts minoritaires	-0,3	-0,2	0,1	-25%
Résultat du Groupe	2,3	0,4	-1,9	-84%

EBIT :

- Dépréciation d'1,2m€ du goodwill NetBooster Finlande

Résultat Financier :

- Principalement des intérêts financiers sur les emprunts

Résultat Net :

- Impacté par la dépréciation du goodwill lié à la Finlande, n'ayant par ailleurs aucun impact de trésorerie

m€	2015	2016	Variation	%
Goodwill	26,4	33,6	7,2	27%
Immobilisations incorporelles	0,5	0,4	-0,1	-24%
Immobilisations corporelles	0,9	1,1	0,1	11%
Autres actifs non courants	0,5	0,7	0,2	34%
Actifs d'impôts différés	2,8	2,4	-0,4	-14%
Total des actifs non courants	31,1	38,1	7,0	22%
Créances clients et comptes rattachés	43,1	52,4	9,4	22%
Autres actifs courants	1,7	1,8	0,1	6%
Trésorerie et équivalents de trésorerie	7,1	10,3	3,2	46%
Total actifs courants	51,8	64,5	12,7	25%
TOTAL DE L'ACTIF	82,9	102,6	19,7	24%
Total des capitaux propres	18,6	25,1	6,5	35%
Emprunts	0,8	14,9	14,1	1836%
Passifs d'impôts différés	0,3	0,0	-0,3	-100%
Autres passifs non courants	0,7	4,5	3,8	548%
Total des passifs non courants	1,8	19,4	17,6	971%
Emprunts	11,4	0,6	-10,8	-95%
Fournisseurs et comptes rattachés	48,8	55,1	6,3	13%
Impôts sur le résultat exigibles	0,7	0,4	-0,3	-42%
Autres passifs courants	1,6	2,1	0,4	27%
Total du passif courant	62,5	58,1	-4,4	-7%
TOTAL DU PASSIF	64,3	77,5	13,2	21%
TOTAL DES CAPITAUX PROPRES ET DES PASSIFS	82,9	102,6	19,7	24%

Goodwill :

- Dépréciations de la Finlande: -1,2m€
- Goodwill de 4Ps de 8,4m€ incluant les Earn-Out futurs

Trésorerie :

- Amélioration de la situation de trésorerie grâce à l'augmentation de capital

Capitaux Propres :

- Augmentation liée à l'augmentation de capital ainsi que l'intégration de 4Ps

Endettement Financier :

- Remboursement des obligations convertibles et d'autres emprunts pour 11m€
- Tirage de 10,7m€ sur la Tranche 1 de la nouvelle dette senior
- Tirage de 4,2m€ sur la Tranche 2 de la nouvelle dette senior

m€	2015	2016	Variation
Résultat net de la période	2,6	0,6	-2,0
Amortissements et Provisions opérationnelles nettes	0,5	1,8	1,3
Autres Dotations aux provisions nettes	0,1	0,1	0,1
Plus ou moins-values de cessions	-0,2	0,1	0,3
Impôt sur le résultat & versés	0,3	-0,4	-0,7
Coût de l'endettement financier net	1,4	0,6	-0,7
Variation du BFR	-0,4	-3,5	-3,2
Autres éléments sans incidence sur la trésorerie	-1,1	0,0	1,1
Flux nets de trésorerie liés à l'activité	3,2	-0,6	-3,8
Incidence des variations de périmètre	0,9	-2,8	-3,8
Acquisitions et cessions d'immobilisations	-0,4	-0,6	-0,2
Flux de trésorerie nets liés aux opérations d'investissements	0,5	-3,4	-4,0
Emission d'actions ordinaires	-1,0	5,3	6,4
Nouveaux emprunts	0,9	14,9	14,0
Remboursement des emprunts	-1,2	-9,9	-8,7
Acquisition d'une participation dans une filiale	-1,1	-0,1	1,0
Intérêts payés/reçus	-0,4	-1,8	-1,4
Dividendes versés aux actionnaires minoritaires	0,1	-0,1	-0,2
Autres flux de trésorerie	0,0	-0,3	-0,3
Flux nets de trésorerie liés aux opérations de financement	-2,7	8,0	10,7
Augmentation(Diminution) de la trésorerie	1,0	3,9	2,9
Trésorerie à l'ouverture	4,7	5,8	1,2
Incidence des variations de cours de devises sur la trésorerie	0,2	-0,1	-0,2
Trésorerie à la clôture	5,8	9,7	3,9

Activité :

- Changement du délai de règlement de Deutsch Telekom
- Développement du BFR sur Dubaï avec Dubaï Parks & Resorts

Investissement :

- Acquisition nette 4Ps 2,8m€
- Investissements divers 0,6m€

Financement :

- Augmentation de capital souscrite par Nobel pour 5,3m€
- Remboursement des prêts existants et des obligations convertibles pour 9,9m€
- Souscription du nouveau prêt de 10,7m€ pour rembourser la dette mentionnée ci-dessus
- Acquisition de 4Ps financée par le tirage de 4,2m€ sur l'emprunt croissance
- Intérêts sur les emprunts 0,6m€ et les obligations convertibles 1,2m€



Présentation de la société



Tendances de marché



Enjeux stratégiques



Résultats financiers 2016



Perspectives

1

Développement d'une culture commerciale offensive

- Dépenses en marketing et communication pour davantage de visibilité du Groupe et embauches de commerciaux / PR seniors pour une stratégie offensive d'acquisition de nouveaux clients

2

Développement de pôles d'expertise communs au Groupe

- Partage des « best practices » par métier entre filiales, accélération du cross-selling entre les filiales pour les clients internationaux

3

Création d'une division Grands Comptes

- Offre d'un conseil à forte valeur ajoutée aux clients grands comptes sur la gestion de leurs données et leur stratégie Media / Digitale

Développement en
interne et *via* des
opérations de
croissance externe

Perspectives à moyen terme :

- Refonte stratégique du Groupe avec l'élaboration d'un business plan à horizon 3 ans
- Renforcement des offres conseil et Data

m€	2015	2016	Croissance Totale	Croissance Organique
Marge Brute	8,9	10,5	+18%	+6%

Activité :

- Bonne croissance au cours du 1^{er} trimestre 2017, de 18% dont +6% de croissance organique
- Marge Brute de 4Ps au 1^{er} trimestre = 1,1m€
- Poursuite de la restructuration dans les pays nordiques avec la fermeture de la Suède fin février



Q&A

Thanks for your attention

www.netbooster.com



Disclaimer

“The material in this presentation is general background information prepared by NetBooster SA. This information is given in a summary form and does not purport to be complete. This presentation, including forecast financial information should not be considered as advice or recommendation to investors or potential investors in relation to acquiring, selling or transfer by any means NetBooster’s securities. Before acting on any information included into this presentation, one should consider the appropriateness of the information, any relevant offer document and especially should seek for independent advice.

This presentation may contain forward looking statements including statements regarding our intent, belief or current expectations with respect to NetBooster’s businesses and operations, market conditions, results of operation and financial condition, specific provisions and risk management practices. These statements are based on the current expectations and assumptions of NetBooster’s management and they are, therefore, subject to risks and uncertainties. Many factors can impact NetBooster’s results and performance, thus forecasts and hypothetical examples are subject to uncertainty and contingencies outside NetBooster’s control. Results and performance can be materially different from any future results or performance that may be expressed or implied by the forward looking statements contained in this presentation. NetBooster does not undertake to implement any of the actions and operations that may be described in the forward looking statements. Moreover, we remind you that past performance is not a reliable indication of future performance.”