

Paris, jeudi 9 novembre 2017

18:00 CEST

Communiqué de Presse

Plan stratégique 2018-2020 **Avec Artefact, en ordre de marche pour une nouvelle histoire**

Ambition à 3 ans **Cap des 100 M€ de marge brute** **EBITDA de 10 à 15%**

NetBooster (FR0000079683 – ALNBT – éligible PEA-PME), agence internationale indépendante et leader du marketing digital à la performance, présente aujourd'hui son nouveau plan stratégique pour la période 2018-2020. Avec ce plan, le Groupe ambitionne de franchir d'ici 2020 le cap des 100 M€ de marge brute. Ce changement de dimension doit s'accompagner d'une solide dynamique d'appréciation des marges avec la volonté de dégager à trois ans un EBITDA représentant entre 10 et 15% de la marge brute.

Ces nouvelles ambitions s'inscrivent dans le cadre de la transformation du Groupe engagée au cours des derniers mois. Cette transformation a pris toute sa mesure avec l'annonce du rapprochement avec Artefact, effectif depuis juillet 2017. Ce rapprochement ouvre la voie à une nouvelle histoire avec la création de la première agence internationale de conseil en stratégie digitale basée sur la Data et l'Intelligence Artificielle.

Rentable depuis sa création il y a trois ans, Artefact affiche une croissance rapide portée par la valeur ajoutée de ses expertises dans la Data et l'Intelligence Artificielle associée à une capacité de conquête et de fidélisation démontrée. En 2016, Artefact a réalisé un chiffre d'affaires de 5 M€, en hausse de 200%. En 2017, Artefact devrait afficher une croissance de plus de 100% et atteindre les 10 M€ de chiffre d'affaires.

Avec le rapprochement, NetBooster fédère aujourd'hui une équipe de près de 700 collaborateurs actifs dans 13 pays.

Nouvelle donne sur le marché du marketing digital et de la publicité

Le marché du marketing digital et de la publicité connaît une mutation en profondeur portée par des tendances de fond :

- La montée en puissance des « GAFAs » qui modifie en profondeur le comportement des consommateurs et leur rapport aux marques ;
- La réaffectation croissante des budgets marketing et publicitaires vers les campagnes digitales ;
- La volonté des annonceurs de transformer leurs investissements médias en performances commerciales et connaissance clients.

Dans ce contexte, les modèles traditionnels et les acteurs en place du marketing et de la publicité sont aujourd'hui bousculés comme en témoigne les acquisitions récentes des grands cabinets de conseil mondiaux.

Face à cette nouvelle donne, les agences qui réussiront seront celles capables d'intégrer un champ d'expertises étendu associant le conseil, l'expertise technologique, et le savoir-faire d'agence digitale. C'est tout le sens du rapprochement avec Artefact.

Une offre intégrée « One stop shop » au carrefour du conseil, de la Data, de l'Intelligence Artificielle et de la publicité

Au cours des derniers mois les équipes du nouvel ensemble se sont mobilisées afin de définir une nouvelle offre autour de la Data, de l'intelligence artificielle et du conseil stratégique en phase avec la mutation du marché.

Cette nouvelle offre qui sera lancée début 2018, va permettre d'automatiser, d'optimiser et d'innover dans la construction des campagnes en intégrant toute la chaîne de valeur : stratégie, parcours client, création, activation média et mesure de la performance. Cette proposition de valeur forte constituera un atout concurrentiel décisif en offrant aux annonceurs des gains de productivité et des performances accrues sur leurs investissements marketing et publicitaires.

Pour porter cette nouvelle offre, la réorganisation des équipes a été opérée autour d'experts pluridisciplinaires : spécialistes du marketing digital, créatifs, consultants stratégiques, Data Scientists, Ingénieurs spécialisés dans l'Intelligence Artificielle...

Les outils de pilotage des campagnes, de collecte et de valorisation des données sont en cours de mutualisation. Ils seront opérationnels sur l'ensemble des implantations début 2018. Leur déploiement permettra une automatisation accrue avec à la clé des gains de productivité et une réactivité accrue vis-à-vis des clients.

Une stratégie commerciale offensive, des complémentarités fortes

Les efforts ont également été portés sur la définition des priorités commerciales afin de relancer la dynamique de croissance interne et de démultiplier le potentiel de conquête sur l'ensemble des implantations du Groupe.

La nouvelle offre associant conseil, Data et activation médias constituera un vecteur fort de développement sur des secteurs diversifiés : banque / assurance, retail, tourisme, High Tech, ...

Le développement du volume d'affaires sur la base clients déjà fidélisée sera également une priorité.

En relation depuis 2016, NetBooster et Artefact ont déjà eu l'occasion d'expérimenter la complémentarité de leurs expertises sur des clients communs tels que Accor Hôtels ou Groupe SEB. Le rapprochement doit permettre de développer ces expériences réussies.

Une Direction renforcée pour réussir

Afin d'accompagner la transformation en cours, la gouvernance a été renforcée avec l'arrivée des trois dirigeants d'Artefact sur des fonctions clés :

- Guillaume de Roquemaurel, Directeur des opérations Groupe
- Vincent Luciani, Directeur Général France
- Philippe Rolet, Directeur Technique

Cette nouvelle équipe de Direction, actionnaire du Groupe à hauteur de près de 16%, sera totalement investie dans la réussite du projet commun.

Une ambition : doublement de la marge brute en 3 ans, forte progression de la rentabilité

Au regard de ces perspectives favorables, NetBooster est prêt à se fixer des ambitions fortes pour les trois prochaines années.

Au titre de l'exercice 2017, le nouvel ensemble NetBooster Artefact devrait dégager une marge brute proforma supérieure à 50 M€. Le Groupe est aujourd'hui confiant sur sa capacité à franchir le cap des 100 M€ dès 2020. L'atteinte de cet objectif doit s'accompagner d'une forte progression de la rentabilité avec la volonté de dégager à trois ans un EBITDA compris entre 10 et 15% de la marge brute.

Cette dynamique d'appréciation des marges devrait s'inscrire rapidement dans les comptes avec une amélioration de la rentabilité attendue dès 2018.

Ces objectifs sont totalement organiques et n'intègrent pas les acquisitions qui pourraient être réalisées sur la période.

Troisième trimestre 2017 : hausse de 19% de la marge brute

Au titre du troisième trimestre 2017, la marge brute progresse de 19% à 11,2 M€ contre 9,4 M€ au troisième trimestre 2016. Cette progression est portée par l'intégration des dernières acquisitions (4Ps depuis octobre 2016 et Artefact à compter du 1^{er} août 2017). Sur ses deux premiers mois d'intégration (août et septembre), Artefact contribue à hauteur de 1,2 M€ à la marge brute de la période.

Au regard de cette évolution, le redressement des résultats attendu au second semestre est confirmé. Comme annoncé, il devrait permettre au Groupe d'afficher un exercice 2017 profitable.

François de La Villardière, CEO de NetBooster commente : « *La mise en œuvre de notre plan stratégique va, j'en suis convaincu, nous permettre de nous imposer aux premiers rangs des acteurs internationaux du marketing digital nouvelle génération. Il doit aussi nous permettre de démultiplier notre potentiel de croissance organique et de renouer avec une solide dynamique d'appréciation de nos marges. Forts de l'appui d'un management renforcé et totalement mobilisé dans la réussite de cette nouvelle aventure, nous sommes prêts à ouvrir une nouvelle page de notre histoire qui apportera plus de valeur pour nos collaborateurs, nos clients et nos actionnaires.* »

Avertissement

Ce communiqué de presse contient des déclarations prospectives concernant notamment, des déclarations sur les intentions et les objectifs de NetBooster au regard de son plan d'action, des conditions du marché sur lequel la société opère, de sa situation financière et de sa gestion des risques. Ces déclarations sont faites sur la base des attentes et des hypothèses actuelles des dirigeants de NetBooster. Par conséquent, ces déclarations sont sujettes à des risques et incertitudes. Plusieurs facteurs hors du contrôle de NetBooster peuvent impacter les résultats et les performances de NetBooster. Les objectifs et les performances contenus dans ce communiqué de presse peuvent être significativement différents des résultats et performances futurs de NetBooster. NetBooster ne peut s'engager avec certitude sur le fait de pouvoir mettre en œuvre l'ensemble des actions et opérations décrites dans le présent communiqué. De plus, il est rappelé que les performances passées ne constituent pas un indicateur fiable pour les performances futures. Les éléments contenus dans ce communiqué de presse et notamment les objectifs financiers ne doivent pas être considérés comme constituant des conseils ou des recommandations pour les investisseurs ou les potentiels investisseurs en vue d'acquérir ou de vendre des titres NetBooster. Avant d'agir sur la base de ces informations, il convient de prendre en considération le caractère approprié de ces informations, les documents pertinents et d'obtenir des conseils financiers indépendants. Il est rappelé que tous les placements comportent des risques financiers.

A propos de NetBooster | www.netbooster.fr

NetBooster, groupe indépendant international de communication interactive, met à la disposition de ses clients son expertise complète du marketing digital pour leur garantir les meilleures performances pour leurs investissements. L'agence investit dans les technologies et couvre l'intégralité de la chaîne du marketing online à travers son réseau européen: optimisation des moteurs de recherche et marketing, data and analytics (DnA), GroundControl Technology, display, affiliation, RTB, création, eCRM et réseaux sociaux, avec une expertise reconnue dans le marketing digital de demain (Social Media, Vidéo, Ad Exchanges...).

Pour plus d'informations :

Communication Financière

Vincent ADDED (Group CFO)
NetBooster S.A.
Tel. 00 33 (0)1 40 40 27 00
standard@netbooster.com

Contact Presse

ACTIFIN
Stéphane RUIZ / Victoire DEMEESTERE
Tel. 00 33 (0)1 56 88 11 11