



ARTEFACT

RÉSULTATS ANNUELS 2017

ARTEFACT

**Rappel de notre vision
et de notre plan stratégique**



La technologie a transformé la vie des consommateurs

Une nouvelle génération de marques telles que Google, Amazon, Netflix et Airbnb ont captivé les cœurs et les esprits des consommateurs en perturbant le statu quo dans tous les secteurs. Ces marques ont défini des normes plus élevées d'expérience client en améliorant continuellement leurs produits et services via le numérique, les données et l'AI. Toutes les marques doivent désormais respecter ces nouvelles normes.

**Le Marketing doit également réaliser sa révolution technologique.
C'est notre vocation.**



Marketing engineers

En tant qu'agence de marketing numérique, nous pouvons fournir toutes les solutions et expertises marketing. Mais nous allons le faire de la manière dont les ingénieurs travaillent: avec la passion de l'invention, l'optimisation et l'automatisation.

OPTIMISATION

Nous améliorons la précision et l'efficacité grâce aux **data**. Nous évitons les pertes inutiles, nous augmentons la rentabilité, et nous renforçons l'impact.

AUTOMATISATION

Nous transformons le marketing digital en utilisant **l'intelligence artificielle** pour éviter toute perte de temps et d'argent.

INVENTION

Nous concevons de nouveaux produits, solutions, services **digitales** pour plus de bénéfices et d'engagement du consommateur.

Marketing

Une équipe opérant sur tous les besoins marketing

Média & Activation

Depuis 20 ans, nos experts, accrédités par les meilleures technologies du marché, créent et orchestrent des campagnes au succès reconnu.



Création

Des créatifs primés qui imaginent des concepts du branding à la performance, toujours portés par la data.



Consulting

Consulting Stratégique

Orientés **business first**, nés dans l'ère de la **data et du digital**, experts en **marketing** et bilingues IT, ils rassemblent autour d'eux les différents **talents de l'agence**.



Data Science

Nos 50 experts data constituent le **plus grand vivier de data scientists en marketing** certifiés par les géants du marché en France.



Technologies

Intelligence artificielle

Véritables **experts en IA**, titulaires de PhD en **machine learning**, ils développent des solutions innovantes pour répondre aux **besoins de nos clients** et **optimiser nos process** en interne.

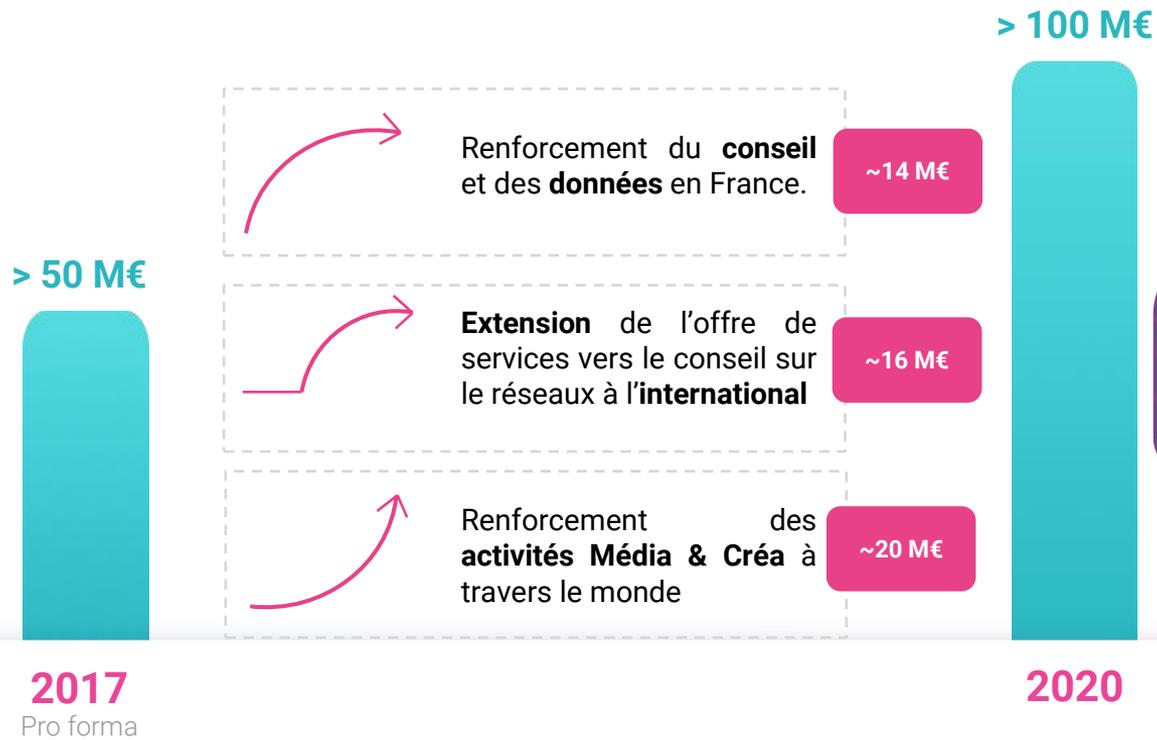


DataLake Ecosystem

Nos ingénieurs **full-stack** développent des Data Lakes de bout en bout, tout en alliant **vitesse et réversibilité**.



» Notre ambition, le plan de marche



Objectifs de croissance organique
x2 en 3 ans en croissance organique

Objectifs de rentabilité
EBITDA : 10 et 15% de la marge brute

ARTEFACT

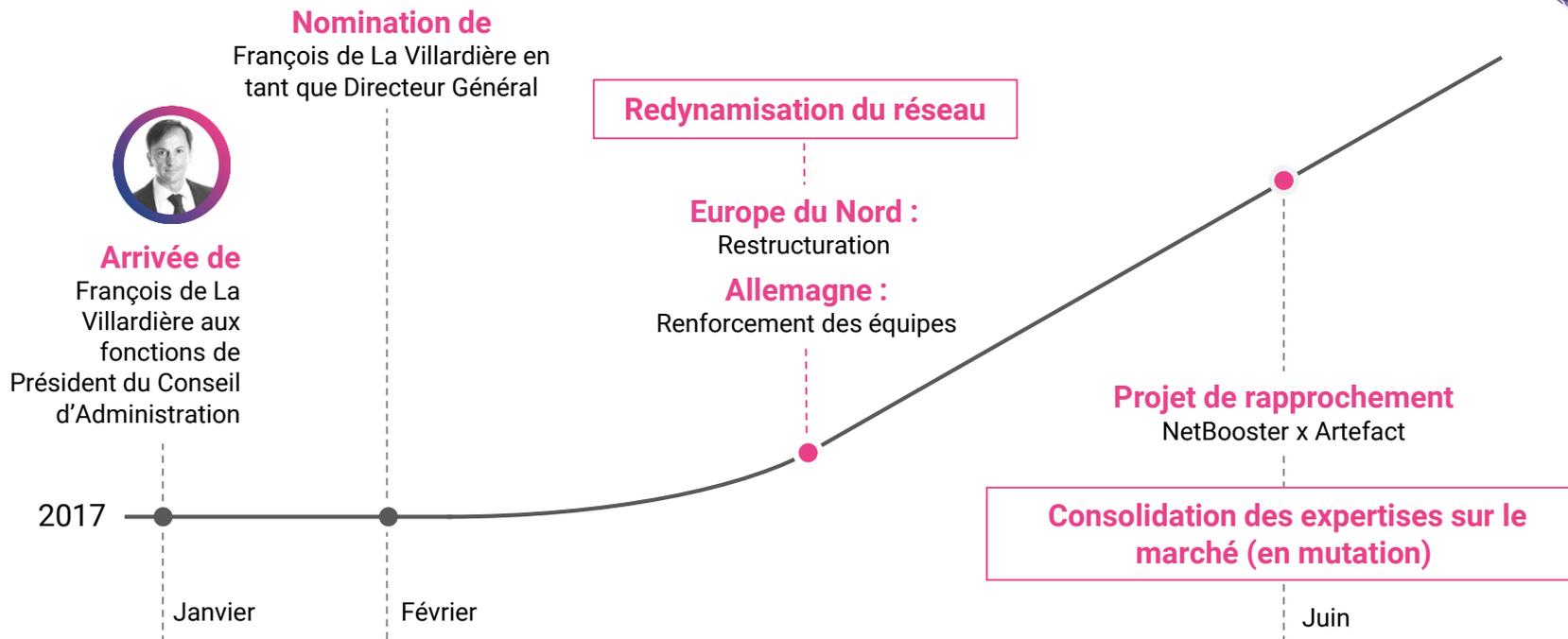
2017 : Une année d'actions

Les fondements d'une nouvelle ambition



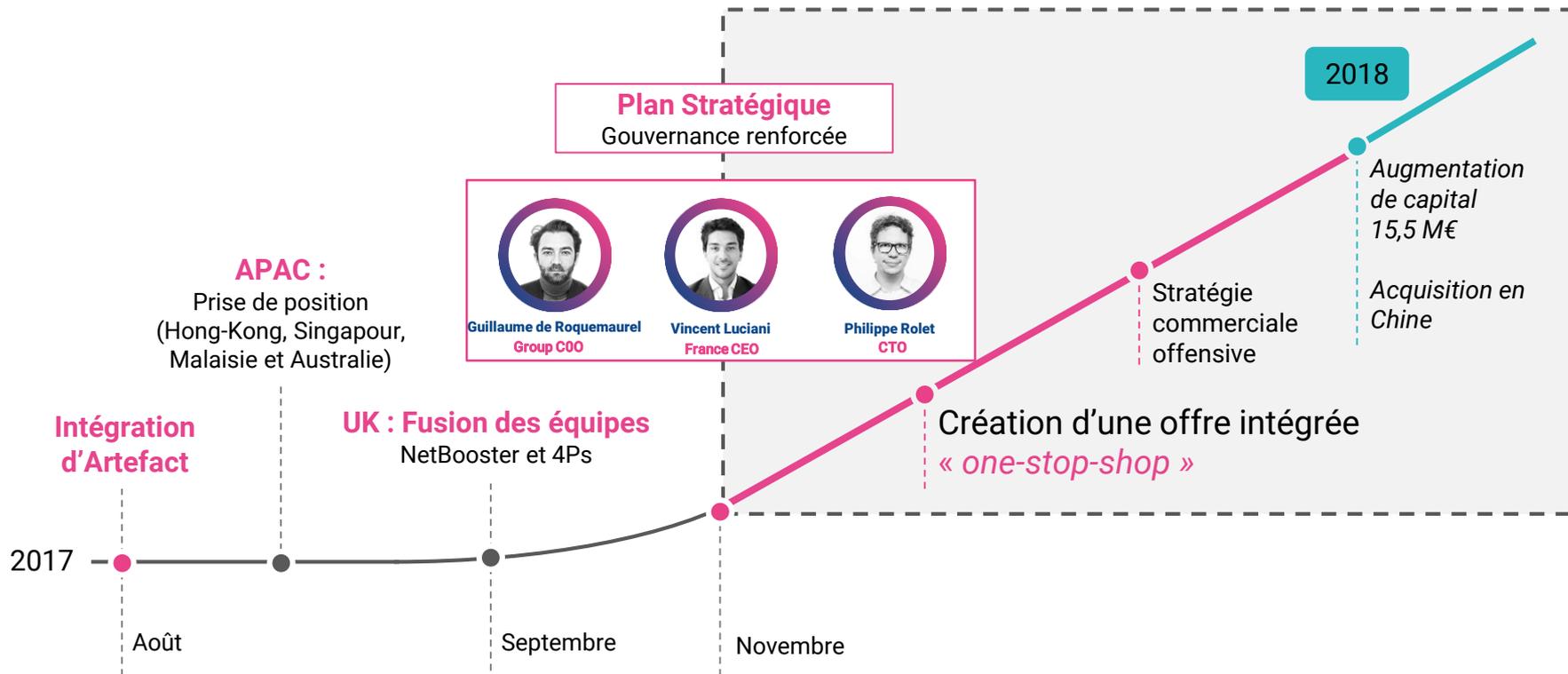


Une année d'actions - S1





Une année d'actions - S2

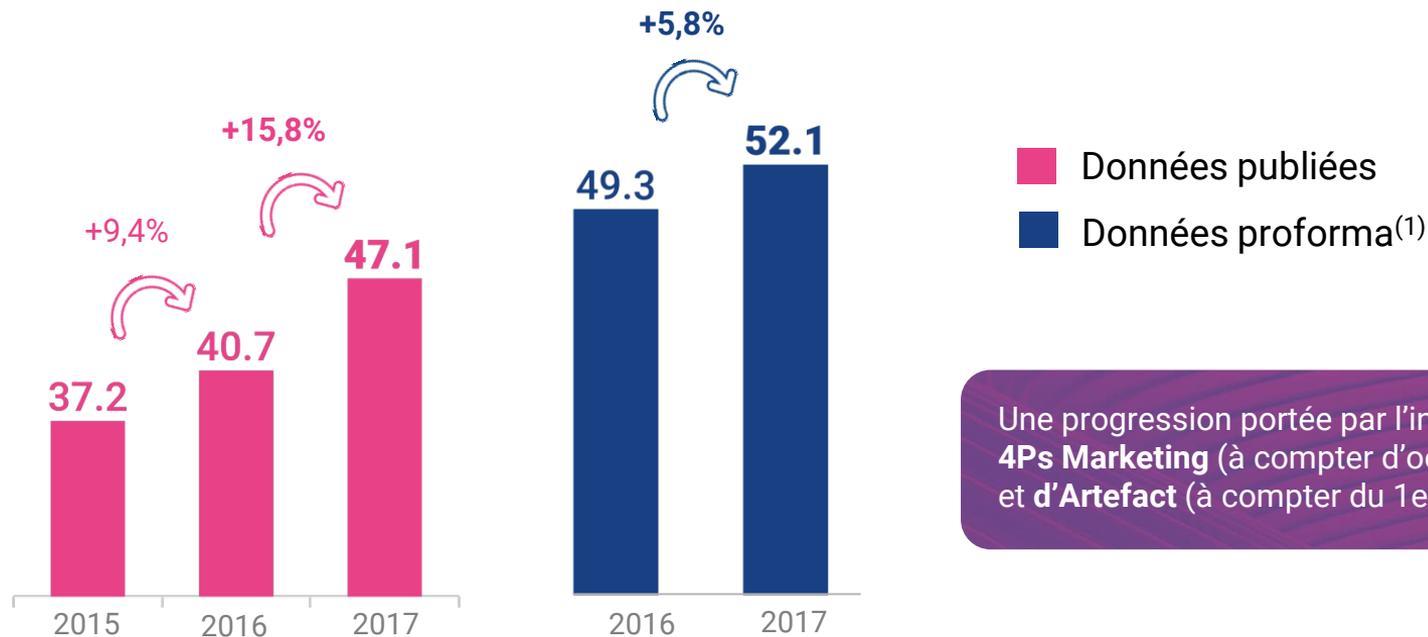


ARTEFACT

Résultats 2017 marqués par la transformation du Groupe
Net redressement de la rentabilité opérationnelle
au second semestre



» Une évolution de la MB en ligne avec les attentes



Une progression portée par l'intégration de **4Ps Marketing** (à compter d'octobre 2016) et d'**Artefact** (à compter du 1er août 2017)

(1) Intégration de 4Ps et d'Artefact sur 12 mois en 2016 et 2017

» Hausse de 15,8% de la marge brute, la France moteur de la croissance

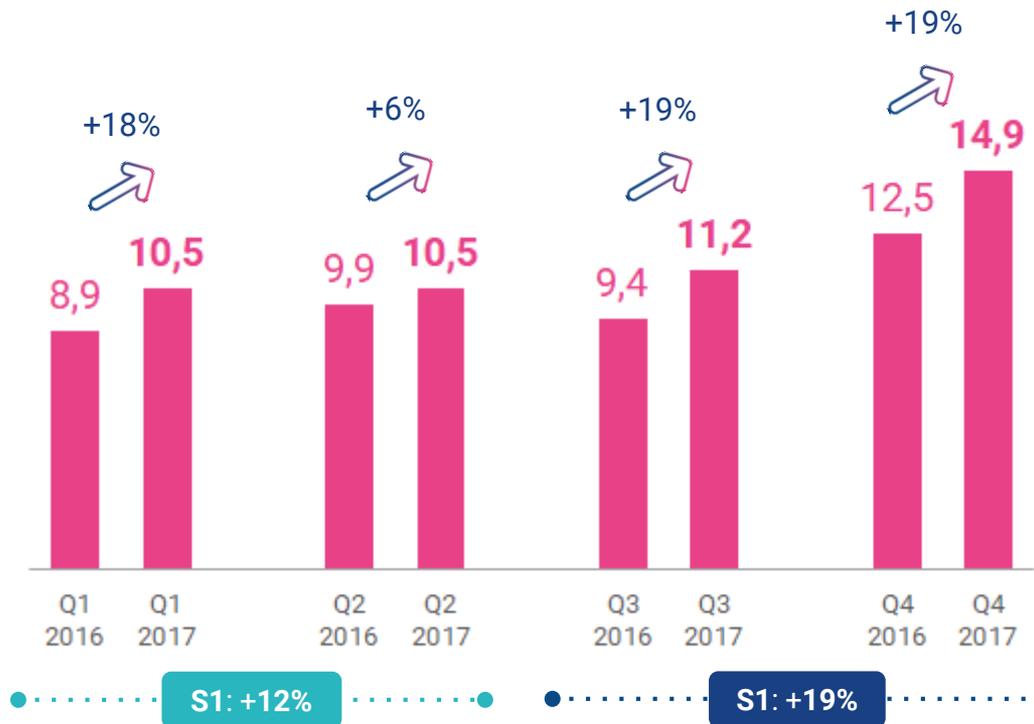
En M€	MB 2017	MB 2016	Variation
France	11,8	7,9	49,1%
Europe (hors France)	32,9	30,5	8,0%
Asie Pacifique-MENA*	2,4	2,3	5,8%
TOTAL GROUPE	47,1	40,7	15,8%



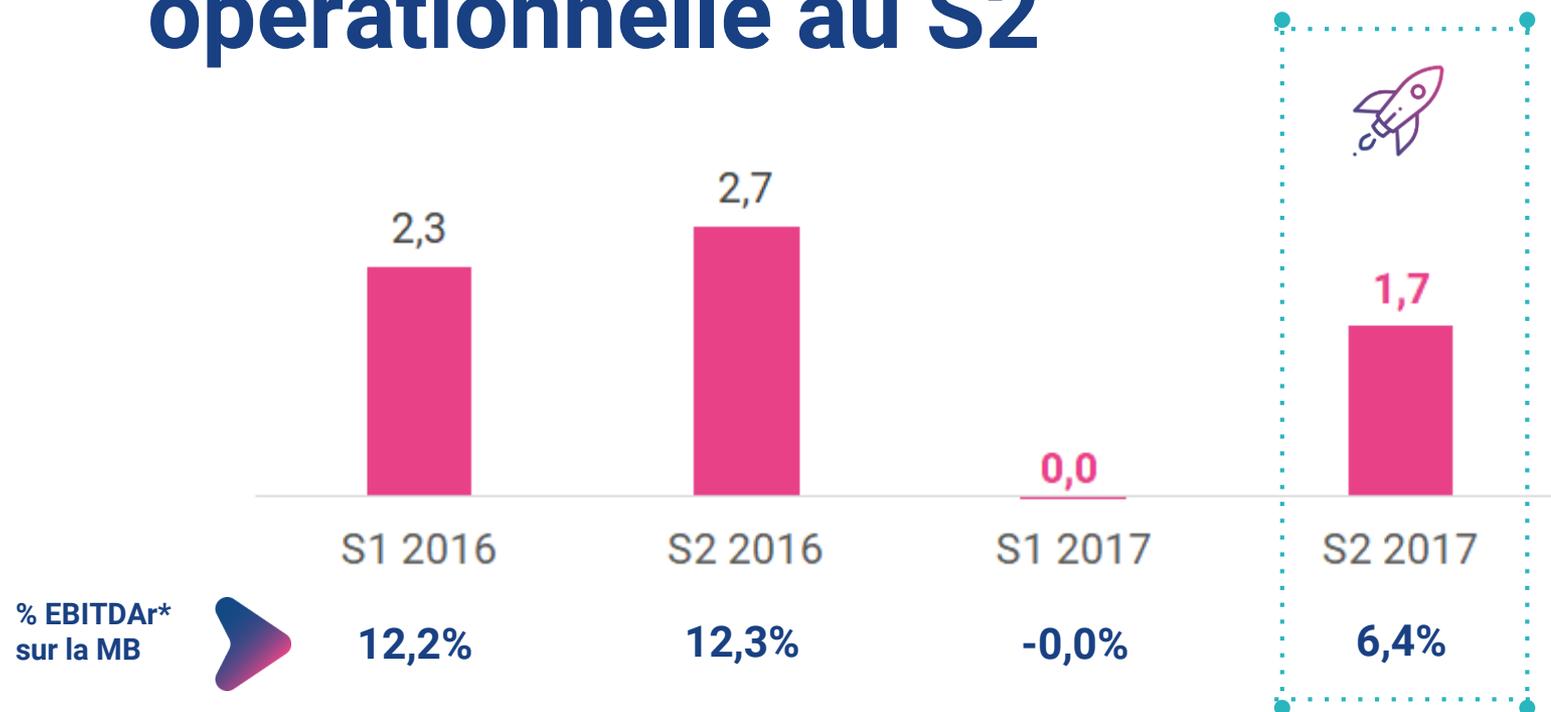
Un enjeu prioritaire :
Renouer avec une dynamique de croissance solide sur toutes les zones

**Moyen-Orient et Afrique du Nord*

» Un second semestre plus dynamique



» Net redressement de la rentabilité opérationnelle au S2



*EBITDAr : EBITDA retraité de l'impact IFRS2 des attributions d'actions gratuites et émissions d'actions de préférence

» Une année de transformation

en M€	EBITDAr* 2017	EBITDA 2016	Variation
France	0,25	1,26	-1,0
Europe (hors France)	1,4	3,5	-2,1
MENA et APAC	0,03	0,25	-0,2
TOTAL GROUPE	1,7	5,0	-3,5

► France : (1,0) M€

- Relance de la dynamique commerciale sur le média au S2

► Europe : (2,1) M€

- Renforcement des équipes (+25) en Allemagne afin de relancer la dynamique commerciale (marge brute constante)
- Redressement des filiales en Suisse et en Europe du Nord

*EBITDAr : EBITDA retraité de l'impact IFRS2 des attributions d'actions gratuites et émissions d'actions de préférence

» Des résultats marqués par cette transformation

en M€	2017	2016
Chiffre d'affaires	160,9	140,0
Marge brute	47,1	40,7
Charges de personnel	(34,1)	(27,4)
Charges externes, autres produits et charges opérationnelles	(11,4)	(8,2)
EBITDA retraité	1,7	5,0
Charges de personnel - Paiement fondé sur des actions IFRS2*	(0,6)	(0,0)
EBITDA	1,1	5,0
Dotation aux amortissements et provisions	(0,9)	(1,8)
Autres produits et charges non courants	(2,8)	(0,8)
Résultat opérationnel	(2,5)	2,4
Résultat financier net	(1,9)	(0,4)
Résultat avant impôt	(4,4)	2,0
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE	(4,8)	0,4

► **Éléments non récurrents : (2,75) M€**

- Coût des restructurations en France en Europe du Nord
- Déménagement et regroupement des équipes en France, au UK et aux Pays-Bas
- Rappel de TVA en Allemagne

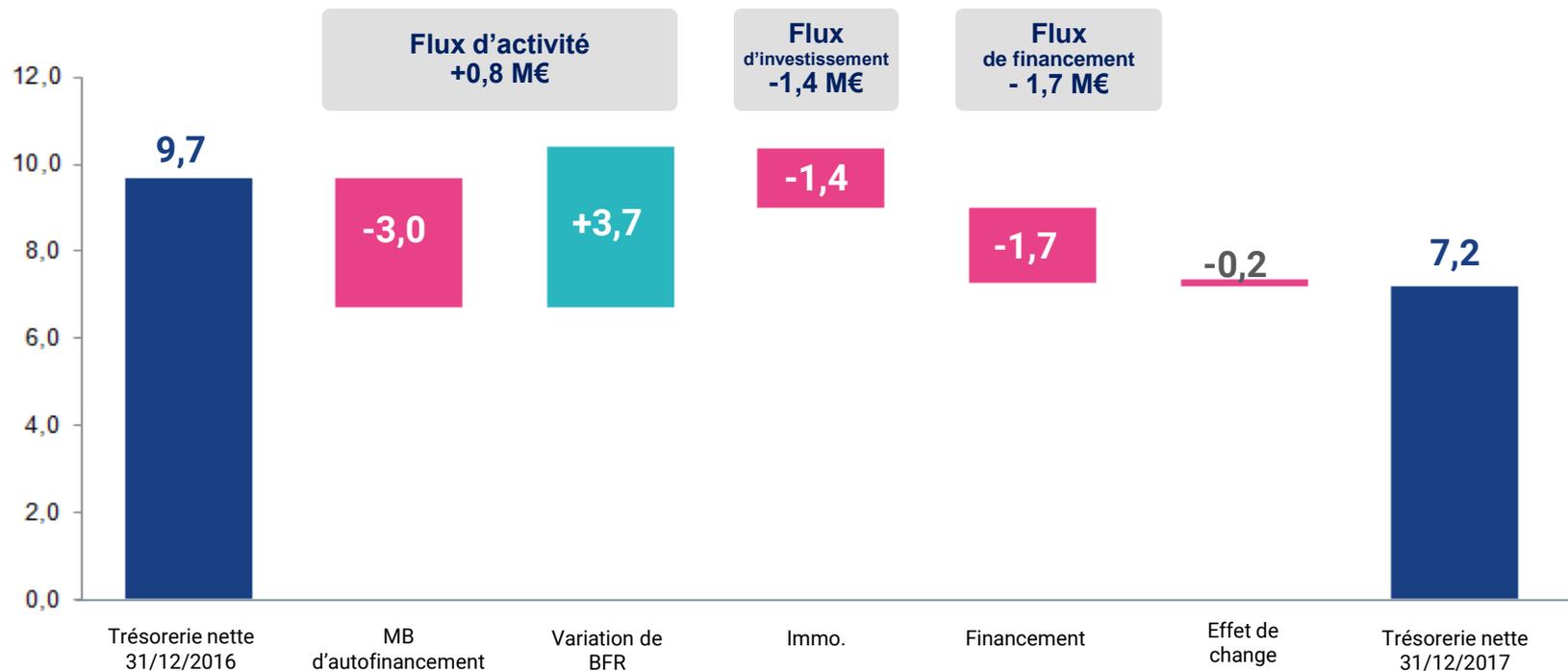
► **Impacts de change : (0,6) M€**
(dollar, livre et couronne norvégienne)
Juste valeur ADP : (0,6) M€

*Attribution d'actions gratuites et émission d'actions de préférence

» Une situation financière maîtrisée

<i>en M€</i>		31/12/2017	31/12/2016	
ACTIF	Actif non courant	60,9	38,4	
	<i>dont goodwill</i>	50,8	33,6	▶ Goodwill : +17,2 M€ Acquisition d'Artefact
	Actif courant (hors trésorerie)	62,8	53,9	
	<i>dont créances clients</i>	58,9	52,4	
	Trésorerie et équivalent	11,3	10,3	
	TOTAL ACTIF	135,0	102,6	
PASSIF	Capitaux propres	36,5	25,1	
	Passifs financiers	20,1	15,5	▶ Endettement net : 8,8 M€ avant augmentation de capital de 15,5 M€ réalisée en janvier
	<i>dont courant (< 1 an)</i>	4,3	0,6	
	Autres passifs non financiers	78,3	62,0	
	<i>dont dettes fournisseurs et autres créditeurs</i>	60,6	55,1	
	TOTAL PASSIF	135,0	102,6	

» Un impact limité sur la trésorerie



ARTEFACT

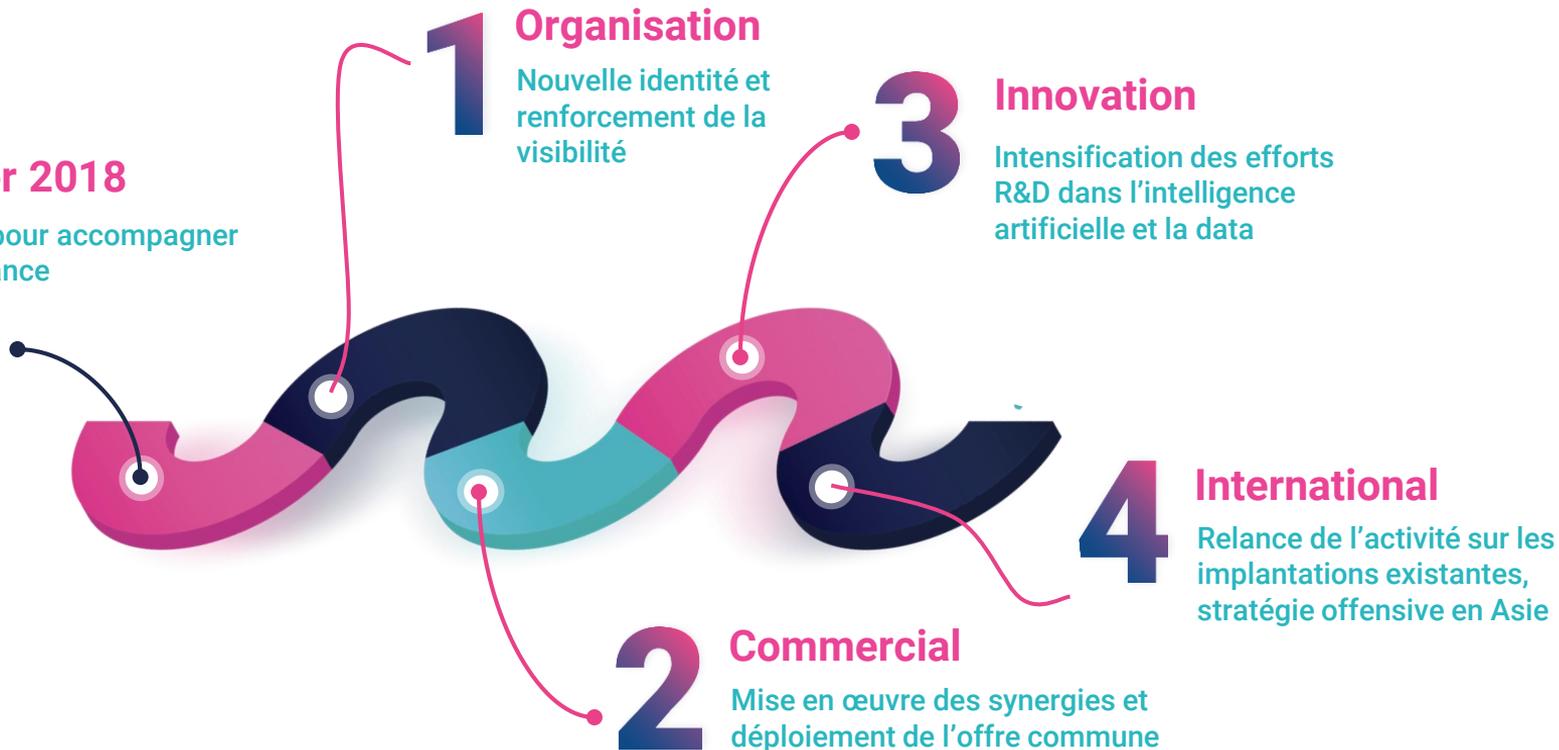
**2018 : Les 1^{ers} bénéfiques dans
la croissance et les résultats**



» Nos 4 priorités 2018

Janvier 2018

15,5 M€ pour accompagner
la croissance





Des moyens renforcés pour la réussite du plan stratégique

Augmentation de capital réservée de près de 15,5 M€

Demande totale de 41 M€, sursouscrite de plus de 2,6 fois

5 158 223 actions nouvelles



Développer l'offre Data en France et à l'international



Moyens renforcés pour saisir des opportunités d'acquisitions



Ressources renforcées au service de notre ambition : hisser Artefact aux premiers rangs des acteurs internationaux du marketing digital

1 Organisation : Nouvelle identité et renforcement de la visibilité

Nous sommes Artefact. Marketing Engineers

Artefact est l'agence digitale célébrant le mariage tant attendu des experts du marketing et des ingénieurs.

Fédération de l'écosystème autour de la vision du management (collaborateurs, partenaires, clients, ...)

Déploiement de la nouvelle offre combinant marketing, conseil et technologie

Positionnement unique pour offrir une solution best-in-class en matière de marketing, conseil et technologie

1 Organisation : Nouvelle identité et renforcement de la visibilité



MONOPRIX



GREENPEACE



3

Innovation : Intensification des efforts R&D dans l'intelligence artificielle et la data

Création dynamique de personas

INSIGHTS

Détection prédictive de moments de vie

Segmentation Client

Indexation de contenu

Dynamic Creative Optimisation (DCO)

CREATION

Création De nouveaux outils (Chatbots)

Orchestration Algorithmique Omnicanale

ACTIVATION

Optimisation d'enchères

Automatisation du Trafficking

Optimisation de Mix Media Automatisée

Détection de Synergies Cross-canal

Mesure du ROPO

Reporting Automatisé

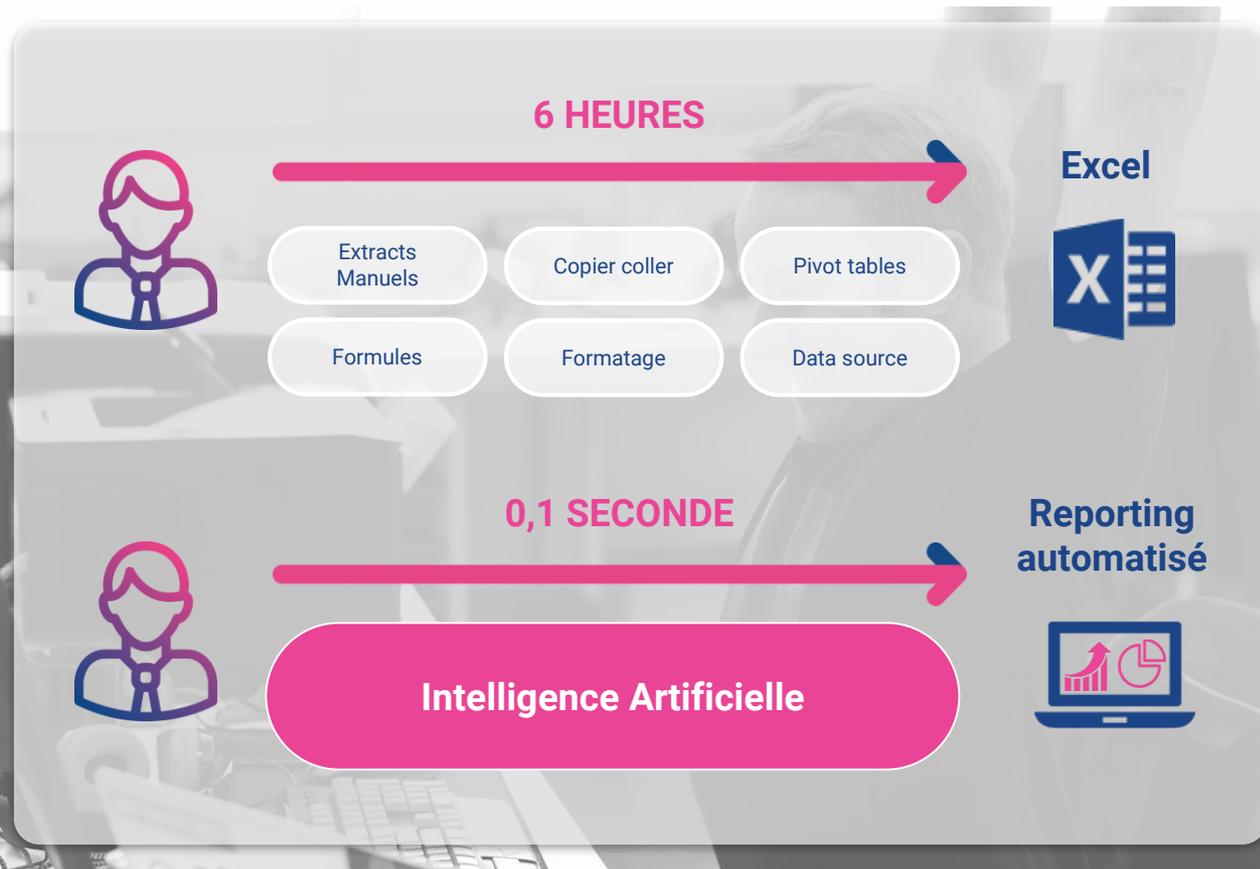
MESURE

Prédiction des ventes

Artefact a développé en interne une infrastructure agile pour collecter et structurer les différentes sources de données de ses clients. Ses consultants data-fluent peuvent désormais s'appuyer sur cette infrastructure pour concevoir des rapports automatisés et personnalisés via Tableau.

Le résultat : Une augmentation importante de la productivité.

Les rapports qui prendraient 6 heures à produire sont maintenant prêts en seulement 0,1 seconde.



Trafficking 2.0 : how to turn 10 days into 10 minutes



1 TURN MEDIA PLANS INTO CAMPAIGNS

The media plan is automatically ingested and processed by our algorithm to set up campaign in DoubleClick Campaign Manager.



2 DETECT ERRORS THAT IMPACT CAMPAIGNS

Errors are detected and detailed on the interface and can immediately be corrected.



3 CREATE CAMPAIGNS IN DCM

Automatic campaign setup in DCM : the algorithm creates ads and their backups.



Minimum human intervention :
98% automated vs 100% manual

Faster :
10 mins vs 10 days
Handles multiples campaigns at the same time

More reliable :
Detect human mistakes
Less than 1% error rate vs 10% industry standard error rate

User-friendly :
1 easy-to-use interface vs multiple crashing excels

Trafficking 2.0 : a stand-alone interface

^ Trafficking 2.0

GENERAL

Networks [+ Add](#) [Change](#)

Errors [+ Add](#) [Change](#)

MEDIA PLAN

Media Plans [+ Add](#) [Change](#)

Simple Plans [+ Add](#) [Change](#)

Formats [+ Add](#) [Change](#)

Nomenclatures [+ Add](#) [Change](#)

Site correspondences [+ Add](#) [Change](#)

TRAFFICKING

Traffic Sheets [+ Add](#) [Change](#)

Event Tags Creation [+ Add](#) [Change](#)

SETTINGS

APIs [+ Add](#) [Change](#)

User Logs [+ Add](#) [Change](#)

Users [+ Add](#) [Change](#)

Groups [+ Add](#) [Change](#)

Networks Rights [+ Add](#) [Change](#)

^ Trafficking 2.0

WELCOME, CLARA.VILAREM CHANGE PASSWORD / LOG OUT

Home » Media Plans

⚠ Don't forget to sync advertisers

Media Plans

🔍 Search

[ADD MEDIA PLAN](#) [SYNC ADVERTISERS](#) [DELETE](#)

ID	NAME	LAST MODIFIED	ADVERTISER	CAMPAIGN	TRAFFIC SHEET
4	GSEB-Calor-AccessSteam-Avril2018	March 31, 2018, 7:53 p.m.	Netbooster - DFA EMEA: Groupe SEB - Calor		Download
1	Tefal Body Partner	April 4, 2018, 9:10 a.m.	Netbooster - DFA EMEA: tesL_artefact		Download

2 Media Plans

^ Trafficking 2.0

WELCOME, CLARA.VILAREM CHANGE PASSWORD / LOG OUT

Home » Traffic Sheets » Add Traffic Sheet

🔍 Traffic Sheets

Api config *: [+](#) [-](#) [x](#)

Name:

Traffic sheet *: Aucun fichier choisi

Creatives zip: Aucun fichier choisi

Description:

Created: -

Last modified: -

TS Historic:

[Save and add another](#) [Save and continue editing](#) [SAVE](#)

Display optimization : take the best daily actions to optimize your campaign



1 HAVE ACCESS TO A DAILY DETAILED PERFORMANCE REPORTING

Every day, **we scan every granular details on running campaigns** to consolidate a view of each parameter very performances.

2 GET AN AI RECOMMENDATION ON ALL THE CAMPAIGN PARAMETERS

Our algorithm then **pushes on a daily basis, all the actions to take to optimize the ongoing campaign** according to its objectives.

3 AN EVER ROBUST AI PROPRIETARY ALGORITHM

By **continuously ingesting campaigns reports**, our algorithm can ameliorate its recommendations every day.

Automated :

100% automated vs manual check

Flexible :

Custom optimization every day

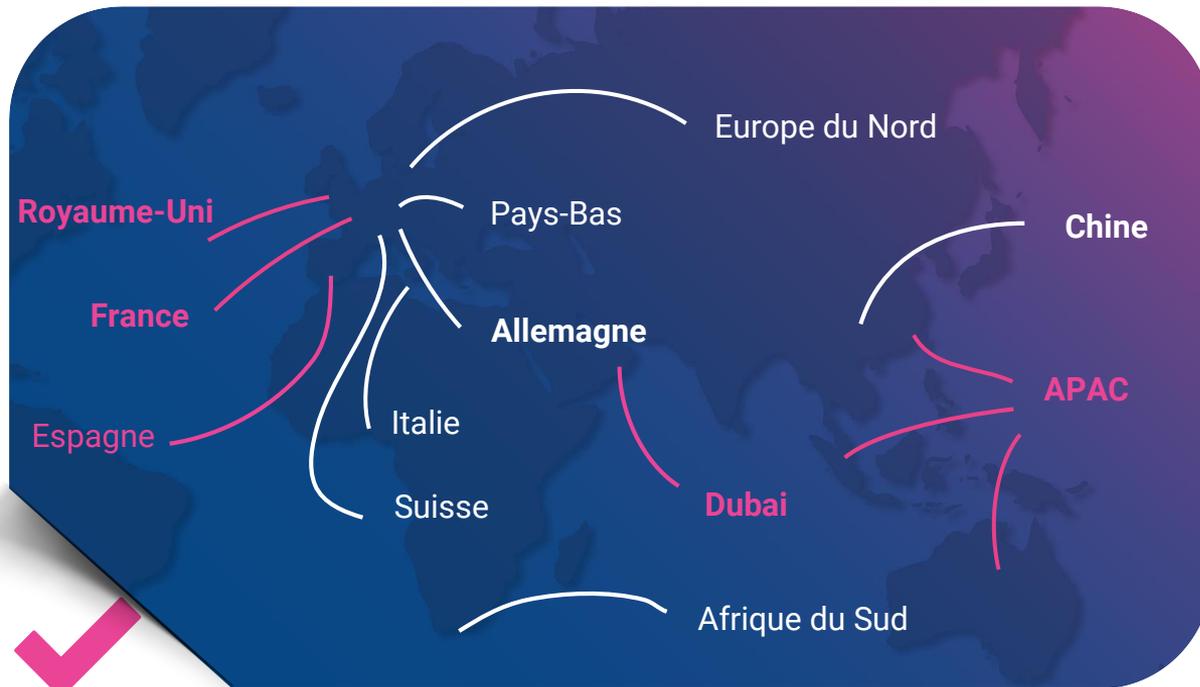
More reliable :

Data-driven optimizations vs intuition

Evolutive :

A Machine Learning algorithm smarter every day

4 International : Relance de l'activité sur les implantations existantes, stratégie offensive en Asie



Offre commune déployée sur **50%** du réseau

4 International : Relance de l'activité sur les implantations existantes, stratégie offensive en Asie

Avec l'ouverture de filiales l'année dernière à Hong Kong, Singapour, en Malaisie et en Australie...

**Une 1^{ère} acquisition stratégique :
8 Matic et de ses sociétés affiliées**

KEY FIGURES



**Plus de 80
employés**



**Marge brute de 3M€ en
2017**, soit une croissance
organique de 30%.



**EBITDA
de plus de 10%**



Une position idéale pour profiter de la demande locale en plein essor.

8

**ans de connaissances acquises
sur l'écosystème numérique chinois**

Largement reconnu parmi les annonceurs globaux opérant en Asie dont Pernod Ricard, DFS, Dior, Hugo Boss, Finnair, Bic, English First, RedBull, Merck, Club Med and Huawei...



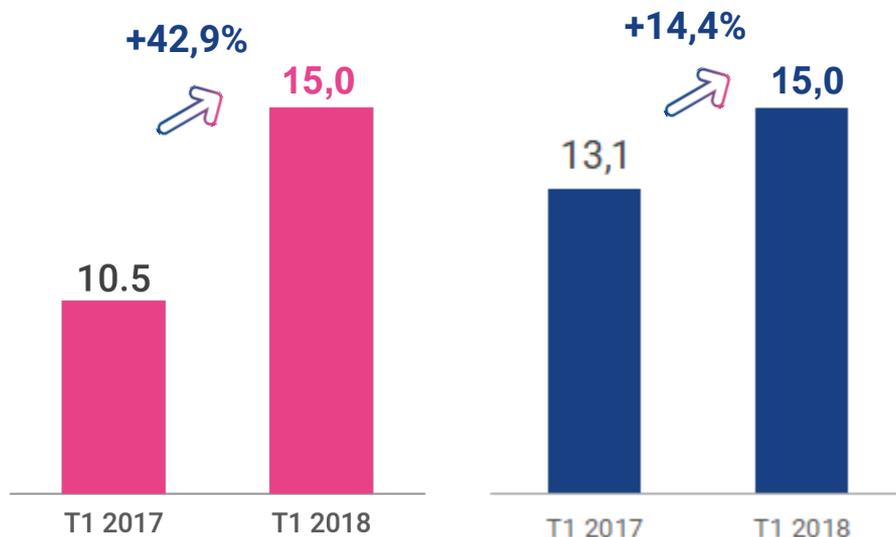
Solides partenariats établis

avec BAT (Baidu, Alibaba, Tencent) en termes d'inventaire, de données, de suivi et d'activation des médias.



Étendre son potentiel pour travailler avec des clients occidentaux dans la zone Asie-Pacifique

» Un début d'exercice prometteur



■ Données publiées
■ Données proforma⁽¹⁾

(1) Intégration d'Artefact, d'8 Matic et de ses affiliés sur trois mois en 2017 et en 2018



Nette accélération par rapport l'exercice 2017



Un début d'exercice prometteur

en M€	Marge brute publiée			Marge brute proforma ⁽¹⁾		
	T1 2018	T1 2017	Variation	T1 2018	T1 2017	Variation
France	5,4	2,2	+145,4%	5,4	4,2	+29,0%
Reste de l'Europe	8,1	7,6	+6,1%	8,1	7,6	+6,1%
Asie Pacifique, MENA	1,5	0,6	+132,5%	1,5	1,3	+17,0%
TOTAL GROUPE	15,0	10,5	+42,9%	15,0	13,1	+14,4%



Nette accélération par rapport l'exercice 2017

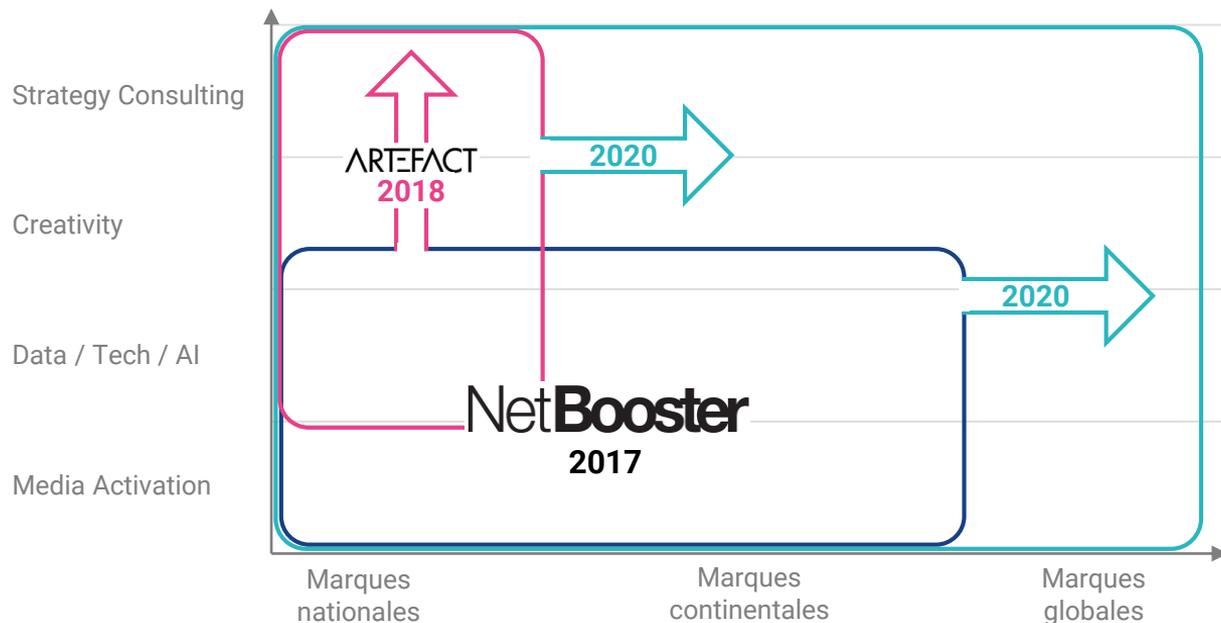
(1) Intégration d'Artefact, d'8 Matic et de ses affiliés sur trois mois en 2017 et en 2018



Nos objectifs pour 2018

Artefact est confiant dans sa capacité à dégager sur l'exercice 2018 une croissance de la **marge brute proforma supérieure à 10%**. Cette progression devrait s'accompagner d'une **progression sensible des résultats**.

» Une ambition réaffirmée



2020 : 100 M€ de MB
EBITDA : 10 et 15% de
la marge brute

» Artefact en bourse

Code ISIN	FR0000079683
Nombre de titres	31 099 339
Volume moy. (20 séances)	41 663
Cours (au 24/04/2018)	2,55 €
Variation depuis 01/01/2017	-6,9%
Variation depuis 01/01/2018	-25,2%
Capitalisation (au 24/04/2018)	79,3 M€

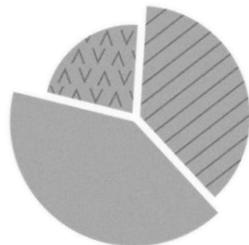
Actionnariat au 30/01/2018

Artefact Founders & Managers

17,6%

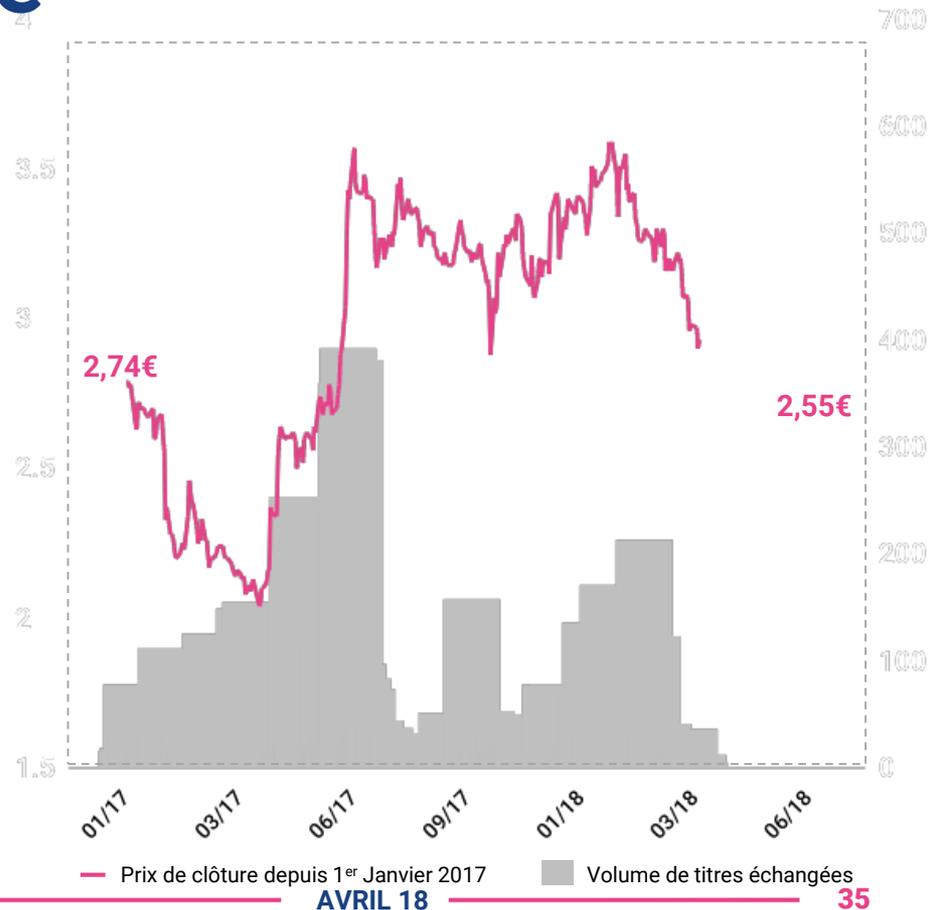
Flottant

49,2%



Investisseurs institutionnels

33,2%



ARTEFACT

Q&A





ARTEFACT