

Communiqué de Presse

Paris, mardi 27 octobre 2020
17:45 CEST

Un tournant dans la trajectoire de performance du Groupe La validation du modèle intégré dans le Data Marketing

Premier semestre 2020

Marge brute : 35,1 M€ en croissance de 8% proforma¹

EBITDAr : des résultats en forte progression à 6 M€ (17,0% de la marge brute contre 4,3% au premier semestre 2019)

Troisième trimestre 2020

Activité soutenue, portée par la solide dynamique commerciale

Marge brute de 15,6 M€ (+3% proforma)

Perspectives

Accélération de la croissance attendue au quatrième trimestre

Révision à la hausse des objectifs 2020, marge d'EBITDAr >15% (vs >10%)

Artefact (FR0000079683 – ALATF – éligible PEA-PME) présente ses résultats consolidés au titre du premier semestre 2020 et sa marge brute du 3^{ème} trimestre 2020.

Guillaume de Roquemaurel & Vincent Luciani, co-DG du Groupe Artefact, commentent les performances du semestre :

« Les résultats du semestre marquent un vrai tournant dans notre parcours et nous inscrivent désormais dans une trajectoire durable de croissance et de profitabilité. Nous occupons aujourd'hui une place à part dans l'univers du Data Marketing qui nous permet de faire la différence face aux grands acteurs internationaux du marché. Notre modèle, qui marie le meilleur des expertises digital, data et Tech nous positionne au cœur des problématiques des marques internationales qui doivent se réinventer pour pérenniser la relation avec leurs consommateurs.

La crise sanitaire a considérablement accéléré ce besoin de transformation et constitue une formidable opportunité qui commence à se matérialiser dans nos performances commerciales et financières.

Pour Artefact, c'est maintenant que l'histoire commence ! »

¹ Données proforma issues du retraitement après cessions et fermetures de bureaux intervenus dans les Pays Nordiques et en Italie.

Poursuite de la croissance en dépit de la crise sanitaire

Sur le premier semestre 2020, Artefact affiche une marge brute de 35,1 M€, en hausse de 8% en proforma. Cette progression constitue une performance remarquable compte tenu de l'impact de la baisse des investissements marketing dans plusieurs secteurs (tourisme, aérien, hospitalité, ...). **Artefact a fait la différence en affichant une solide croissance et en dégageant un niveau d'activité toujours élevé** (stabilité de la marge brute au second trimestre après un premier trimestre en progression de 17%).

Cette progression est d'abord l'illustration de la transformation opérée avec succès par le Groupe, avec une nouvelle organisation en place, des offres reconfigurées à forte valeur ajoutée et des positions géographiques établies sur les marchés stratégiques européens et asiatiques.

Cette dynamique est portée par l'accélération de la transformation digitale des Marques. Cet enjeu est devenu prioritaire, en particulier avec le fort développement du e-commerce pendant la crise. Il va s'imposer comme un accélérateur durable qui viendra soutenir la croissance future.

Grâce à la force de ses expertises data marketing permettant d'apporter aux marques un accès direct au consommateur, **Artefact est ainsi prêt à accélérer en profitant des opportunités considérables offertes par cette évolution structurelle du marché.**

L'amélioration de la rentabilité se matérialise au premier semestre

Le Conseil d'Administration s'est réuni le 21 octobre 2020 afin d'arrêter les comptes du Groupe pour le premier semestre 2020.

<i>en M€ - Données non auditées</i>	S1 2020	S1 2019 proforma
Marge brute	35,1	32,5
Charges de personnel	(25,1)	(25,0)
Charges externes, autres produits et charges opérationnelles	(4,0)	(6,1)
EBITDA²	6,0	1,4
Marge EBITDA / Marge brute	17,0%	4,3%
EBITDA	6,5	1,0
Dotation aux amortissements et provisions	(2,0)	(1,9)
Autres produits et charges non courants	(0,7)	(0,5)
Résultat opérationnel	3,7	(1,5)
Résultat financier net	(0,5)	(0,5)
Impôts	(0,6)	(0,4)
Résultat net des activités poursuivies	2,6	(2,3)
Résultat net des activités abandonnées	(0,5)	(0,6)
Intérêts minoritaires	(0,1)	(0,0)
RÉSULTAT NET PART DU GROUPE	2,0	(2,9)

² EBITDA² : EBITDA retraité de l'impact IFRS2 des attributions d'actions gratuites et émissions d'actions de préférence, l'impact IFRS 3R lié aux rémunérations pour services postérieurs aux acquisitions ainsi que l'impact IFRS 16 lié au retraitement des charges de loyers. La Société a ainsi choisi de présenter un EBITDA retraité afin de mieux refléter sa performance opérationnelle, indépendamment de sa politique d'attraction et de rétention des talents ainsi que des modalités d'acquisitions dans le cadre de sa politique de croissance externe.

Les deux années d'investissements nécessaires à la transformation du Groupe commencent aujourd'hui à porter leurs fruits avec des résultats en forte progression.

Au-delà du **recentrage géographique** sur les zones à fort potentiel et la **fin des travaux de structuration** des fonctions support, trois leviers sont au cœur de cette performance :

- Installation d'une Marque forte dans l'ensemble des géographies ;
- Recrutement des équipes Conseil pour définir et commercialiser la nouvelle offre ;
- Structuration des équipes data pour construire une bibliothèque d'algorithmes et d'outils.

Dans ce contexte, **l'EBITDAr est multiplié par quatre** à 6,0 M€ contre 1,4 M€ au premier semestre 2019. Il représente **17,0% de la marge brute proforma de la période contre 4,3% au premier semestre 2019**. Cette nette progression est liée principalement à la croissance de la marge brute et la bonne tenue des charges opérationnelles sur la période.

Ainsi, les charges de personnel sont stables à 25,1 M€ et représentent 71,5% de la marge brute totale contre 76,9% au premier semestre 2019. Cette stabilité illustre l'optimisation opérée sur les effectifs des fonctions support, les équipes facturables dédiées au développement et à la fidélisation du portefeuille clients étant quant à elles, en progression sur la période.

Cette évolution est parfaitement conforme avec l'objectif de progression de la marge brute à un rythme nettement supérieur à la masse salariale.

Les charges externes ont diminué de 2,1 M€ sur le semestre pour atteindre 4,0 M€, traduisant la fin des investissements réalisés ces deux dernières années pour structurer la Marque et les process désormais installés au sein du Groupe.

L'ensemble des territoires du Groupe contribue à la progression des résultats du semestre :

En France, premier pays du Groupe, l'EBITDAr progresse de 109% par rapport au premier semestre 2019. Il s'établit à 4,6 M€, représentant 26,3% de la marge brute de la période rejoignant les meilleurs comparables du secteur.

Dans le Reste de l'Europe et les Autres Marchés, l'amélioration des résultats est également au rendez-vous dans la totalité des pays. Ces deux zones deviennent ainsi chacune contributrices avec un EBITDAr de 1,3 M€, en progression de 2,1M€.

Après prise en compte des impacts IFRS2, IFRS 3R et IFRS16, l'EBITDA s'établit à 6,5 M€ en progression de 5,5 M€. Le résultat opérationnel est positif à hauteur de 3,7 M€, contre une perte opérationnelle de 1,5 M€ au 1^{er} semestre 2019.

Au total, le résultat net part du Groupe ressort en nette amélioration pour s'établir à 2,0 M€ contre une perte de 2,9 M€ en 2019.

Une activité soutenue et en croissance au troisième trimestre

	Publié	Proforma		Publié
Marge brute en M€	T3 2020	T3 2019	Variation	T3 2019
France	7,4	5,9	26%	5,9
Reste de l'Europe	4,9	5,5	-10%	5,9
Autres Marchés*	3,3	3,8	-13%	3,8
TOTAL	15,6	15,1	+3%	15,6

Données non auditées

* Les « Autres marchés » intègrent la zone Asie Pacifique - MENA et le Brésil

Le second semestre s'est ouvert sur un troisième trimestre en croissance et une solide dynamique commerciale qui devrait s'accélérer au cours des prochains mois. Ainsi, après un premier trimestre en hausse de 17% et un second trimestre stable, la marge brute proforma de la période affiche une hausse de 3% à 15,6 M€,

La France est au cœur de cette progression avec un troisième trimestre en hausse de +26% à 7,4 M€. Sur le reste de l'Europe, l'amélioration est au rendez-vous avec un repli de la marge brute proforma limité à 10% (à 4,9 M€) à comparer à la baisse de 18% enregistrée sur l'ensemble du premier semestre.

Les Autres Marchés sont en repli de 13% à 3,3 M€, principalement en raison d'un effet de base important et de la perte d'un client en Chine dans le secteur du Duty Free, logiquement impacté par les restrictions sur les voyages aériens. Cette situation conjoncturelle ne remet toutefois pas en question la dynamique de ces marchés qui affichaient une progression de 40% de la marge brute au premier semestre.

Des atouts décisifs pour la transformation engagée par les Marques

Artefact est maintenant en ordre de marche pour accélérer grâce à un modèle unique ancré sur quatre atouts décisifs :

- **Des solutions innovantes centrées sur la valorisation de la data**
Face à une concurrence encore largement représentée par des spécialistes issus du monde du conseil ou de la publicité, Artefact intègre des expertises uniques (technologie, IA /traitement de la donnée, créativité et marketing digital...) déployées sur **trois offres qui constituent des atouts concurrentiels décisifs** : Data Consulting (conseil en transformation Data), Data Marketing (accompagnement des départements marketing dans l'adoption des nouveaux outils data) et Digital Activation (conseil et exécution de campagnes publicitaires digitales).
- **Une focalisation sur les enjeux consommateurs prioritaires des grandes Marques**
Fort de ce positionnement, **Artefact peut désormais focaliser sa dynamique de développement en direction des grandes marques, le plus souvent mondiales.** Des relations historiques ont déjà été bâties avec nombre de ces acteurs, qui doivent aujourd'hui repenser leur modèle de conquête et de fidélisation en mettant désormais au cœur de leurs priorités, la connaissance et l'accès direct au consommateur. Signe de l'importance de ces enjeux pour les grandes marques, le Groupe compte désormais 15 clients, générant chacun plus de 1M€ de marge brute par an. Le potentiel d'extension du champ d'intervention auprès de ces partenaires et les opportunités de développement de nouvelles références sont considérables, comme l'illustre la **forte progression du pipe commercial qui viendra porter la croissance dès les prochains mois.**
- **Une couverture géographique mondiale recentrée sur les territoires à fort potentiel**
Après le recentrage opéré au cours des derniers mois, Artefact concentre aujourd'hui ses efforts sur deux zones géographiques à fort potentiel.

En Europe, Artefact bénéficie d'un **ancrage fort en France, siège de nombreuses marques mondiales dans le domaine du luxe et de la grande consommation**. Sur les autres pays, le déploiement du modèle est désormais largement avancé, offrant également de solides perspectives de croissance.

En Asie, Artefact figure aujourd'hui **parmi les seuls acteurs ayant réussi à s'imposer de manière durable et significative**. Cette position, sur un marché stratégique pour les marques locales et internationales, s'est encore récemment illustrée avec la certification obtenue auprès d'Alibaba, pour devenir prestataire de services de Brand Databank, la banque de données sur les consommateurs de l'écosystème du géant chinois de l'e-commerce. Artefact est ainsi la première agence de data marketing à recevoir cette certification offrant un potentiel important avec les marques opérant dans l'écosystème d'Alibaba.

- **Une marque aujourd'hui établie et internationale, une capacité démontrée à attirer les meilleurs talents**
Dernier atout : la capacité d'Artefact à attirer les meilleurs talents, sur un marché où les expertises dans les domaines de la Data et de l'IA sont activement disputées. Grâce aux efforts engagés au cours des deux dernières années, la marque bénéficie aujourd'hui d'un rayonnement qui lui permet de relever ce défi comme l'illustre les 107 recrutements opérés au cours du semestre sur des profils de haut niveau dans le conseil, l'ingénierie ou la data.

Accélération de la croissance attendue au quatrième trimestre

Révision à la hausse de l'objectif annuel de marge d'EBITDAr

Fort de ces atouts, Artefact aborde les prochains mois avec confiance. **La dynamique commerciale observée au troisième trimestre devrait s'intensifier avec une accélération de la croissance attendue au quatrième trimestre.**

Ces perspectives d'activité favorables devraient s'accompagner d'une forte progression des résultats dans le prolongement des performances dégagées au premier semestre. Dans ce contexte, **Artefact révisé à la hausse son objectif de marge d'EBITDAr annuel**. Le Groupe est ainsi confiant dans sa capacité à afficher **un taux de marge d'EBITDAr 2020 supérieur à 15%** (pour un objectif initial fixé à plus de 10% en juillet).

Fort d'un modèle qui commence à prendre sa mesure dans la croissance et la profitabilité, Artefact est ainsi engagé dans une trajectoire de performance durable qui doit lui permettre de s'imposer rapidement aux premiers rangs des acteurs internationaux du data marketing.

Pour atteindre cette ambition, Artefact pourra continuer à s'appuyer sur **une situation financière solide** avec, à fin juin 2020, une trésorerie de 18,4 M€ (contre 14,7 M€ à fin décembre 2019).

Nos prochains rendez-vous (après bourse) :

Judi 28 janvier 2021

Marge brute de l'exercice 2020

FIN

A propos d'Artefact | artefact.com

Artefact est une nouvelle génération de société de conseils et services *data-driven* transformant la donnée en valeur ajoutée et en impact commercial pour ses clients. Fortement implantée sur de grands marchés mondiaux (France, Allemagne, Royaume-Uni, Asie, Dubaï), Artefact intervient auprès d'un large portefeuille de plus de 300 clients

intégrant de nombreux leaders mondiaux comme Samsung, Danone, L'Oréal et Sanofi. S'appuyant sur l'exploitation et l'analyse de la donnée, les activités du Groupe sont structurées en 3 grandes offres : Data Consulting, Data Marketing et Digital Activation. Artefact est cotée sur le marché Euronext Growth Paris (code ISIN : FR0000079683).

Pour plus d'informations :

Communication Financière

ARTEFACT

Tel. 00 33 (0)1 40 40 27 00

investor-relations@artefact.com

Contact Presse

ACTIFIN

Stéphane Ruiz / Simon Derbanne

Tel. 00 33 (0)1 56 88 11 11

sderbanne@actifin.fr