

Communiqué de Presse

Paris, Mercredi 14 mars 2018
17:45 CET

Acquisitions en Chine

Artefact étend son rayonnement sur le marché asiatique

Artefact (FR0000079683 – ALATF – éligible PEA-PME) annonce l'acquisition en Chine de la société 8 Matic et de ses affiliés opérant sous la marque NetBooster. Après l'ouverture en 2017 de filiales à Hong-Kong, à Singapour, en Malaisie et en Australie, ces acquisitions constituent une nouvelle étape dans l'engagement du Groupe sur les marchés en phase d'accélération d'Asie Pacifique.

Croissance de près de 30%, solide rentabilité

8 Matic et les affiliés repris bénéficient d'une expertise digitale reconnue au carrefour du conseil, de l'activation média et de la création. Créées en 2010 par Pascal Duriez et Jo Chan Kue, les sociétés sont implantées à Shangai, Hong Kong et Séoul. Avec un effectif de près de 80 collaborateurs, elles ont dégagé une marge brute de 3 millions d'euros en 2017, en croissance organique de 30% par rapport à 2016. La rentabilité est également au rendez-vous avec un EBITDA historiquement supérieur à 10%. Grâce à la connaissance de l'écosystème digital chinois acquise au cours des 8 dernières années, elles bénéficient d'une forte reconnaissance auprès d'annonceurs internationaux opérant en Asie comme Pernod Ricard, DFS, Dior, Hugo Boss, Finnair, Bic, English First, RedBull, Merck, Club Med, Cebu Pacific Air, et Huawei.

A l'issue de la transaction, Artefact devient actionnaire majoritaire de 8 Matic et de ses affiliés. Cet accord prévoit un renforcement de cette participation au cours des quatre prochaines années à l'issue desquelles Artefact détiendra 100% du capital. Artefact disposait déjà d'une participation de 19% dans l'une des sociétés reprise depuis 2010.

Pascal Duriez constituera une pièce maîtresse dans le développement d'Artefact sur la zone Asie Pacifique. Il est ainsi nommé CEO Artefact de la zone APAC. Il rejoint également le Comité Stratégique du Groupe aux côtés de Guillaume de Roquemaurel (CEO Artefact Group), Vincent Luciani (COO Artefact Group), Philippe Rolet (CTO Artefact Group), Matthew Phelan (CEO 4Ps), Julius Ewig (CEO Metapeople Allemagne), Kristoffer Ewald (CIO Artefact Group), Lennert De Rijk (CEO BeNeLux & Nordics), Jan Klawer (CEO MENA).

Pascal Duriez commente l'opération : « *Je suis particulièrement heureux de rejoindre le Groupe. L'alliance de nos expertises et l'extension de notre rayonnement sur des marchés en phase d'accélération nous ouvrent un potentiel de développement considérable. Nous avons déjà pu mesurer sur des campagnes communes la force de ce rapprochement. Lorsqu'on partage la même expertise en Data, Media et Création, acquérir*

une connaissance approfondie des marchés de la zone APAC et de la Chine fait une grande différence. Nous sommes aujourd'hui en ordre de marche pour aller plus loin sur toute la zone APAC. »

Une étape décisive dans le déploiement d'Artefact sur les marchés d'Asie Pacifique

Après l'ouverture en 2017 de filiales à Hong-Kong, à Singapour, en Malaisie et en Australie, l'opération renforce le positionnement d'Artefact sur la zone Asie Pacifique avec un effectif de plus de 100 collaborateurs désormais mobilisés sur ce marché.

Nouvelles expertises technologiques, fort potentiel d'accompagnement des clients occidentaux

Avec ces acquisitions, Artefact va également bénéficier d'une connaissance pointue de l'écosystème technologique asiatique grâce notamment aux partenariats établis avec les BAT (Baidu, Alibaba, Tencent) en matière d'inventaire, de data, tracking et d'activation média. Fort de cette expertise, Artefact sera en mesure de générer d'importantes synergies commerciales avec son réseau international et de développer le potentiel d'accompagnement de ses clients occidentaux sur la zone Asie Pacifique.

Une position stratégique pour profiter du décollage des marques asiatiques

Avec cette opération, Artefact va également occuper une position idéale pour profiter du décollage de la demande locale. Conseil data, expertises en marketing digital, Intelligence Artificielle : les annonceurs sont de plus en plus nombreux à vouloir intégrer ces expertises dans leurs campagnes. A titre d'illustration, les dépenses en publicité digitale ont progressé en 2017 de près de 18% en Chine contre 7,7% sur le continent nord-américain¹. Elles devraient atteindre près de 100 milliards de dollars à l'horizon 2021. Fort d'une implantation directe, Artefact est prêt à tirer pleinement profit de cette tendance de fond.

Les grandes marques asiatiques bien établies sur leur continent d'origine ont par ailleurs engagé un mouvement de conquête des marchés occidentaux qui va s'accélérer au cours des prochaines années. Là encore, Artefact dispose désormais de tous les atouts pour profiter de ce potentiel de croissance considérable.

Guillaume de Roquemaurel, Directeur Général du Groupe Artefact, déclare : *« La Chine s'impose aujourd'hui comme l'un des pays les plus développés en ce qui concerne l'adoption et le développement du digital. En 2017, les ventes en ligne ont augmenté de plus de 17% par rapport à 2016 et le pays est aujourd'hui le premier marché mondial du e-commerce avec 440 milliards d'euros de chiffre d'affaires. Dans ce contexte, les opportunités sont considérables et nous entendons bien les saisir en accélérant notre développement sur ce marché prometteur. L'opération annoncée aujourd'hui s'inscrit parfaitement dans cette stratégie offensive qui devrait nous permettre de dégager une forte croissance sur ce marché dès 2018. »*

¹ Statista Digital Economy Compass

Nos prochains rendez-vous (après bourse) :

25 avril 2018

Résultats de l'exercice 2017 et Marge brute du 1^{er} trimestre 2018

24 juillet 2018

Marge brute du 2nd trimestre 2018

23 octobre 2018

Résultats du 1^{er} semestre 2018 et Marge brute du 3^{ème} trimestre 2018

FIN

A propos d'Artefact | artefact.com

Artefact est l'agence digitale élue agence innovante de l'année 2017. Incarnant aujourd'hui l'alliance parfaite entre marketeurs et ingénieurs, l'agence accompagne les plus grands annonceurs à inventer les nouvelles expériences client de demain s'appuyant sur les nouvelles technologies. La société compte aujourd'hui près de 1000 collaborateurs à travers le monde, dans 17 pays et repose sur trois offres complémentaires : Conseil data, Expertise en marketing digital et Déploiement de technologies (Big Data et Intelligence Artificielle). Parmi ses 600 clients actifs, plus de 100 grands comptes intéressés par les expertises poussées de l'agence tels que AccorHotels, Orange, Carrefour, Emirates, Deutsche Telekom, Monoprix... Artefact, fondée par trois anciens de l'Ecole Polytechnique : Vincent Luciani, Philippe Rolet et Guillaume de Roquemaurel, a connu un taux de croissance très soutenu depuis sa création en 2015 avec un triplement de son chiffre d'affaires en 2016. L'agence a opéré un rapprochement en septembre 2017 avec le groupe Français côté NetBooster, réseau international d'agences digitales animé par des experts data et médias.

Artefact s'est par ailleurs vue également récompensée cette année par un prix d'honneur Grand Prix au Data Festival et par la FrenchTech avec la remise d'un diplôme officiel des sociétés Française en hypercroissance par Mounir MAHJOUBI, Secrétaire d'État auprès du Premier ministre, chargé du Numérique.

Pour plus d'informations :

Communication Financière

ARTEFACT

Guillaume de Roquemaurel

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

<mailto:investor-relations@artefact.com>

Contact Presse

ACTIFIN

Stéphane Ruiz / Victoire Demeestere

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