

RÉSULTATS ANNUELS 2015

- Année impactée par les mauvaises performances du premier semestre 2015
- Objectif financier 2016 : retour à la rentabilité

Le **Groupe ConcoursMania (FR0011038348, ALGCM)**, spécialiste du marketing digital par le jeu, publie ses résultats arrêtés au 31 décembre 2015. Le chiffre d'affaires annuel du Groupe s'établit à 17.03M€ sur l'année, en repli de 13.8% par rapport à 2014. Le taux de marge brute annuel ressort quant à lui à 29.3% et le résultat d'exploitation à -1.5M€. Ce chiffre résulte, comme indiqué lors de la publication du chiffre d'affaires, des conséquences des mauvaises performances enregistrées au S1.

«Conformément aux informations communiquées en mars dernier, l'année 2015 a été pénalisée par un premier semestre difficile. En effet, certaines campagnes de Services Vocaux Interactifs menées pour le compte de l'entreprise, ainsi que l'absence de trafic de nos applications Facebook sur la première partie de l'année, ont fortement impacté les volumes de marge brute. Les offres plateformes et monétisation du Groupe ont enregistré une progression avec de nouvelles signatures significatives et de bonnes performances sur nos bases de données, sans toutefois permettre de rattraper les effets pénalisants du S1.» précise **Julien Parrou, Président du Groupe ConcoursMania**

En K€ (au 31/12)	2015	2014
Chiffre d'Affaires	17 028	19 766
<i>dont international</i>	<i>20,52%</i>	<i>17,65%</i>
Marge brute	4 996	8 934
<i>en % du C.A.</i>	<i>29,34%</i>	<i>45,20%</i>
Total charges opérationnelles	5 729	6 099
<i>en % du C.A.</i>	<i>33,6%</i>	<i>30,9%</i>
Dont charges de personnel	5 030,0	4 995,0
EBITDA	-733	2 835
<i>En % du C.A.</i>	<i>-4,30%</i>	<i>14,34%</i>
Dont Dotations/Reprises (Amortissement, Dépréciation & Provisions)	477	416
EBIT	-1 565	2 215
<i>en % du C.A.</i>	<i>-9,19%</i>	<i>11,21%</i>
Résultat financier	-143	-24
Résultat courant avant impôts	-1 709	2 191
Résultat exceptionnel	-430	-3 071
Amortissement des écarts d'acquisition	0	92
I.S.	783	-5
Résultat net consolidé	-1 356	-967
Résultat net part du Groupe	-1 356	-967
<i>en % du C.A.</i>	<i>-7,96%</i>	<i>-4,89%</i>

Pôles BtoB et BtoC : des taux de marges brutes stabilisés et des actifs propriétaires déterminants

Le Groupe enregistre des taux de marges sur les pôles BtoB et BtoC à près de 30%. Le taux de marge du pôle BtoB s'établit désormais autour de 30%, malgré une pression exercée sur l'activité France. Le pôle BtoC voit ses taux de marges remonter au second semestre, passant de 27% au S1 à 34% au S2, en raison notamment de la bonne monétisation des acquisitions du Groupe.

Le Groupe ConcoursMania dispose d'actifs clés pour poursuivre son développement en France comme à l'international. Sa trentaine de sites de jeux casual français, américains et canadiens (jeux.com, playhub.com, kadogagnant.ca...) enregistre une audience de plus de 10 millions de visiteurs uniques par mois. Ces portails multi-supports constituent à la fois une source de revenu pour le Groupe qui en monétise les espaces, mais également un laboratoire d'étude des habitudes de jeux des consommateurs des différents pays où le Groupe est présent. ConcoursMania dispose en outre d'un réseau de plus de 25 millions d'adresses qualifiées, dont 12 millions en propre, pour diffuser et promouvoir les campagnes de ses clients. Enfin, ses outils technologiques propriétaires, dont PremiumCollect, permettent de générer des volumes conséquents de contacts qualifiés en France et à l'international, avec une moyenne de 2 millions de profils collectés par mois.

Objectif financier 2016 : retour à la rentabilité

ConcoursMania s'est doté d'une nouvelle organisation de ses équipes, en 'Feature Team', autour des métiers les plus porteurs du Groupe : la génération de trafic et la monétisation d'audience (PremiumCollect, Ad'n'Play, sites et bases de données en propre). En plus d'accroître son agilité dans le développement de ses produits et de ces offres, cette organisation permet au Groupe de réduire ses charges.

Les principaux outils technologiques de la société sont désormais développés, financés et opérationnels. Grâce aux algorithmes comportementaux et au yield management des campagnes, les offres du Groupe permettent d'accompagner les évolutions du marché et de renforcer les marges. Cette stratégie vient soutenir et faciliter le déploiement de ConcoursMania, notamment à l'international.

« Grâce à notre nouvelle organisation et à nos actifs en propre, notre Groupe entend ainsi renouer avec la rentabilité dès 2016. La signature de grands comptes dans les secteurs de l'automobile, de l'énergie et de l'immobilier au premier trimestre 2016, vient conforter le positionnement de ConcoursMania et confirme la capacité du Groupe à se développer en France comme à l'international » ajoute **Julien Parrou, Président du Groupe ConcoursMania**

A propos du Groupe ConcoursMania (FR0011038348, ALGCM)

Le Groupe ConcoursMania utilise le jeu pour relier une marque à ses consommateurs. Par ce levier, ConcoursMania génère rapidement du trafic ciblé sur des sites, applications et points de vente puis le monétise. Le Groupe ConcoursMania dispose d'actifs propriétaires clés avec une trentaine de portails de jeux casual et 25 millions de profils qualifiés dans son réseau, dont 12 millions en propre. En 2015, le Groupe ConcoursMania a réalisé un chiffre d'affaires de 17M€. La société compte plus de 500 références clients : Carrefour, Lufthansa, HomeAway, NRJ, Renault, Toys'R'us, Closer, Bordeaux Métropole, Histoire d'Or.

Prochain rendez-vous :

15 juillet 2016 : Bilan semestriel contrat de liquidité



Retrouvez toute l'information financière du GROUPE CONCOURS MANIA sur
www.concoursmania.com

Contact communication financière

Julien Parrou, PDG du Groupe ConcoursMania
investisseurs@concoursmania.com / 05 57 22 76 60