

## COMMUNIQUE DE PRESSE

### Résultats semestriels 2006 Résultat d'exploitation multiplié par 3

**Objectifs 2006 :**  
**CA supérieur à 8 M€**  
**Marge d'exploitation : 13%**

**Paris, le 2 novembre 2006 :**

La régie publicitaire Internet ADVERLINE annonce aujourd'hui ses résultats consolidés semestriels clos au 30 juin 2006.

En milliers €	S1 2006 Consolidé	S1 2005 Sociaux	Var.
Chiffre d'affaires	<b>3 485</b>	1 850	+88%
Résultat d'exploitation	<b>288</b>	97	X 2,9
<i>Marge d'exploitation</i>	<i>8,3%</i>	<i>5,2%</i>	
Résultat courant avant impôt	<b>266</b>	87	X 3,3
Résultat net consolidé	<b>107</b>	84	+27%
<i>Marge nette</i>	<i>3,1%</i>	<i>4,5%</i>	

## **Fort dynamisme des résultats du 1<sup>er</sup> semestre 2006**

ADVERLINE publie pour la première fois des résultats consolidés. La consolidation concerne les participations de 33,31% dans le capital d'Oxeva, de 40% dans le capital de KP Media et de 100% de Celibert. Etant donné l'impact très limité de ces 3 intégrations, les comptes consolidés du S1 2006 sont comparables aux comptes sociaux du S1 2005.

Le chiffre d'affaires consolidé pour le premier semestre clos au 30 juin 2006 s'est établi à 3,485 M€ en progression de 88% par rapport au 1<sup>er</sup> semestre 2005. Les 2 activités, régie publicitaire et micro-paiement progressent fortement malgré un effet saisonnalité traditionnellement défavorable sur les 6 premiers mois de l'année.

Le résultat d'exploitation a triplé et ressort à 288 K€, soit une marge d'exploitation de 8,3%. La marge d'exploitation progresse malgré des investissements importants à la fois dans les activités historiques du groupe et dans de nouvelles business lines. En effet, ADVERLINE a mis en place une politique tarifaire agressive dans l'activité de micro-paiement afin de privilégier le gain de parts de marché. La régie publicitaire atteint quant à elle une taille critique. ADVERLINE a recruté 4 commerciaux pour renforcer sa pénétration dans cette activité. Enfin, de nouvelles activités dans des segments porteurs permettant d'accroître la visibilité et la pérennité d'ADVERLINE ont été développées : commercialisation de l'adserveur dès le 1<sup>er</sup> trimestre 2007, le renforcement du pôle édition par la création de sites thématiques, emailing...

Le 1<sup>er</sup> semestre marque donc une nouvelle étape dans la stratégie de développement d'ADVERLINE avec d'importants investissements techniques (adserveur) et humains (8 recrutements) pour préparer l'avenir.

Le résultat net de l'ensemble consolidé ressort à 107 K€, en hausse de 27%, impacté négativement par l'amortissement des écarts d'acquisition sur l'activité micro-paiement de 85,6 K€.

## **Structure financière saine et solide**

Au 30 juin 2006, les capitaux propres s'élèvent 9,1 M€ et le gearing devient largement négatif. La trésorerie est de 5,7 M€ grâce à l'augmentation de capital réalisée en mai dernier. ADVERLINE dispose donc d'une structure solide et taillée pour sa croissance.

## **Perspectives 2006**

L'exercice 2006 est une année charnière pour ADVERLINE qui atteint une taille critique dans ses 2 activités historiques et a réalisé d'importants investissements afin d'accroître ses parts de marché et de préempter des audiences stratégiques fortes, le groupe.

Grâce à un effet saisonnalité favorable au 2<sup>nd</sup> semestre, à l'intégration de Société.com à compter du 31 juillet 2006 et une bonne gestion des charges fixes, ADVERLINE prévoit un chiffre d'affaires pour l'ensemble de l'exercice supérieur à 8 M€, soit une croissance de 83% et une marge d'exploitation de 13%.

Loïc de Kerdrel, Président Directeur Général d'ADVERLINE conclut : «ADVERLINE a enregistré une solide croissance de son activité et de sa rentabilité au 1<sup>er</sup> semestre, malgré des investissements majeurs pour structurer la société et préparer la croissance des années à venir. Le développement se réalise par croissance organique avec le recrutement de commerciaux, de techniciens et le lancement de nouvelles activités telles que des sites thématiques dans le crédit, la beauté ou encore la commercialisation de notre Advserveur. ADVERLINE poursuit également ses acquisitions ciblées, créatrices de valeur, telles que Société.com. Notre objectif est d'accroître la visibilité et la pérennité de notre Business Modèle, tout en accroissant la création de valeur à moyen long terme.»

**Prochain communiqué : chiffre d'affaires annuel 2006  
28 mars 2007**

**A propos d'ADVERLINE ([www.adverline.fr](http://www.adverline.fr)) :**

Cotée sur Alternext by Euronext™ Paris depuis mai 2006, ADVERLINE est la régie publicitaire Internet d'un des premiers réseaux de sites grand public français, représentant une audience de 12 millions visiteurs uniques par mois (source : Médiamétrie – Mai 2006).

ADVERLINE développe son expertise dans 2 domaines d'activité stratégique : la régie publicitaire online qui propose l'espace des sites de son réseau à des annonceurs et le micro-paiement.

ADVERLINE dispose d'un atout concurrentiel majeur : une indépendance et une réactivité technologique grâce à son propre outil technique : Adnext.

Le succès d'ADVERLINE sur ce marché en pleine expansion repose sur un large réseau de plus de 10.000 sites éditeurs, un éventail de clients reconnus, un savoir-faire approfondi du métier et une capacité permanente d'innovation technologique.

ADVERLINE a réalisé en 2005 un chiffre d'affaires de 4,3 M€ (x2,1) pour un résultat net de 0,3 M€ (x10,7).

**Adverline est coté sur Alternext by Euronext™ Paris**

**Code ISIN : FR0004176337 – Mnémon : ALADV**



**ADVERLINE**

Charles Costa de Beauregard  
Directeur Général Délégué  
[investisseurs@adverline.fr](mailto:investisseurs@adverline.fr)

**NewCap.**

Communication financière  
Relations investisseurs  
Emmanuel Huynh / Steve Grobet  
Tél. : 01 44 71 94 94  
Fax : 01 44 71 94 90  
[adverline@newcap.fr](mailto:adverline@newcap.fr)

**EuroLand Finance**

Listing Sponsor  
Julia TEMIN  
Tél.: 01 44 70 20 84  
Fax : 01 44 70 20 90  
[Jtemin@euroland-finance.com](mailto:Jtemin@euroland-finance.com)

\*\*\*\*\*