

Malgré la hausse des ventes digitales, la baisse des activités historiques va impacter les résultats du 1^{er} semestre 2016

Aix en Provence, le 29 mars 2016

CUSTOM SOLUTIONS (ISIN : FR0010889386 - Mnémonique : ALSOL) acteur majeur en France de solutions de digital & data marketing fait état d'une baisse plus importante que prévue des flux de production liés aux campagnes marketing de Noël 2015, affectant le niveau d'activité du 1^{er} semestre et donc ses résultats malgré les économies réalisées.

HAUSSE DES VENTES DIGITALES ET BAISSSE DES FLUX HISTORIQUES

Les ventes de plateformes digitales sont en hausse depuis le début de l'exercice, notamment grâce au lancement de la nouvelle plateforme Promoanalytics permettant l'analyse temps réel des données promotionnelles, et à l'accélération des ventes de la plateforme d'advocacy marketing Q3.

Cependant, malgré un nombre de campagnes quasi stable depuis le début de l'exercice (-1%), les flux de participation sont en forte baisse. En effet, l'activité du Groupe reste corrélée aux secteurs de l'électronique grand public et de la téléphonie mobile, dont les campagnes de fin d'année ont connu des flux de retours très en deçà des estimations, baisse amplifiée par la perte d'un client historique du Groupe courant 2015.

Le niveau de chiffre d'affaires et la rentabilité du Groupe au 1^{er} semestre seront donc impactés.

Comme annoncé précédemment, un plan de réorganisation RH générant 500K€ d'économies annuelles a été effectué au cours du premier trimestre afin d'ajuster les ressources affectées aux activités traditionnelles en baisse.

La hausse des investissements du Groupe dans les plateformes digitales orientées Big Data va continuer de peser sur les marges. Ces investissements (non immobilisés) ont pour objectif de faire de Custom Solutions un intervenant majeur dans la collecte, l'analyse et la valorisation des données promotionnelles des annonceurs.

STRATEGIE DIGITALE

Custom Solutions annonce les premières ventes de sa nouvelle plateforme d'analyse de la donnée promotionnelle : PromoAnalytics. Inédite sur le marché, cette plateforme Saas permet aux marques d'analyser en temps réel la data issue de leurs campagnes marketing. PromoAnalytics est la première solution du Groupe à s'appuyer sur l'architecture Big Data adoptée en 2015 par la société.



Parallèlement, grâce à son rapprochement avec Highten, le Groupe se dote d'une nouvelle plateforme digitale d'Engagement Marketing à destination du retail, afin de prendre le lead sur le créneau des programmes de fidélisation B2B, et enregistre - là aussi - ses premières ventes.

PERSPECTIVES et SYNERGIES

Le Groupe anticipe des résultats en baisse significative au 1^{er} semestre 2016 par rapport au 1^{er} semestre 2015, en raison d'une baisse plus importante que prévue des flux de production et de la hausse des investissements digitaux.

La hausse des ventes digitales, notamment de plateformes, au cours du 1^{er} semestre devrait cependant permettre une amélioration de l'activité et donc de la rentabilité au cours du 2nd semestre 2016. Les marques venant d'adopter les solutions digitales devraient en effet contribuer au développement des flux de production dans les mois et années à venir.

Enfin, la Société entend poursuivre et amplifier les synergies et la complémentarité des compétences entre les filiales du Groupe, ainsi que sa stratégie de valorisation de la donnée consommateur en France et en Europe.

Cédric Reny, Président Directeur Général de CUSTOM SOLUTIONS commente : « *Notre Groupe opère un changement de son offre. L'accélération nécessaire de notre transformation digitale pèse sur nos marges. Face à un marché concurrentiel, nous avons fait le choix, il y a 2 ans, de l'innovation digitale en transformant le Groupe et son positionnement. Aujourd'hui, plus de 50% de nos campagnes sont digitales. Nos clients attendent des solutions pour valoriser les données collectées. C'est dans ce sens que nous déployons les innovations numériques orientées data qui nous font gagner de nouveaux clients et nous permettent de les fidéliser. Les récentes acquisitions ou prises de participation ont pour objectif d'enrichir les savoir-faire digital et data du Groupe, en France et en Europe.* »

PROCHAIN COMMUNIQUÉ

Chiffre d'affaires 1^{er} semestre 2016

Le 17 mai 2016

(Après clôture du marché)

A propos de CUSTOM SOLUTIONS

Custom Solutions est une agence Marketing digitale basée à Aix-en-Provence, France. La société accompagne ses clients dans le recrutement et la fidélisation de leurs clients et consommateurs en s'appuyant sur une plateforme digitale.

Forte de 18 années d'expertise et de pôles de compétences diversifiés, Custom Solutions a acquis une solide notoriété auprès de 300 grandes marques, dont Sony, Michelin, Nokia, Total, Karcher, Butagaz...

En octobre 2013, la société a présenté un plan stratégique sur 3 ans, le projet « RIO 2016 », dont l'objectif est de faire de Custom Solutions un acteur leader du marketing opérationnel et digital en Europe d'ici 2016.

Le projet s'appuie sur 3 leviers stratégiques : la croissance externe, l'innovation marketing et digitale, et le développement à l'international.

C'est dans cette optique que Custom Solutions a acquis en 2015 40% de la société Highten, spécialisée dans les programmes marketing des réseaux de distribution et lançant une plateforme digitale exclusive sur son marché.



Coté sur Alternext d'Euronext Paris
ISIN : FR0010889386 – Mnémonique : ALSOL

CUSTOM SOLUTIONS

Cédric Reny

Président Directeur Général

David Lebec

Directeur Administratif et Financier

Tél. : +33 (0)4 86 91 41 43

investisseurs@customsolutions.fr

