

Résultats 1^{er} semestre 2014

Résultat d'exploitation : 636 K€ (-45,4%)

Résultat Net avant amortissement des écarts d'acquisition : 732 K€ (-36,7%)

Aix en Provence, le 16 juin 2014

CUSTOM SOLUTIONS (ISIN : FR0010889386 - Mnémonique : ALSOL) acteur majeur en France de solutions de Marketing Opérationnel annonce ce jour son résultat consolidé du premier semestre 2014 (du 1^{er} octobre 2013 au 31 mars 2014).

RESULTATS S1 2014

Les chiffres présentés sont extraits des comptes annuels non audités.

En milliers d'euros	S1 2014	S1 2013	Variation 2014/2013
Chiffre d'affaires	9 461	9 128	+3,7%
Résultat d'exploitation	636	1 165	-45,4%
En % du CA	6,7%	12,8%	
Résultat financier	551	434	+27,0%
En % du CA	5,8%	4,8%	
Résultat courant avant impôt	1 187	1 599	-25,8%
En % du CA	12,5%	17,5%	
Résultat exceptionnel	-97	129	n/s
En % du CA	-1,0%	1,4%	
Résultat net avt amort écart acq.	732	1 156	-36,7%
En % du CA	7,7%	12,7%	
Amortissement écart acquisition	-161	-	n/s
Résultat sociétés mises en équivalence	-21	-	n/s
Résultat net consolidé	550	1 156	-52,4%
En % du CA	5,8%	12,7%	

MAINTIEN DE LA PROFITABILITE MALGRE LA BAISSSE DE LA MARGE BRUTE

Comme annoncé précédemment, le résultat d'exploitation du Groupe a été affecté par la baisse de la marge brute et s'établit à 636 K€, soit 6,7% du CA.

Le résultat financier s'établit à 551 K€, grâce au maintien d'un niveau élevé de trésorerie (proche de 23 M€) et à l'optimisation des placements.



Ainsi le résultat courant avant impôt ne baisse que de 26% et reste à un niveau élevé de 12,6% du CA à 1 187 K€.

Le résultat exceptionnel s'élève à -97 K€ et correspond à des dotations aux provisions pour risques.

Le résultat net avant amortissement des écarts d'acquisition ressort ainsi à 732 K€, soit une marge nette de 7,7% significativement affectée par la dépréciation des titres de participation de Q3, en retard sur son plan de développement. Le résultat net consolidé s'établit ainsi à 550 K€ soit 5,8% du CA.

Ce résultat ne tient pas compte des 2 nouvelles acquisitions (Groupe APP et Lojaali) intervenues en mars 2014 et qui seront intégrées à compter du 1^{er} avril 2014.

FAITS MARQUANTS DU PREMIER SEMESTRE 2014

Avec le retour à une légère croissance de l'activité au cours du premier semestre 2014, le résultat a été marqué :

- Par un mix produit défavorable, malgré une croissance en marketing opérationnel, ayant engendré une baisse de la marge brute, qui est passée de 67% du CA au premier semestre 2013 à 61% au premier semestre 2014.
- Une hausse des charges d'exploitation hors RH, avec une forte augmentation des achats de marchandises, notamment expliquée par la modification du mix produit. Les autres achats et charges externes sont stables (+1%) malgré une forte hausse des dépenses d'intérim de 63% due à une saisonnalité plus marquée qu'à l'accoutumée et au changement d'ERP intervenu au 1^{er} octobre 2013.
- La maîtrise des charges de personnel, en baisse de 11,7%, notamment liée au report en année pleine de l'effet des départs de l'exercice précédent et cela malgré le déploiement au premier semestre d'une force commerciale en Europe, notamment pour l'Espagne/Portugal, le Benelux, et la Suède, dans le cadre de l'accélération du déploiement international du Groupe.
- Le maintien d'un niveau toujours élevé de trésorerie associé à des placements optimisés, permettant de réaliser un résultat financier historique.
- La hausse des dépenses d'investissement dans le cadre de l'évolution des outils internes du groupe (ERP), mais également des produits digitaux.
- La confirmation de l'ouverture de trois nouveaux bureaux commerciaux courant mai à Londres, Varsovie et Milan et la fermeture du bureau de Stockholm depuis l'acquisition de Lojaali couvrant ainsi les pays nordiques.



PERSPECTIVES 2014

Le Groupe entend donc poursuivre son développement à l'international et ses investissements dans le digital, tout en continuant son recentrage sur le Marketing Opérationnel.

Il s'attend à un maintien de l'activité organique au cours du second semestre mais avec une marge brute qui devrait retrouver un niveau normatif proche de 65%.

Enfin, les acquisitions récentes vont porter la croissance du Groupe à court terme et lui permettre de retrouver des résultats en hausse au cours du second semestre malgré le maintien des dépenses de développement commercial et des investissements.

Cédric Reny, Président Directeur Général de CUSTOM SOLUTIONS commente : « Ces résultats sont l'illustration de l'actualité en France avec un contexte économique dégradé qui nécessite d'avantage d'investissements pour retrouver le chemin de la croissance. Notre changement d'ERP a plus fortement affecté la performance de l'entreprise que prévu mais devrait nous fournir les moyens de notre développement en France et en Europe pour les années à venir, et nous accompagner dans le virage digital pris ces deux dernières années. Le démarrage des activités internationales est plus lent qu'attendu mais montre des signes encourageants. Il représentera un véritable relais de croissance pour le Groupe dans les années à venir. Les efforts d'investissements sont donc maintenus. Enfin, les acquisitions récentes du Groupe vont porter à nouveau notre dynamique pour les mois et années à venir et devraient nous permettre un retour à la croissance des résultats dès le second semestre de cet exercice. »

PROCHAIN COMMUNIQUÉ

Chiffre d'affaires annuel 2014

9 décembre 2014

(Après clôture du marché)



A PROPOS DE CUSTOM SOLUTIONS

Créée en 1997, Custom Solutions est un acteur majeur en Solutions de Marketing Opérationnel. La société accompagne ses clients dans le développement de leurs ventes, l'acquisition et la fidélisation de leurs consommateurs et la motivation de leurs réseaux commerciaux en concevant et déployant des campagnes marketing innovantes et efficaces, de la plus classique à la plus personnalisée, partout en France et en Europe.

Grâce à son offre intégrée, sa capacité d'innovation reconnue et à ses 17 années d'expertise, **Custom Solutions** s'est construit une solide notoriété auprès de **300 clients prestigieux**, dont Danone, Nestlé, Ferrero, Procter & Gamble, Sony, LG, Warner Bros, Orange, Free, Renault ou Total.

La société a annoncé en octobre 2013 un plan stratégique à 3 ans, RIO 2016, dont l'objectif est de faire de Custom Solutions un acteur majeur en Europe du marketing opérationnel. Le projet s'articule autour de 3 axes :

- Les acquisitions externes
- L'innovation dans les nouveaux produits dans le marketing et le digital
- Le développement à l'international

A ce titre, Custom Solutions est entré au capital à hauteur de 25% de la société Q3 qui possède une forte expérience des réseaux sociaux et a développé un logiciel de mobilisation virale des avocats de marque. La société a également acquis 70% du groupe marketing français de solutions packagées APP et 55% de l'agence de promotion finlandaise LOJAALI et son antenne suédoise LOJALTIC.



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

CONTACTS

CUSTOM SOLUTIONS

Cédric Reny

Président Directeur Général

David Lebec

Directeur Administratif et Financier

Tél. : +33 (0)4 86 91 42 31

investisseurs@customsolutions.fr

<https://www.linkedin.com/pub/david-lebec/43/809/60a>

GILBERT DUPONT

Jérôme Guyot

Listing Sponsor

Tél. : +33 (0)1 40 22 45 87

jerome.guyot@gilbertdupont.fr