

# Compte rendu de comité de suivi

FOR YOUR VIDEOS

Période de référence : 3ème trimestre 2022

Expéditeur(s) : Fabrice COURDESSES et Yannick WITTENAUER

Destinataire(s) : Investisseurs Finple



# Compte rendu de comité de suivi



## Date de tenue du comité

19/10/2022



## En présence de

Charles Royer et Alexis Robereau – FINPLE  
Guillaume Pellery et Nicolas Pereira – A PLUS FINANCE  
Fabrice Courdesses et Yannick Wittenauer- FYV

### AVERTISSEMENT

Ce document a été rempli par le soin des dirigeants de l'entreprise suivie.  
L'intégralité des données de ce document relève de la responsabilité unique des dirigeants.  
Finple n'est pas tenue de vérifier les indicateurs en cours d'exercice de la société et ne peut engager sa responsabilité.

### CONFIDENTIALITÉ

Les destinataires de ce document rendu sont les actionnaires et leur conseil.  
Ils sont soumis à la confidentialité la plus stricte et ne peuvent exploiter ces données à d'autres fins qu'au bon suivi de leur investissement.

# Synthèse de l'activité

Faits marquants



## Tableau de synthèse



### Points positifs

- Dynamique commerciale favorable sur le marché US ; marché porteur avec des budgets clients conséquents.
- Négociations en cours concernant la cession de TubeReach avant la fin de l'année.



### Points de vigilance

- Niveaux de marges et de rentabilité inférieurs aux budgets annoncés.
- Contraction des budgets médias des clients : activité impactée par l'attente général du marché.



# Note de synthèse

Faits marquants du dernier semestre



Nombre d'employés à date (hors stagiaires) : 13

01

**Modélisation de l'équipe Account Management**

Intégration d'une personne et d'un stagiaire = objectif de rentabilités clients + Upsell

02

**Déploiement de l'offre PAID**

« Acquisition d'abonnés » = LAB avec VideoRunRun pour ENGIE

03

**Mise en oeuvre du deal Google / Youtube**

Sur les 10 audits achetés par Google, 3 présentés avec Upsell en cours : Disneyland Paris, ManoMano, Deezer



# Indicateurs d'activité 2022



KPI ACTIVITÉ	Budget 2022	Budget fin sept-2022	Réalisé fin sept-2021	Réalisé fin sept-2022	Atterrissage 2022
Media-spend total	12 835 000 €	6 515 000 €	2 577 000 €	2 655 000 €	7 215 000 €
<i>Dont media-spend acquisition</i>	5 368 000 €	2 690 000 €	209 000 €	643 000 €	1 844 000 €
<i>Dont media-spend renouvellement</i>	7 467 000 €	3 825 000 €	2 368 000 €	3 301 000 €	5 371 000 €
Chiffres d'Affaires (dont PCAs)	3 917 000 €	2 485 000 €	-	793 000 €	2 125 000 €
<i>Dont CA Prestations (dont PCAs)</i>	1 729 000 €	1 097 000 €	-	627 000 €	1 023 000 €
<i>Dont CA Media (avance de cash sous mandat)</i>	2 187 000 €	1 388 000 €	-	166 000 €	1 102 000 €
Marge brute (dont PCAs)	1 729 000 €	1 097 000 €	421 000 €	601 000 €	1 076 000 €
COMMENTAIRES	Le T3 2022 est bien meilleur que le T3 2021 (+42%) mais reste largement en dessous de l'objectif de 1,097M€ de Marge Brute pour atteindre 601K€ à fin Septembre 2022. En terme de volant d'activité géré (Media-Spend), la fidélisation/renouvellement n'est en retard que de 13% sur le budget et devrait atterrir en retard de 28% suite à une forte réduction des budgets media sur le T4. L'acquisition est, quant à elle, en retard de 76% à fin Septembre 2022 malgré 200% d'augmentation par rapport à fin T3 2021.				



# Indicateurs financiers



SUIVI FINANCIER	Budget N	Budget fin sept	Réalisé fin sept-21	Réalisé à fin juin	Atterrissage N
EBE (dont PCAs)	- 630 000 €	- 670 000 €	- 1 111 000 €	- 1 071 000 €	- 1 196 000 €
COMMENTAIRES	Suite au retard attendu d'approximativement 700K€ de Marge Brute à fin 2022, l'EBE devrait se rétracter pour finir quasiment au même niveau que 2021, soit - 1,2M€.				



# Note de synthèse

## Faits marquants du prochain semestre



01

### Noël et BlackFriday

Nombreux enjeux d'acquisition de clients sur le T4 avec des évènements porteurs. La maximisation des investissements sur la période sera également recherchée.

02

### Réussite des clients US sur les T4 pour les embarquer en evergreen sur 2023 (4 nouveaux)

Dossiers : Ana Luisa, Hôtel Collection, Suavecito, (Hello)Seen, (Try)Snow

03

### Nouvelles fonctionnalités produit déployées et valorisées auprès des clients historiques

Creative Gallery, Budget Management, Creative Loop



# Note de synthèse

Faits marquants du dernier semestre



Nombre d'employés à date (hors stagiaires) : 24

01

## Accélération des acquisitions clients aux USA

4 nouveaux clients sur le dernier trimestre, soit 6 clients actifs (7 clients actifs en 2022). Le pipe se remplit et les perspectives sur ce marché sont bonnes pour 2023

02

## Mise à plat et à niveau des process SALES / SERVICES

Ces mesures sont mises en place afin de suivre l'évolution de la technologie ainsi que les nouvelles fonctionnalités de YouTube et être en phases avec les attentes clients. Des gains en productivités et en efficacité sont attendus.

03

## Accélération des progrès de l'algorithme et ré-organisation de l'équipe IT

Le Machine Learning est finalisé et déployé, les insights créa sont déployés et 2 équipes IT ont été créées.



# Indicateurs d'activité 2022



KPI ACTIVITÉ	Budget 2022	Budget fin sept- 2022	Réalisé fin sept-2021	Réalisé fin sept- 2022	Atterrissage 2022
Chiffres d'Affaires	2 360 000 €	1 643 000 €	-	1 415 000 €	2 093 000 €
<i>Dont CA Prestations</i>	1 943 000 €	1 353 000 €	-	1 033 000 €	1 393 000 €
<i>Dont CA Media (avance de cash sous mandat)</i>	416 000 €	290 000 €	-	382 000 €	701 000 €
Marge brute commercial	1 509 000 €	1 051 000 €	766 000 €	851 000 €	1 166 000 €
Marge brute financière (hors PCAs)	1 509 000 €	1 051 000 €	734 000 €	878 000 €	1 192 000 €
COMMENTAIRES	La Marge Brute d'atterrissage devrait s'établir à 78% du Budget à fin 2022. Ceci est principalement dû à un retard d'acquisition clients d'environ 200K€.				



# Indicateurs financiers



SUIVI FINANCIER	Budget 2022	Budget fin sept-2022	Réalisé fin sept-2021	Réalisé fin sept-2022	Atterrissage 2022
EBE (dont PCAs)	125 000 €	2 000 €	- 27 000 €	3 000 €	21 000 €
COMMENTAIRES	L'EBE comptable à fin Septembre est de 3K€ et devrait encore se bonifier à hauteur de 20K€ d'ici fin 2022. Malgré tout, le retard d'environ 100K€ par rapport au Budget 2022 ne pourra être rattrapé.				



# Note de synthèse

## Faits marquants du prochain semestre



01

### Ouverture de l'offre à TikTok

Premier webinar complémentarité YouTube / TikTok avec 200 inscrits + 3 briefs clients en cours pour 2023

02

### Accélération culture

Mise en place de nouveaux moments de partage mensuels, moments "nomades" entre équipes

03

### Mise en œuvre du deal Google / YouTube

Upsell des audits livrés + travail sur la reconduction 2023 avec Google



# Indicateurs financiers du Groupe 2022



SUIVI FINANCIER	fin mars	fin juin	fin sept	fin déc
Budget Trésorerie (base CA)	399 000 €	167 000 €	-103 000 €	- 231 000 €
Réalisé/Prévu Trésorerie (base CA)	597 000 €	383 000 €	518 000 €	324 000 €
Budget Trésorerie (base marge brute)	195 000 €	- 36 000 €	- 307 000 €	- 435 000 €
Réalisé/Prévu Trésorerie (base marge brute)	269 000 €	- 1 000 €	- 4 000 €	- 132 000 €
COMMENTAIRES	Aujourd'hui l'avance de cash permet à TUBEREACH d'amortir une marge qui se dégrade en terme de trésorerie, ainsi, la situation positive de la trésorerie sur T3 et T4 est due aux avances ainsi qu'à l'obtention d'échéanciers sur les 12 mois de l'année dans l'attente d'une cession de TUBEREACH avant la fin du T4 2022.			

# Message à l'intention des investisseurs



Chers investisseurs,

Le troisième trimestre de 2022 n'est toujours pas à la hauteur de nos attentes pour les deux activités **VideoRunRun** et **TubeReach**.

Côté **VideoRunRun**, nous subissons 2 phénomènes. Côté fidélisation/renouvellement, qui est normalement notre point fort, nous subissons une contraction évidente des budgets média investis entre Septembre et Décembre 2022 du fait des crises économiques actuelles.

Côté acquisition, nous ne parvenons pas à accélérer aussi vite que prévu. En effet, nous allons terminer 2022 avec 40 nouveaux clients pour 80 visés. De plus, les clients conquis sont en dessous de nos objectifs de Media-Spend annuel. **Ceci contraste avec nos désormais 6 clients US dont les budgets initiaux et récurrents oscillent entre 5 et 10 par rapport aux clients France – et ceci dès le T4 2022.**

**Cette différence de trajectoire entre le marché France d'un côté et US de l'autre nous incite fortement à aller chercher la rentabilité de VideoRunRun, dès à présent, sur le marché US et de réduire la volatilité commerciale/acquisition sur la France dès T4 2022 et surtout 2023.**

Il apparaît très clairement une contribution commerciale à la marge 4 fois supérieure côté US que côté France. Les équipes Success/Service sont désormais calibrées et opérationnelles pour le marché US. Le produit VideoRunRun accélère très fortement son développement et son attractivité concurrentielle rendant l'équipe Produit/Développement indispensable à l'accélération et, surtout, la valorisation de VideoRunRun dès 2023.

Le volet Créatif du produit permettra, dès 2023, de positionner VideoRunRun parmi les solutions les plus avant-gardistes du secteur, y compris et surtout, sur le marché US.

# Message à l'intention des investisseurs



Côté **TubeReach**, la Marge Brute s'est encore légèrement dégradée sur le T3 du fait d'un retard persistant en terme d'acquisition. La modélisation/structuration du volet acquisition prend plus de temps que prévu. Malgré ce retard, TubeReach réalise un EBE d'exploitation en forte progression, et conforme aux attentes, permettant de sécuriser les négociations en cours avec les acquéreurs potentiels.

**Nous rentrons désormais dans la phase finale de négociation avec les 4 acquéreurs potentiels de TubeReach.** Le timing imposé aux acquéreurs permettrait de tenir un encaissement des fonds de la cession avant fin Décembre 2022. Le volant de gestion du Groupe permet d'aborder le T4 en contrôle de la situation de trésorerie.

**La cession de TubeReach couplée à l'accélération du marché US et du volet Créatif du produit pour VideoRunRun, nous permettent d'envisager 2023 plus sereinement que 2022.**

Merci pour votre soutien,

Bien cordialement,

Fabrice et Yannick

Date du prochain point de situation : Décembre 2022