

ADLPartner : CHIFFRE D'AFFAIRES 9 MOIS STABLE A 99,1 M€ (-1 %) REPRISE DE LA CROISSANCE AU 3^{ème} TRIMESTRE

Le Groupe ADLPartner réalise au troisième trimestre 2020 un chiffre d'affaires¹ de 34,2 M€, en croissance de 3,2 % par rapport à la même période de 2019, pour un Volume d'Affaires Brut² de 70,2 M€, en progression de 1,7 %. Sur les neuf premiers mois 2020, le chiffre d'affaires s'établit à 99,1 M€, en baisse de 1 % contre 100,1 M€ pour la même période en 2019, tandis que le Volume d'Affaires Brut s'élève à 206,8 M€ en retrait de 1,6 %.

Depuis le début de l'exercice, le Groupe a subi les impacts de la pandémie de Covid-19 mais a démontré sa capacité à traverser la crise, tant sur le plan opérationnel que financier. Le troisième trimestre montre des signes de reprise avec notamment le développement des activités de marketing digital, dont la part dans les activités du Groupe poursuit sa progression pour atteindre 37,3 % sur le trimestre (35,0 % pour les neuf premiers mois 2020).

Les ventes du Groupe sont par ailleurs marquées par l'arrêt programmé des activités France Abonnements, qui impacte le chiffre d'affaires des neuf premiers mois 2020 à hauteur de -6,2 M€.

Les ventes du Groupe par trimestre et par activité ont évolué comme suit :

Volume d'affaires brut			
En M€	2020	2019	Variation
1 ^{er} trimestre	72,7	70,3	+3,4 %
2 ^{ème} trimestre	63,9	70,7	-9,7 %
3 ^{ème} trimestre	70,2	69,0	+1,7 %
Total 9 mois	206,8	210,1	-1,6 %
<i>Dont</i>			
Magazines	161,7	172,7	-6,4 %
Marketing digital	40,8	33,4	+22,2 %
Assurances	4,2	4,0	+6,8 %

Chiffre d'affaires			
En M€	2020	2019	Variation
1 ^{er} trimestre	35,6	33,5	+6,3 %
2 ^{ème} trimestre	29,3	33,4	-12,5 %
3 ^{ème} trimestre	34,2	33,2	+3,2 %
Total 9 mois	99,1	100,1	-1,0 %
<i>Dont</i>			
Magazines	60,3	68,1	-11,4 %
Marketing digital	34,7	28,2	+23,2 %
Assurances	4,0	3,8	+6,6 %

Par zone géographique, les ventes du Groupe ont évolué comme suit :

En M€ - au 30 septembre	2020	2019	Variation
Volume d'affaires brut	206,8	210,1	-1,6 %
France	197,0	200,1	-1,5 %
Iberia	9,7	10,0	-2,2 %
Chiffre d'affaires	99,1	100,1	-1,0 %
France	90,5	91,5	-1,1 %
Iberia	8,6	8,5	+0,8 %

Magazines : solidité des activités poursuivies

Chiffre d'affaires de l'activité magazines			
En M€	2020	2019	Variation
1 ^{er} trimestre	21,5	23,5	-8,2 %
2 ^{ème} trimestre	18,8	22,3	-15,8 %
3 ^{ème} trimestre	20,0	22,3	-10,3 %
Total 9 mois	60,3	68,1	-11,4 %

Le chiffre d'affaires de l'offre ADL (Abonnements à Durée Libre) atteint 53,1 M€, en baisse de 2,7 % par rapport au 30 septembre 2019. Après un deuxième trimestre sensiblement affecté par les restrictions liées à la crise sanitaire, la réactivation de certaines campagnes en partenariat suspendues a permis d'enregistrer une stabilité des ventes au troisième trimestre. Le portefeuille d'abonnements au 30 septembre 2020 s'établit à 2,6 millions d'unités, en retrait limité de 0,7 % sur un an.

Le chiffre d'affaires des offres ADD (Abonnements à Durée Déterminée) et LOAV (Livres, Objets, Audio, Vidéo) s'établit à 7,6 M€, en baisse de - 43 %, compte tenu de l'arrêt programmé de la commercialisation des offres sous la marque France Abonnements depuis le deuxième trimestre 2020.

En unités	30 sept. 2020	30 sept. 2019	Variation
Abonnements actifs à durée libre	2 628 597	2 648 178	-0,7 %

Assurances : croissance maîtrisée

Chiffre d'affaires de l'activité assurances			
En M€	2020	2019	Variation
1 ^{er} trimestre	1,2	1,2	+0,5 %
2 ^{ème} trimestre	1,4	1,4	+3,9 %
3 ^{ème} trimestre	1,4	1,2	+15,6 %
Total 9 mois	4,0	3,8	+6,6 %

Le chiffre d'affaires de la filiale ADLP Assurances (4,0 M€) est en progression de 6,6 % par rapport au 30 septembre 2019. Les ventes sont portées par la reprise des recrutements de nouveaux clients au cours du troisième trimestre et par le développement du portefeuille d'assurés.

Marketing digital : reprise d'une forte croissance

Chiffre d'affaires de l'activité marketing digital			
En M€	2020	2019	Variation
1 ^{er} trimestre	12,9	8,8	+46,0 %
2 ^{ème} trimestre	9,1	9,8	-7,0 %
3 ^{ème} trimestre	12,8	9,6	+33,0 %
Total 9 mois	34,7	28,2	+23,2 %

Les activités de marketing digital (conseil et services marketing) enregistrent pour les neuf premiers mois de l'exercice un chiffre d'affaires en croissance de 23,2 % et une marge brute³ en progression de 18,0 %. Les ventes sont alimentées au troisième trimestre par la reprise de certains budgets par les annonceurs dans un contexte qui demeure néanmoins globalement incertain.

Les activités de conseil confirment la solidité du développement de la filiale Converteo qui enregistre sur les neuf premiers mois de l'exercice une croissance de 26,8 % de sa marge brute à 13,6 M€.

Les activités de services marketing en France subissent la contraction des efforts marketing de plusieurs clients et enregistrent à fin septembre une marge brute en baisse de 3,5% à 3,9 M€, comprenant un effet de périmètre de +0,6 M€ lié aux acquisitions des actifs d'Ividence en février, de la société AWE en juillet et des actifs de Pschhh en août. En Espagne, les activités sont plus favorablement orientées avec une marge brute en croissance de 15,7 % à 3,9 M€, à la suite d'un net rebond des opérations au troisième trimestre.

Marge Brute de l'activité marketing digital			
En M€ - au 30 septembre	2020	2019	Variation
Conseil – France	13,6	10,7	+26,8 %
Services marketing – France	3,9	4,0	-3,5 %
Services marketing – Iberia	3,9	3,4	+15,7 %
Total marketing digital	21,5	18,2	+18,0 %

Gouvernance

Comme préalablement indiqué le 25 septembre dernier, le directoire, en accord avec le conseil de surveillance d'ADLPartner, a décidé de soumettre à l'assemblée générale du 11 décembre 2020, la transformation du mode de gouvernance de la société. Sous réserve de l'approbation de cette proposition par les actionnaires, la structure duale actuelle composée d'un conseil de surveillance et d'un directoire sera remplacée par une organisation à conseil d'administration.

Cette proposition de modification correspond à la volonté de simplifier les processus de décision opérationnels et s'inscrit dans le cadre de l'actualisation de la stratégie et de l'organisation du Groupe autour de six pôles commerciaux.

Il sera proposé à l'assemblée générale la nomination de trois nouveaux administrateurs Mme Delphine Grison, M. Stéphane Treppoz, et M. Xavier Gandillot. Il sera également proposé de reconduire les membres du conseil de surveillance, à l'exception de M. Xavier Bouton et Mme Isabelle Spitzbarth qui avaient préalablement fait part de leur volonté de démissionner de leur mandat pour raisons personnelles.

Perspectives

Dans un environnement économique incertain, le Groupe optimise d'une part ses investissements commerciaux dans ses activités magazines et assurances afin de soutenir ses portefeuilles générateurs de revenus récurrents. Il s'appuie d'autre part sur ses ressources financières pour renforcer durablement sa place d'acteur majeur de la data et du marketing digital en Europe grâce à une stratégie offensive de croissance externe.

Prochains rendez-vous

- Assemblée Générale du 11 décembre 2020
- Chiffre d'affaires annuel 2020 le 26 février 2021, après bourse

ADLPartner en bref

Acteur historique du marketing cross-canal avec de fortes expertises en data, le Groupe ADLPartner conçoit, commercialise et met en œuvre, pour son propre compte ou celui de ses partenaires, des services d'acquisition, de fidélisation et d'animation de la relation clients sur l'ensemble des canaux de distribution. Le

Groupe travaille aujourd'hui avec 50 % des entreprises du CAC 40 et de nombreuses ETI. Le Groupe ADLPartner a réalisé 139 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2019 et emploie plus de 500 personnes.

ADLPartner est cotée sur le marché réglementé d'Euronext Paris – Compartiment C.

Codes ISIN : FR0000062978–ALP - Bloomberg : ALP:FP – Reuters : ALDP.PA

www.adlperformance.com

CONTACTS

ADLPartner

Relations Investisseurs & Information financière

tel : +33 1 41 58 72 03

relations.investisseurs@adlpartner.fr

Calyptus

Cyril Combe

tel : +33 1 53 65 68 68

adlpartner@calyptus.net

¹ Le chiffre d'affaires (dont la détermination repose sur le statut français de commissionnaire de presse pour les ventes d'abonnements) ne tient compte que du montant de la rémunération versée par les éditeurs de presse ; dans le cas des ventes d'abonnements, le chiffre d'affaires correspond donc en réalité à une marge brute, puisqu'il déduit du montant des ventes encaissées le coût des magazines vendus. Pour les commissions d'acquisition et de gestion relevant de la vente de contrats d'assurance, le chiffre d'affaires comprend les commissions émises et à émettre, acquises à la date de clôture des comptes, nettes d'annulation.

² Le volume d'affaires brut représente la valeur des abonnements et autres produits commercialisés. Il est égal au chiffre d'affaires en ce qui concerne les activités d'assurances.

³ La marge brute des activités de marketing digital représente l'ensemble du chiffre d'affaires (total des factures émises : honoraires, commissions et achats refacturés aux clients) diminués de l'ensemble des coûts d'achat extérieurs effectués pour le compte des clients.