

Rapport
Financier
Semestriel
2024



SOMMAIRE

4 Message du Président-Directeur Général

8 Carte d'identité du Groupe

10 Nos chiffres clés semestriels

12 Le Groupe se déploie
à l'international

14 L'Intelligence Artificielle
Générationnelle, un levier
stratégique pour nos
collaborateurs et nos clients

17 Les autres actualités
du premier semestre

18 De nouveaux dispositifs
data-marketing

22 Nos récompenses

24 Nouvelle charte éthique
et politique d'alerte adaptée

28 Cahier financier

LE MESSAGE DE BERTRAND LAURIOZ

Président-Directeur
Général de DÉKUPLE



Mesdames, Messieurs, chers Actionnaires,

L'année 2024 est, une fois de plus, contrastée. Le pouvoir d'achat des ménages reste sous pression, les élections en France, et les crises géopolitiques en Ukraine et au Moyen-Orient ont accru l'incertitude pour les entreprises qui restent prudentes sur leurs investissements. Notre Groupe a été impacté par cet environnement économique, mais nous avons réussi à maintenir une trajectoire soutenue de croissance, en ligne avec notre plan « Ambition 2025 », qui vise à devenir leader du data marketing en Europe.

Notre modèle a une fois encore démontré sa résilience : nous avons réalisé sur ce premier semestre une croissance de notre chiffre d'affaires de +8,8%, et de notre marge brute de +5,8%.

L'essentiel de la croissance du Groupe provient des activités de marketing digital, qui représentent au premier semestre 63% de notre chiffre d'affaires et enregistrent une augmentation de +19,7% de leur marge brute. Pour mémoire, ces activités représentaient 18% du chiffre d'affaires du Groupe en 2018. Ces activités sont portées par la nécessaire digitalisation du marketing et vente de nos clients, renforcée en 2024 par le leadership que nous avons pris dans l'implémentation de l'IA Générative.

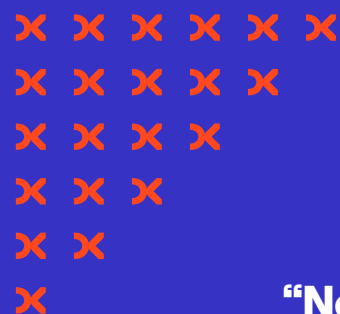
Cette évolution reflète également le dynamisme de notre filiale Converteo, acteur de référence du conseil en stratégie data et digitale, qui compte désormais près de 450 consultants au

service des grandes marques. Sa marge brute est en croissance organique de +13,6%, portée par la fidélité de ses clients et le développement de ses expertises.

Les activités d'agences et solutions Marketing sont également en forte progression, avec une marge brute en hausse de +23,8%. Cette croissance résulte du développement des activités en Chine et de l'expansion des solutions technologiques en France et à l'international. Ces avancées se traduisent notamment par une croissance soutenue des solutions innovantes en Retail Marketing de Smart Traffik (Okube), et de Rocket Marketing qui a renforcé son offre au troisième trimestre avec l'acquisition d'une plateforme spécialisée dans le Netlinking automatisé. Cette croissance inclut également un effet de périmètre lié à la consolidation depuis juillet 2023 du Groupe Grand Mercredi, expert du marketing à destination des plus de 50 ans, et de l'agence Le Nouveau Béliet, référence du conseil en stratégie publicitaire, experte du Retail. A périmètre constant, les offres Agences et Solutions France affichent une croissance de +10,2%.

Après une année 2023 difficile, les offres de services marketing en Espagne progressent de +30,5%, stimulées par l'évolution du mix-marketing en faveur de services à plus forte valeur ajoutée.

Dans un contexte global de baisse de la diffusion de la presse magazine et de pression sur le pouvoir d'achat des foyers, notre activité Magazines subit une baisse de chiffre d'affaires de -6,4% par rapport au premier semestre 2023. Le portefeuille d'abonnements actifs à durée libre au 30 juin 2024 est en retrait de -10% sur un an. Face à ces conditions défavorables, les campagnes marketing se concentrent sur les segments de clientèle les plus rentables, avec de nouvelles offres et



“Nous avons réalisé sur ce premier semestre une croissance de notre chiffre d'affaires de +8,8%, et de notre marge brute de +5,8%.”

partenaires, afin de soutenir le portefeuille de contrats et de consolider le rôle essentiel du Groupe auprès des éditeurs de presse

Notre société de courtage en assurances affinitaires par marketing direct affiche une marge brute en léger retrait de - 3,8% par rapport à l'année précédente. Son approche innovante en marketing pour l'assurance santé contribue à soutenir le portefeuille d'assurés.

Malgré un contexte économique difficile et le poids de nos investissements, nos activités ont maintenu un niveau élevé de rentabilité, en hausse par rapport au premier semestre 2023.

Dans un contexte d'investissements importants, l'EBITDA semestriel retraité s'élève à 12,4 M€, en hausse de + 15,4% par rapport à l'année précédente, représentant 14,8% de la marge brute semestrielle. Le résultat opérationnel atteint 7,6 M€, soit 9,1% de la marge brute.

En marketing digital, Converteo stabilise sa rentabilité au premier semestre, essentiellement en raison du renforcement significatif de la structure managériale (fonctions support et

partners), et d'un déménagement anticipé dans des locaux plus grands pour sécuriser la croissance future. La rentabilité des activités d'Agences et Solutions marketing France est en forte progression et bénéficie des synergies commerciales mises en place et d'une efficacité accrue grâce aux actifs technologiques. Brainsonic maintient un niveau de rentabilité identique à celui de 2023, malgré des investissements importants dans les offres liées à l'IA.

En Espagne, la rentabilité a fortement augmenté après une année 2023 difficile, profitant des réductions de structure menées l'an dernier et d'un mix-marketing focalisé sur des offres à plus forte valeur ajoutée.

Pour l'activité Assurances, notre filiale poursuit sa trajectoire de réduction continue de ses pertes, avec un premier semestre à l'équilibre.

Le résultat net consolidé du Groupe s'établit à 5,4 M€, soit 6,5% de la marge brute.

Après déduction de la part des minoritaires, le résultat net part du Groupe ressort à 5,5 M€, contre 5,0 M€ au premier semestre 2023.

LE MESSAGE DE BERTRAND LAURIOZ

Au cours du premier semestre 2024, nous avons poursuivi notre progression dans notre plan « Ambition 2025 » visant à devenir un leader du data marketing européen. Outre notre croissance organique évoquée précédemment, nous poursuivons notre politique de croissance externe :

◆ Acquisition par Rocket Marketing d'une plateforme spécialisée dans le Netlinking automatisé.

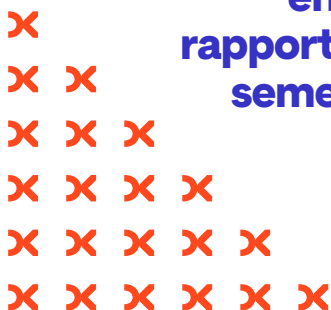
◆ Par ailleurs, des discussions sont en cours pour explorer des opportunités de développement ou d'acquisition, en France et à l'international, afin de renforcer la capacité du Groupe à accompagner ses clients dans leur expansion.

Nous avons également poursuivi notre développement organique. Par exemple :

◆ Convertteo a officialisé son implantation en Amérique du Nord avec la création de la filiale Convertteo Inc. immatriculée aux Etats-Unis, et l'ouverture effective de deux bureaux, l'un à New York et le second à Montréal.

◆ La solution de Web-to-Store de Smart Traffik, LoKal Booster, se développe à l'international grâce à notre filiale DÉKUPLE Iberia.

“Nos activités ont maintenu un niveau élevé de rentabilité, en hausse par rapport au premier semestre 2023.”



◆ Nous avons poursuivi le développement à l'export de plusieurs de nos solutions technologiques, adaptées aux besoins spécifiques des marchés européens.

◆ L'Agence DÉKUPLE a lancé GeoTarget, une solution de géomarketing innovante qui permet aux entreprises de localiser précisément leurs audiences et d'analyser les données démographiques et comportementales associées à des zones géographiques spécifiques.

Nous avons poursuivi le développement des offres liées aux IA Génératives : Le Groupe s'est saisi dès la fin de 2022 du sujet de l'IA Générative pour l'intégrer dans ses offres technologiques, ses solutions de marketing à la performance, les services de conseil de Convertteo, ainsi que les offres créatives de Brainsonic.

Convertteo et Brainsonic ont également mis en place des « IA factories », permettant à nos clients d'intégrer l'IA Générative dans leurs processus opérationnels, qu'ils soient liés à la Data ou à la créativité.

Malgré ses limites, nous sommes convaincus que l'IA Générative est une source majeure de progrès et de productivité pour notre Groupe et nos clients. Cela nécessite une appropriation approfondie par nos équipes. En 2024, nous avons poursuivi notre programme ambitieux de formation et d'accompagnement pour nos 1000 collaborateurs, et nous observons déjà les premiers effets positifs sur leur productivité.

RSE

Depuis les années 2000, le Groupe est en pointe sur les enjeux sociaux et environnementaux. Après notre adhésion au Global Compact de l'ONU en 2020, nous avons poursuivi nos actions au premier semestre 2024. Nous avons intensifié la sensibilisation et l'engagement de nos collaborateurs aux enjeux de la RSE en déployant la plateforme « Vendredi ». Nous avons transformé notre Code de Conduite en Charte Éthique, mettant l'accent sur les valeurs de respect, santé, et prévention des discriminations et harcèlements. En parallèle, nous avons réécrit notre Politique d'Alerte pour mieux l'adapter à la structure de notre Groupe, et avons en

particulier nommé des Référents formés aux sujets de discrimination et harcèlement dans chaque équipe.

Ces initiatives renforcent notre engagement pour un modèle durable, respectueux et inclusif.

En tant qu'entreprise familiale aux valeurs fortes (esprit de conquête, respect, entraide), nous veillons à les incarner dans toutes nos actions. La mobilisation de nos plus de 1000 collaborateurs a permis de poursuivre notre croissance malgré un environnement compliqué.

Nos collaborateurs sont la force et la fierté de notre Groupe, et je tiens à les remercier une fois de plus pour leur énergie au service de notre projet collectif et de nos clients.

Nous poursuivons dans les mois à venir nos programmes de recrutement, en particulier dans nos activités de Marketing Digital.

En fin d'année 2023, nous avons lancé un partenariat entre DÉKUPLE et l'ESCP-Business School, impliquant la formation de tous les collaborateurs et du corps enseignant au niveau mondial à l'intelligence Artificielle Générative. À partir de cette rentrée, DÉKUPLE s'engage également activement dans la formation des étudiants. Par ailleurs, nous poursuivons notre partenariat de long terme avec l'HETIC, école du digital, initié en 2022.

Partenariat voile

Pour la troisième année consécutive, le Groupe sponsorise un bateau Class 40, skipé par William Mathelin-Moreaux. En janvier, il a participé, sous nos couleurs, à la Niji Race reliant Belle-Île à Marie-Galante, et en juillet, à la course Québec-St Malo, où il a décroché une honorable 9^e place. De nombreuses animations ont été organisées avec nos collaborateurs, partenaires et clients pour renforcer la visibilité de notre marque dans le cadre de ce sponsoring.

Perspectives

Les perspectives économiques, tant en France qu'à l'international, demeurent incertaines. L'économie montre des signes

de nervosité, et les incertitudes géopolitiques pourraient inciter les entreprises à limiter leurs investissements.

Cependant, en tant que spécialiste du data marketing, nous évoluons dans un secteur porteur, et nous sommes confiants quant à la poursuite de notre croissance.

Dans les mois et années à venir, nous continuerons à étendre notre présence géographique pour renforcer notre leadership européen et mieux accompagner nos clients internationaux, notamment en Amérique du Nord et en Asie.

Nos innovations et nos investissements technologiques restent au cœur de notre stratégie pour renforcer l'efficacité et la différenciation de nos services, en particulier à travers la plateformes de nos offres, soutenue par notre maîtrise de la data et de l'IA.

En ce qui concerne nos activités à portefeuille (Presse et Assurance), nous poursuivons nos investissements commerciaux générateurs de revenus récurrents et créateurs de valeur.

La part du marketing digital dans nos activités continuera d'augmenter. Notre développement repose sur l'innovation marketing, axée sur la data et la technologie. Nous restons particulièrement attentifs aux opportunités d'acquisition dans des domaines complémentaires à fort potentiel, en France et dans certains pays européens.

Le Groupe dispose de solides moyens financiers pour soutenir ses ambitions.

Nos plus de 1000 collaborateurs sont pleinement mobilisés pour poursuivre la croissance du Groupe au service de nos clients et partenaires, et nous projetons de poursuivre la mise en œuvre de notre plan « Ambition 2025 » pour devenir la référence européenne en data marketing.

Je remercie nos collaborateurs, nos partenaires, nos clients et nos actionnaires pour leur confiance et leur fidélité.



Carte d'identité du Groupe

Acteur européen majeur du data marketing cross-canal, DÉKUPLE combine expertises en conseil, créativité, data, technologie et Intelligence Artificielle permettant d'accompagner les marques dans la transformation de leur marketing, afin de booster leur performance commerciale. Le Groupe conçoit et implémente des stratégies d'acquisition, de fidélisation et de gestion de la relation client sur l'ensemble des canaux de distribution pour

ses partenaires et clients, collabore avec plus de 500 marques appartenant à de grands groupes ou ETI, en Europe et à l'international.

Fondé en 1972, DÉKUPLE a généré 200 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2023. Présent en Europe, en Chine, le Groupe emploie un millier de collaborateurs unis par des valeurs communes : l'esprit de conquête, le respect et l'entraide.

Conseil et services en marketing digital

Conseil & Technologie



Converteo se positionne comme un partenaire conseil spécialisé en data & technologies, avec une équipe de près de 450 consultants et experts. Accélérateur de performance, de la planification à l'exécution, ce cabinet sert de lien entre les départements marketing et IT, et se dédie au transfert de compétences.

Engagement marketing



"Blended agency", Brainsonic compte plus de 120 talents issus de divers horizons, qui combinent étroitement compétences éditoriales, créatives et techniques. L'agence imagine des stratégies destinées à captiver et engager les audiences, incluant les marchés BtoC, BtoB, ainsi que les collaborateurs.

Agences et Solutions marketing France



DÉKUPLE Ingénierie Marketing fédère des agences alliant talents stratégiques, créatifs et axés sur les données afin de développer et déployer des dispositifs marketing hautement performants. Parallèlement, le pôle propose des solutions MarTech compatibles avec les principales plateformes du marché afin d'optimiser les performances data marketing.

Agences et Solutions marketing Iberia



DÉKUPLE Promoción y Fidelización propose des services marketing aux annonceurs en Espagne et au Portugal, spécialisés principalement dans les promotions de ventes, les récompenses, le marketing d'influence, ainsi que les stratégies de fidélisation et de rétention de clients.

Activités marketing à portefeuille BtoC

Courtage en Assurance



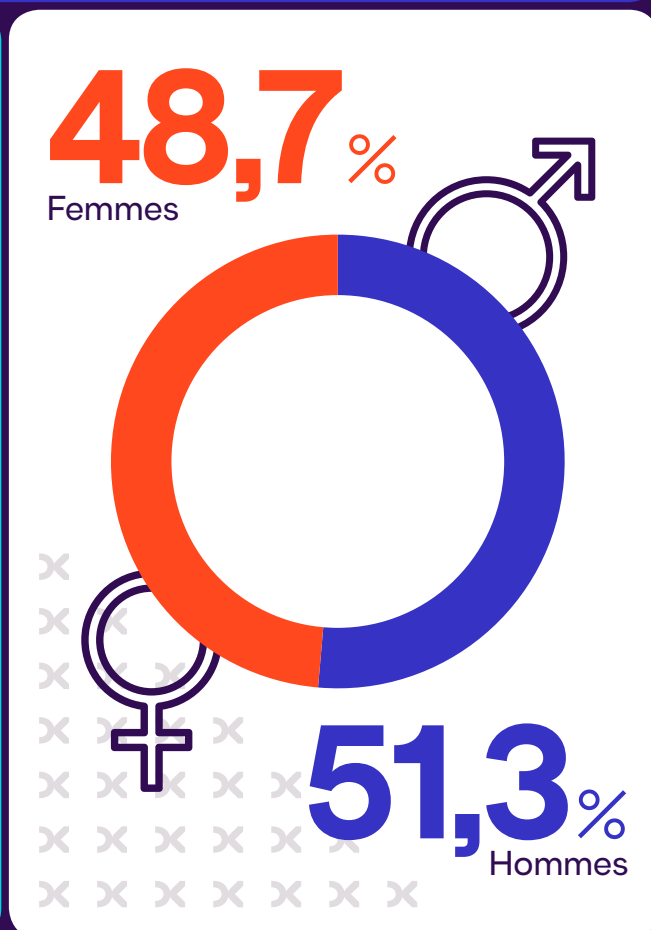
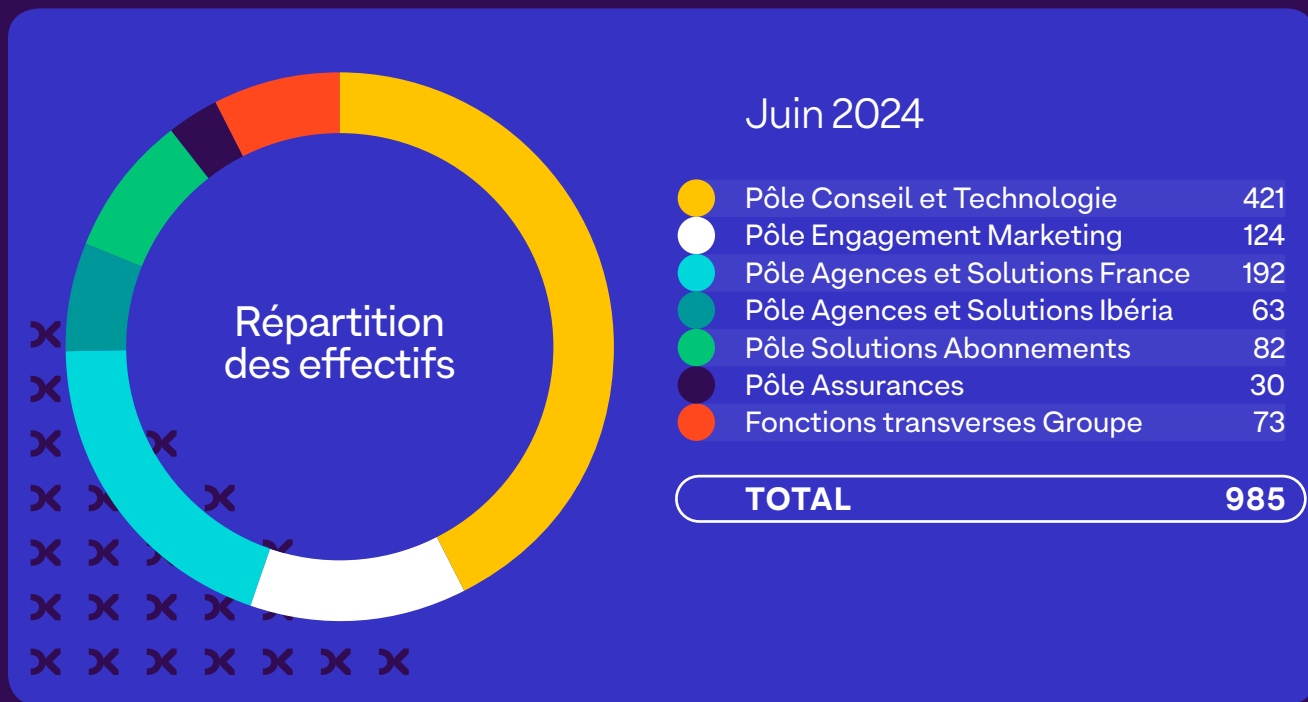
DÉKUPLE assurance propose des produits d'assurance par marketing direct sous la marque BtoC AvoCotés Assurances. Ce pôle développe également des programmes de fidélisation pour les clients et prospects de marques partenaires. De plus, il fournit ses services à divers assureurs et mutuelles.

Solutions Abonnements



Solutions Abonnements est le leader européen de la fidélisation de clients via des abonnements à des magazines, une activité qu'il exerce depuis plus de 40 ans. Ce pôle propose également une gamme de services ludo-éducatifs destinés aux familles.

◆ L'humain au cœur de nos activités



Nos chiffres clés semestriels

Chiffre d'affaires

+8,8%

104,6 M€

Marge brute

+5,8%

83,5 M€

Ebitda retraité*

14,8% de la marge brute

12,4 M€

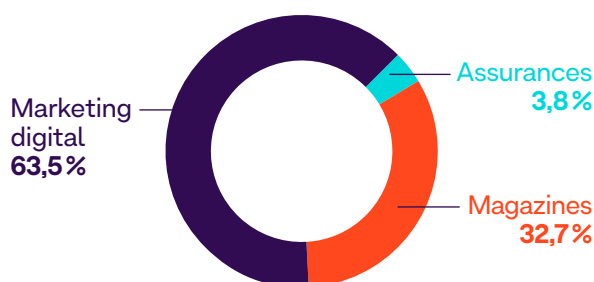
Résultat net part du groupe

6,6% de la marge brute

5,5 M€

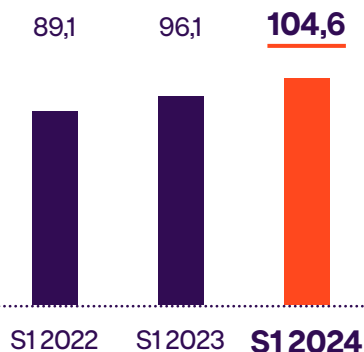
Répartition du chiffre d'affaires par activité

En%



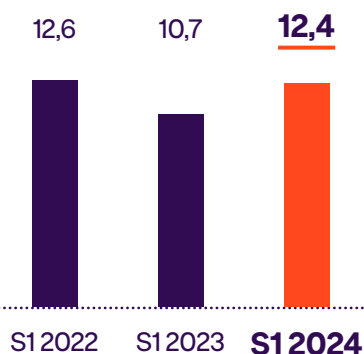
Chiffre d'affaires

En M€



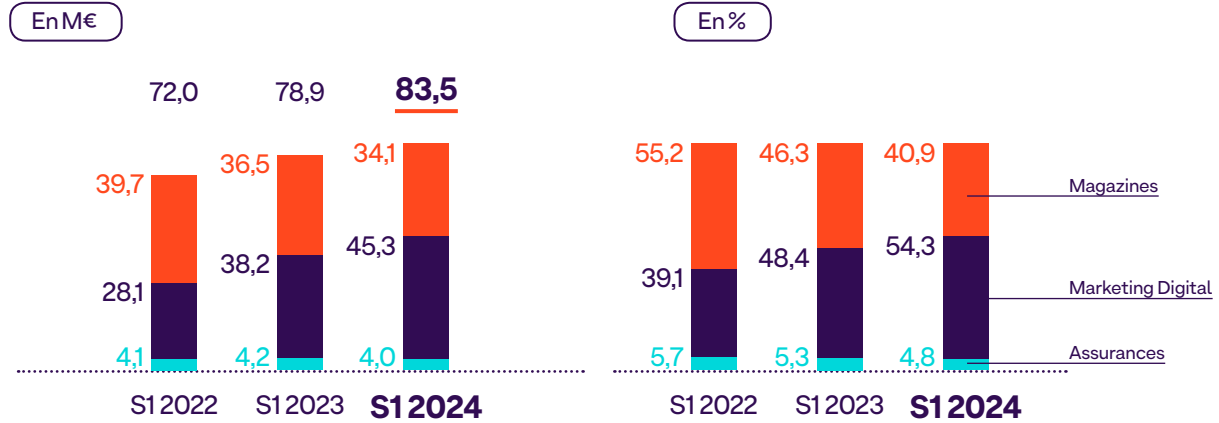
EBITDA retraité *

En M€

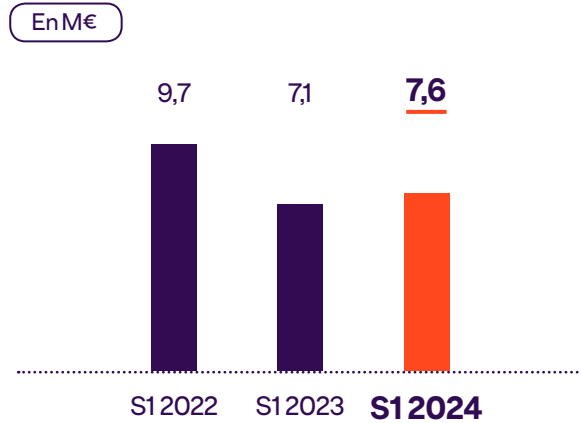


*EBITDA retraité de l'impact IFRS2 des attributions d'actions gratuites et de l'impact IFRS 16 lié au retraitement des charges de loyers

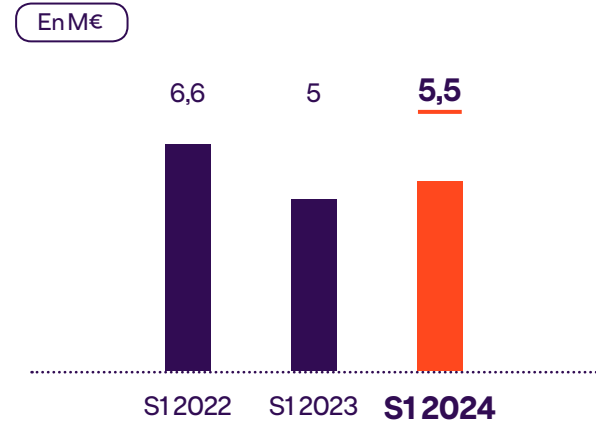
Marge brute par activité



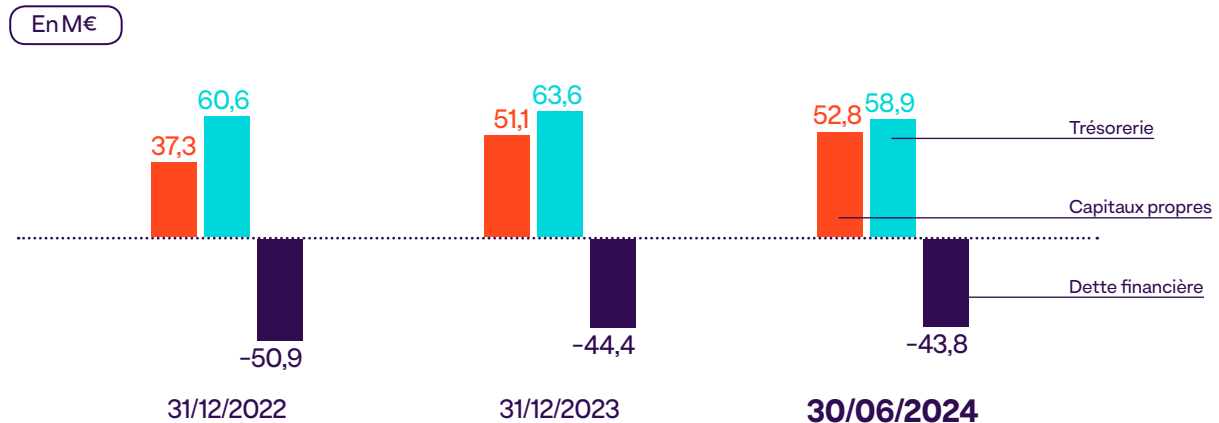
Résultat opérationnel



Résultat net part du groupe



Structure financière



Le Groupe se déploie à l'international

Le Groupe DÉKUPLE expert du data marketing en Europe, poursuit son ambition grâce au développement international de ses solutions technologiques, en proposant des réponses adaptées aux besoins des entreprises. DÉKUPLE se concentre sur une expertise qui permet aux marques d'améliorer leurs stratégies marketing et d'attirer de nouveaux clients en leur offrant des solutions personnalisées et adaptées aux spécificités des marchés locaux.

Dans cette démarche ambitieuse, le Groupe s'est illustré par une série d'actions stratégiques renforçant sa présence sur les marchés européens, tout en élargissant ses offres technologiques à l'international. Trois de ses plateformes clés incarnent particulièrement cette dynamique : RocketLinks, Reech Influence Cloud et Ividence.

RocketLinks

Pour RocketLinks, plateforme d'achat d'articles sponsorisés du Groupe Dékuple, 2024 reste l'année de l'internationalisation. Dans l'optique de devenir la meta-plateforme pour tous les professionnels du SEO dans le monde entier, des

profils anglophones ont été recrutés pour développer l'activité commerciale et plus de 6 000 nouveaux media internationaux ont été ajoutés dans leur catalogue depuis janvier 2024 (sur les 60 000 sites étrangers disponibles au total). Au premier trimestre 2024, RocketLinks enregistrait une hausse de 43% de son chiffre d'affaires réalisé à l'international par rapport au premier trimestre 2023.

Reech Influence Cloud

Reech Influence Cloud a continué son expansion en 2023 en aidant les marques et institutions à internaliser et optimiser leurs stratégies d'influence marketing à l'échelle mondiale. La plateforme offre une gamme complète de fonctionnalités permettant d'identifier les influenceurs à travers le monde, cadrer les aspects des partenariats, évaluer le ROI des campagnes, amplifier les meilleurs contenus d'influenceurs ou encore benchmarker la part de voix de ses concurrents. La toute récente fonctionnalité Reech AI, permet d'aller encore plus loin et d'automatiser des workflows grâce à l'intelligence artificielle comme la retranscription speech-to-text ou l'analyse automatique d'images. Reech Influence Cloud se distingue par la qualité de ses données et sa solidité en matière de conformité au RGPD et la qualité de ses données, reconnues par des instances régulatrices telles que

l'Autorité des Marchés Financiers (AMF) ou l'ARPP en France et dans 6 autres pays (Brésil, Allemagne, Roumanie, Inde, Grèce, Chypre). La plateforme est également utilisée par des marques aux dimensions internationales telles que Club Med, Yves Rocher Disney World désireuses d'une solution technologique complète. Pour soutenir sa croissance, Reech Influence Cloud prévoit d'augmenter ses effectifs à Paris et à Rennes et de continuer à s'appuyer sur le soutien du Groupe DÉKUPLE pour étendre son influence sur les marchés européens et locaux.

Ividence

Enfin, Ividence s'impose comme un acteur incontournable dans la diffusion de campagnes Native Ads au sein des newsletters. Avec un réseau de plus de 50 éditeurs de premier plan et la gestion de 325 newsletters, la plateforme atteint 1,5 milliard d'impressions par mois, générant ainsi un trafic de qualité pour les annonceurs. Ividence offre une solution à la fois performante et respectueuse de l'expérience utilisateur, optimisant la visibilité des marques tout en garantissant un environnement éditorial premium. Ividence a réalisé, en 2023, 46% de son chiffre d'affaires à l'international, offrant ainsi aux annonceurs une interaction optimisée avec leurs audiences cibles sur différents marchés européens.



► DÉKUPLE Iberia et Smart Traffik, les coulisses de la mise en œuvre de synergies

Depuis fin 2023, les sociétés DÉKUPLE Iberia et Smart Traffik ont décidé de joindre leurs forces pour une création de valeur mutuelle. DÉKUPLE Iberia va élargir son portefeuille d'offres en commercialisant les plateformes LoKal Booster et oKube. Smart Traffik quant à elle, s'ouvre au marché Espagnol.

La réussite de cette démarche entre les deux sociétés repose sur une vision stratégique commune et des objectifs alignés avec

une complémentarité des compétences technologiques, commerciales, de savoir-faire et d'innovation. Le partage des ressources et des informations, ainsi que le suivi et l'évaluation des résultats pour identifier les points forts et les axes d'amélioration, sont les points essentiels pour maximiser les synergies et permettre à chaque partie de contribuer

pleinement au projet. Cette synergie permet aux clients du Groupe de profiter de l'expertise de deux marchés européens, tout en mutualisant les stratégies locales avec une approche renforcée et personnalisée. Cette collaboration garantit une plus grande réactivité et une meilleure adaptation aux spécificités locales et maximise leur visibilité et leur performance sur les marchés locaux.

► Convertteo s'installe en Amérique du Nord avec l'ouverture de bureaux à New York et Montréal



Convertteo officialise son implantation en Amérique du Nord avec la création de la filiale Convertteo Inc. immatriculée aux Etats-Unis, et l'ouverture effective de deux bureaux, l'un à New York, et le second à Montréal.

Cabinet français créé en 2007, expert des enjeux complexes liés à l'exploitation de la data et de l'IA, Convertteo a connu

une croissance rapide ces dernières années, avec près de 450 collaborateurs. Après avoir accompagné ses premiers clients en Europe au cours des dernières années, Convertteo s'est vu confier en 2023 un premier mandat aux Etats-Unis, toujours en cours, pour le compte d'un industriel français du CAC 40 qui s'appuie sur les experts du cabinet pour faire évoluer sa stratégie, ses outils et ses opérations de pricing à l'aide de l'IA. Puis, en mai 2024, le cabinet a été retenu pour une

nouvelle mission pluriannuelle pour le compte d'un Groupe international dans le domaine du luxe souhaitant construire et piloter une mesure de la performance de son écosystème digital robuste et respectueux de la vie privée de ses audiences nord-américaines. Fort de ces succès récents, Convertteo formalise sa présence dans le but d'accélérer son implantation sur les marchés états-unien et canadien.

L'Intelligence Artificielle Générative, un levier stratégique pour nos collaborateurs et nos clients

L'Intelligence Artificielle Générative transforme en profondeur tous les secteurs de l'économie. Des algorithmes d'apprentissage automatique aux assistants virtuels, l'IA redéfinit les processus métiers, améliore l'efficacité opérationnelle et ouvre de nouvelles perspectives d'innovation. Elle permet aux entreprises de mieux anticiper les besoins de leurs clients, d'optimiser la gestion des ressources et de créer des services toujours plus personnalisés. L'IAG n'est plus seulement un outil de production, mais un moteur stratégique qui amplifie la créativité humaine, permettant aux entreprises de se démarquer dans un marché en constante évolution.

Conscient de l'importance stratégique de l'IAG, notre Groupe a, dès 2023, déployé cette technologie au cœur de son organisation et lancé des initiatives pour former et développer les compétences de nos collaborateurs. DÉKUPLE accompagne également les entreprises dans leur besoin de formation et adopte une approche progressive, de l'acculturation à l'expérimentation, jusqu'à l'industrialisation. En parallèle, nous avons renforcé notre communication et exploré de nouvelles approches innovantes pour partager notre expertise, contribuant ainsi à notre positionnement en tant qu'acteur clé dans l'écosystème de l'IAG.

RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL DÉKUPLE 2024

► Les formations IA



En mars 2023, nous avons lancé un programme de formation interne pour initier tous nos collaborateurs aux outils comme MidJourney ou

ChatGPT. Pour dynamiser cette transformation, nous avons désigné deux collaborateurs de Converteo pour porter le rôle d'« AI Evangelists » qui, avec l'aide des « AI Champions » désignés dans chaque pôle, mène nos efforts de sensibilisation et de formation interne. Nous proposons également des formations spécialisées externes par l'intermédiaire de nos entités Brainsonic, Converteo, l'Agence DÉKUPLE et DÉKUPLE Ingénierie Marketing B2B, ciblant les dirigeants pour

piloter efficacement les initiatives de transformation numérique, promouvoir une culture d'innovation au sein de l'entreprise et encourager l'acceptation de nouvelles technologies par les collaborateurs.

CHIFFRES CLÉS :

110 entreprises participantes

7200 personnes formées

► Focus sur Brainsonic.ai

brainsonic
THE ENGAGEMENT AGENCY

Brainsonic.ai est le nouveau service de Brainsonic, conçu pour révolutionner les directions marketing et communication via l'Intelligence Artificielle Générative. Ce cabinet de conseil, dirigé par Mathieu Crucq, Directeur Général de l'agence, utilise des technologies avancées pour transformer et optimiser les méthodes de travail au sein des entreprises. En offrant formation, sensibilisation et solutions personnalisées, Brainsonic.ai aide les entreprises à intégrer efficacement cette nouvelle technologie dans leurs stratégies de communication et marketing.

► Une communication renforcée

Pionniers dans l'usage de l'IAG, nous aidons les entreprises à comprendre et orienter au mieux les usages de ces outils au travers de plusieurs contenus. Nous avons publié une étude en collaboration avec OpinionWay, qui expose comment les grandes entreprises françaises perçoivent et prévoient d'intégrer l'IAG dans leur organisation. Parallèlement, notre livre blanc détaille l'impact transformationnel de l'IAG sur le marketing, affirmant son rôle crucial

dans l'innovation stratégique. Nos vidéos "Inside IA" montrent concrètement comment nous appliquons l'IAG pour renforcer les compétences de nos équipes et optimiser l'accompagnement de nos clients. Ces supports témoignent de notre leadership et de notre capacité à façonner l'avenir de l'IAG dans le monde professionnel.



L'Intelligence Artificielle Générative, un levier stratégique pour nos collaborateurs et nos clients

► “Changement d’époque en cours”



Cette année, Converteo a dévoilé “Changement d’époque en cours”, un nouveau podcast entièrement dédié à la révolution de l’Intelligence Artificielle. Mobilité, santé, démocratie, recherche scientifique, éducation, sport... : à chaque épisode, Converteo propose un arrêt sur image sur un domaine particulier dans lequel la révolution de l’IA est en marche. Pour nous guider, Converteo fait ce chemin avec un ou une

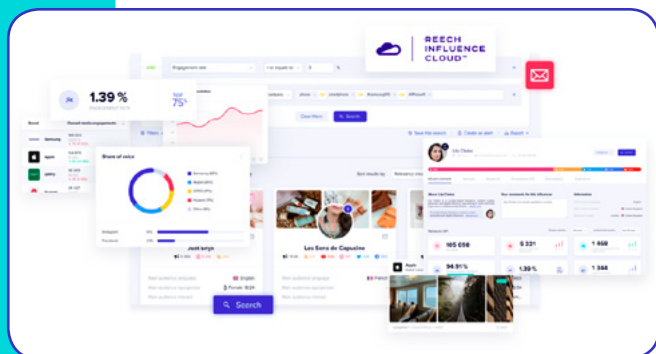
grand témoin, un acteur de terrain, une experte, une chercheuse ou encore un faiseur de l’IA.



RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL DÉKUPLE 2024

► Reech AI

Depuis fin 2023, Reech Influence Cloud a accéléré son utilisation de l’IA permettant de développer des dizaines de cas d’usage qui améliorent les campagnes de marketing d’influence de ses clients, marques et agences, ainsi que leur stratégie marketing.



De nouvelles fonctionnalités alimentées par l’IA, ont vu le jour comme :

- L’audience overlap permet l’analyse de la part d’audience en commun sur plusieurs créateurs de contenu. Un incontournable pour travailler la répétition ou au contraire maximiser la portée de son message auprès d’une audience la plus large possible.
- Le Brand Safety réalise un “background-check” automatique, soit une analyse des posts et des prises de parole antérieur du créateur de contenu, sur la base de critères définis en amont. Un indispensable pour



- protéger son image de marque et sa réputation.
- Le speech-to-text permet la retranscription écrite des vidéos YouTube des influenceurs, facilitant le travail de monitoring de l’ARPP.
- L’analyse automatique d’images, permet de réaliser des rapports de tendances, comme par exemple un cahier de tendances modes et d’analyser les contenus les plus performants sur le feed d’une marque.

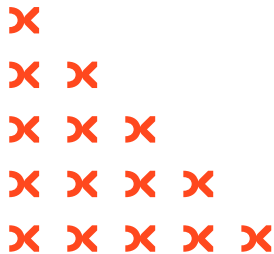


Les autres actualités du premier semestre

► Retail Squad

En début d'année 2024, Laurent Simonin, CEO de Smart Traffik a lancé "Retail Squad" un nouveau podcast dédié au monde du retail. Le podcast propose des échanges passionnants avec des acteurs clés du secteur pour décrypter les tendances actuelles et les innovations qui transforment le commerce. Tous les mois, une personnalité marquante du secteur du retail est invitée à parler de son parcours et de ses défis.

SmartTraffik 



► Digitalisation de l'offre presse

Depuis 4 ans, le pôle Solutions Abonnements a connu une forte croissance de ses commandes digitales, cependant le panier moyen via ce canal restait inférieur à celui des commandes papier. Bien que modérée, cette différence représentait un défi stratégique pour le Pôle. Pour y remédier, de nombreuses initiatives Marketing ont été mises en place, en intégrant et adaptant les meilleures pratiques du e-commerce à notre modèle spécifique d'abonnements presse. Les résultats sont probants : au premier semestre 2024, les performances digitales égalent celles historiquement obtenues via les catalogues print.

 DÉKUPLE
SOLUTIONS ABONNEMENTS



De nouveaux dispositifs data-marketing



◆ Verbaudet

Face à une transformation numérique rapide, Verbaudet, pionnier dans l'univers de l'enfant, souhaitait explorer les opportunités offertes par l'IA Générative pour améliorer ses performances e-commerce. Le défi consistait à prioriser les cas d'usage de l'IA Générative et à développer des outils capables d'optimiser la création et la gestion des fiches produits, tout en améliorant la productivité des équipes.

En collaboration avec Google, Converteo a joué un rôle central dans l'implémentation de l'IA

Générative chez Verbaudet. En tant que partenaire stratégique, Converteo a guidé Verbaudet en se concentrant sur l'optimisation de la création de fiches produits et l'amélioration des processus e-commerce. Les premiers résultats des outils d'IA Générative ont été très encourageants. Les fiches produits générées étaient souvent indiscernables de celles créées par des rédacteurs

humains. La productivité des équipes e-commerce a été significativement améliorée, permettant de mieux gérer les périodes de forte activité. Les traductions étaient correctes, bien que des ajustements locaux demeurent parfois nécessaires pour affiner les formulations. La validation humaine reste essentielle : les fiches générées par l'IA sont toujours révisées et complétées par les rédacteurs pour garantir la qualité finale.

◆ Hyundai

Mesure Multi-Touch: Comment Hyundai soutient son réseau afin de générer du trafic qualifié ?

Dans le cadre d'un partenariat entre Hyundai, Ekstend, Qwamplify et Smart Traffik, une campagne de display programmatique mobile géolocalisée a été lancée de janvier à février 2024, dans le but de générer du trafic qualifié vers les concessions Hyundai. L'objectif était de soutenir le réseau de distribution de Hyundai, en optimisant les coûts marketing et en

améliorant l'expérience utilisateur pour ses différents modèles de véhicules. La campagne utilisait des bannières dynamiques conversationnelles, adaptées en temps réel selon les interactions des utilisateurs et un ciblage précis des prospects grâce aux données de Leboncoin et d'autres sources. La performance des campagnes a été mesurée avec la technologie oKube de Smart Traffik, qui a permis une analyse détaillée du trafic en concession et

Smart Traffik

l'optimisation continue des dispositifs médias. Cette stratégie a produit d'excellents résultats, avec 7 802 visites en concession, un coût par visite de moins de 4 € et un taux de visibilité de 80 %, reflétant une nette amélioration de l'engagement client, ainsi qu'une efficacité accrue des investissements marketing.

► Metro

METRO France a dévoilé une campagne de communication révolutionnaire en collaboration avec l'agence Le Nouveau Béliet, soulignant son engagement envers la restauration française et la promotion des plats "fait maison". Cette campagne intitulée "Les Halles METRO, ici commence le Fait Maison" met en avant le rôle crucial de METRO dans le soutien des PME et producteurs français et renforce son image en tant que sourceur et sélectionneur de produits bruts, frais et locaux, essentiels pour les restaurateurs qui préparent



des plats authentiques. En effet, plus de la moitié du chiffre d'affaires de METRO provient des restaurateurs qui se fournissent en produits frais, sourcés majoritairement auprès de PME et de producteurs français dont plus de 1500 sont locaux. La campagne illustre également les histoires de chefs de divers secteurs, tels que la brasserie, la haute

gastronomie et le snacking, qui viennent quotidiennement dans Les Halles METRO à travers le pays pour se procurer des ingrédients frais, partageant une conviction commune autour de l'authenticité des saveurs et de la qualité des ingrédients. Cette initiative non seulement réaffirme l'engagement de METRO pour l'excellence culinaire, mais renforce également le lien entre la marque et ses clients fidèles à travers une narration visuelle puissante et des témoignages significatifs.

le **nouveau**
béliet
GRUPE DÉKUPLE

► Trésor de Kellogg's

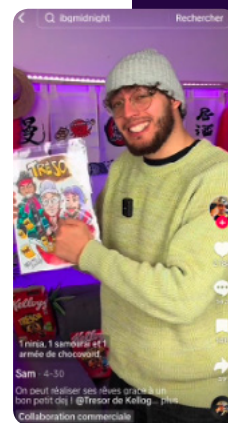
Kellogg's a fait appel à Reech pour promouvoir la nouvelle recette de Trésor au Brownie. L'agence a mis en place une campagne marketing dynamique avec une série d'activations immersives à Paris. Le coup d'envoi a été donné avec un événement de chasse aux trésors diffusé en direct sur Twitch, captivant une audience large et engagée grâce à une exploration ludique dans la capitale. Cette activation a non seulement stimulé l'excitation autour du produit, mais a également mis en valeur la créativité et l'interaction directe avec la marque.

Parallèlement, Kellogg's a collaboré avec des créateurs de contenu influents sur TikTok, ciblant les passionnés de rap, de mangas et de jeux vidéo pour maximiser la résonance culturelle et l'affinité avec le produit. Des créations originales, allant d'un rap exclusif à

une planche de manga en passant par un jeu mobile, ont été spécialement conçues pour illustrer la versatilité de Trésor et renforcer l'engagement des consommateurs. Ces stratégies créatives ont non seulement renforcé la visibilité de la nouvelle recette de Trésor au

Brownie, mais ont également permis à Kellogg's de tisser des liens plus profonds avec diverses communautés passionnées, augmentant significativement l'interaction avec la marque et la préférence des consommateurs.

REECH



De nouveaux dispositifs data-marketing

► Chagee

CHAGEE entend tirer parti des Jeux olympiques de Paris pour poursuivre son expansion sur le marché européen, en particulier en France. Cela s'inscrit dans l'ambition de la marque d'ouvrir des magasins sur le marché mondial dans les années à venir et de renforcer son influence dans le monde. Pour cela, Brainsonic et DÉKUPLE China ont accompagné la marque dans l'organisation d'un événement à Paris. L'objectif de l'événement est que les Jeux olympiques de Paris servent de plateforme d'échange culturel sino-français, renforçant ainsi la reconnaissance de CHAGEE sur le marché international.



Magasins éphémères innovants:

Mise en place d'un pop-up store à la gare Saint-Lazare de Paris, attirant davantage d'attention et de nouveaux clients.

Activités de promotion en ligne/ hors ligne à Paris:

Collaborer avec des lieux touristiques comme le Louvre, ayant de fortes caractéristiques culturelles avant les Jeux olympiques.

Le premier jour d'ouverture du pop-up store comptait déjà plus de **1200** visiteurs, avec un total de **5300** interactions, y compris la distribution de cadeaux et de thé au lait.

Collaboration avec l'ambassade de France:

Faciliter les échanges culturels sino-français, y compris les événements conjoints et les expériences culturelles, et ainsi renforcer l'influence internationale de la marque.



brainsonic
THE ENGAGEMENT AGENCY

DÉKUPLE
CHINA

◆ La Salvetat

GROUPE
grand
mercredi

Grand-Mercredi a conçu un programme nommé Flex pour La Salvetat, positionnant La Salvetat comme un compagnon de tous les jours, intégrant le bien-être et les bons réflexes liés à la santé des +50 ans, dans leur routine quotidienne.

Ce dispositif complet s'articule autour de plusieurs éléments :

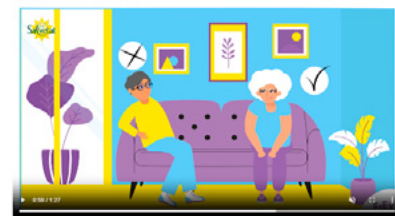
- ◆ "Création de la plateforme Flex" sur le site institutionnel de La Salvetat, conçue pour engager et informer les plus de 50 ans.
- ◆ Des catégories de contenus centrées autour

d'un tronc commun, la santé, permettant une navigation ciblée et pertinente.

- ◆ La production de 5 vidéos et 3 podcasts de seniors Flex, offrant des témoignages et des conseils précieux sur la santé et le bien-être.
- ◆ Un partenariat avec la Fédération Française de Randonnée permettant d'intégrer à la plateforme leur widget "map" officiel, dans le but d'enrichir l'expérience utilisateur et d'encourager l'exploration de parcours de randonnée adaptés.

1 MINUTE POUR PRÉSERVER SES ARTICULATIONS

Garantis de votre mobilité, vos articulations méritent d'être chouchoutées ! Pour maintenir leur flexibilité, un vous soufite nos meilleurs conseils.



L'INTERVIEW (RÉ)FLEX D'ALEXANDRA, QUI S'EST RÉINVENTÉE À 50 ANS

Après avoir travaillé dans les médias, Alexandra se consacre à 50 ans à sa passion pour l'écriture. Elle nous ouvre les portes de son quotidien Flex !



◆ Bouygues Immobilier

L'Agence DÉKUPLE, spécialisée en data marketing & communication, a conçu pour Bouygues Immobilier un territoire de communication commerciale pérenne, facilement déclinable qui vise à développer les ventes à court terme tout en renforçant le positionnement de la marque et sa signature "La vie commence ici".

Ce territoire se décline en 2024 au cours de trois grands temps forts commerciaux, orchestrés par l'Agence DÉKUPLE au niveau national et adaptés localement, et qui comprennent notamment :

- ◆ Une accroche impactante: "Ça se décide aujourd'hui".
- ◆ Une déclinaison 360°

comprenant la conception du key visual et son déploiement en print (presse, affichage, tract) et en digital (réseaux sociaux, display, YouTube, emailing)."

- ◆ Des visuels captivants qui facilitent immédiatement la compréhension du

secteur immobilier, tout en permettant aux prospects de se projeter dans un projet de vie (l'arrivée d'un nouvel enfant, posséder un extérieur avec un balcon...), et mettent en valeur l'offre de manière à encourager une visite en agence ou un acte d'achat.



DÉKUPLE
L'AGENCE

Nos récompenses



◆ Agence
DÉKUPLE:
5 prix



5 PRIX
pour Yoplait, dont l'OR
et Coup de Cœur
du Jury au Grand Prix
de la Data



► Brainsonic: 21 prix



5 PRIX
pour Yomoni, dont l'OR
aux Grands prix de
la Communication,
catégorie Campagne
de Publicité



5 PRIX
pour le Groupe BPCE,
dont l'OR à la Nuit
des Rois



2 PRIX
pour Hasbro, dont l'OR
aux Grands prix de la
Communication,
catégorie Dispositif de
Communication
Externe



1 PRIX
argent pour la RATP
aux Cas d'Or Grandes
Causes

Bescherelle

1 PRIX
bronze pour
Bescherelle
au Grand Prix
de la Data



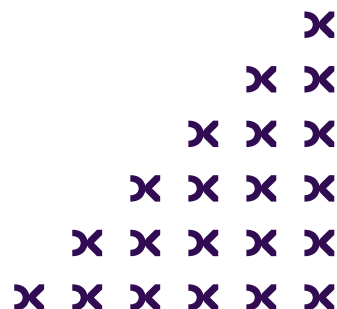
4 PRIX
pour Peugeot Frères
Industrie, dont l'OR aux
Golden Awards de
Montreux, catégorie
Print Advertising.



1 PRIX
Or et **1 PRIX**
Spécial du Jury pour
Tout le Monde contre
le Cancer aux Cas
d'Or DOOH

Lenovo

1 PRIX
argent pour Lenovo
au TopCom Corporate



Nouvelle charte éthique et politique d'alerte adaptée

Dans le cadre de son engagement continu envers un environnement de travail sain et respectueux, notre Groupe a entrepris le renforcement de ses politiques internes, visant à réaffirmer l'adhésion des collaborateurs aux valeurs du Groupe DEKUPLE et à un comportement éthique dans les activités de l'entreprise.

RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL DÉKUPLE 2024

La transformation majeure de notre Code de Conduite en une Charte Éthique vise à fédérer tous les collaborateurs, les parties prenantes internes et externes autour de nos valeurs que sont l'esprit de conquête, le respect et l'entraide. Cette nouvelle charte accorde une importance particulière à la santé et à la sécurité, et instaure des mesures spécifiques pour renforcer sa lutte contre toutes formes de discrimination, de harcèlement sexuel et/ou moral. Parallèlement, la Politique d'Alerte a été révisée afin de mieux s'adapter aux structures du Groupe, avec un renforcement des capacités nous permettant de mieux identifier et traiter les alertes, notamment grâce à l'introduction de référents spécifiquement formés et présents dans chaque équipe du Groupe. Ces référents jouent un rôle crucial dans l'identification, la prise en charge, l'accompagnement et le soutien des collaborateurs face aux comportements inappropriés.

Au cours du second semestre, tous les collaborateurs seront invités à adhérer à la Charte Éthique et à suivre une sensibilisation sur le harcèlement et la discrimination. L'objectif est de s'assurer que chaque membre du Groupe comprend les principes directeurs des interactions et comportements au quotidien, afin de promouvoir un environnement de travail plus sûr et respectueux pour tous.



► Gouvernance

Nouvelles chartes d'achats responsable pour plusieurs sociétés du Groupe

Les politiques d'achats responsables déployées dans plusieurs sociétés du Groupe s'inscrivent dans la politique environnementale, sociale et sociétale du Groupe. Elles ont pour objectif d'améliorer la gestion des fournisseurs et de promouvoir une amélioration continue.

À travers ses politiques d'achats responsables, le Groupe DÉKUPLE entend instaurer des relations basées sur la confiance mutuelle en vue de minimiser leurs impacts environnementaux et sociétaux, tout en favorisant les bonnes pratiques en matière d'éthique et de respect des droits humains.



► Social

Collaboration avec Décllic pour le mois de mentorat

“Grâce à l'initiative "Vendredi", j'ai eu l'opportunité de découvrir et de collaborer avec de nouvelles associations dédiées au mentorat, renforçant ainsi mon engagement auprès des étudiants et jeunes diplômés dans leur recherche d'alternance et de premier emploi. Parmi ces associations, "Le Décllic" se distingue par sa mission de mettre en relation des jeunes avec des professionnels, offrant à chaque mentor la possibilité de s'impliquer sur des problématiques d'accompagnement spécifiques.

Le format des séances, d'une heure chacune, favorise des échanges structurés et efficaces entre mentors et mentorés. Ces sessions couvrent des domaines essentiels tels que la construction du CV, le sourcing des offres, la rédaction de messages d'approche à l'attention des recruteurs, les techniques et postures en entretien et le suivi des candidatures. Grâce à cet engagement, j'ai eu la satisfaction d'accompagner trois étudiants qui ont pu obtenir leur alternance pour la rentrée de septembre 2024.”



ANTHONY MOREAU,
RESPONSABLE
DÉVELOPPEMENT
RH GROUPE



Nouvelle charte éthique et politique d'alerte adaptée



► SOCIAL

Vendredi: Programme de mécénat et de compétence efficace

Depuis le début de l'année 2024, le Groupe DÉKUPLE a rejoint Converteo dans le programme de mécénat de compétence "Vendredi", permettant l'intensification de nos initiatives RSE en offrant à nos collaborateurs diverses opportunités pour contribuer à une société plus durable. De fait, cette plateforme de mécénat de compétences joue un rôle central, permettant aux collaborateurs de s'engager dans des projets sociaux et environnementaux, tout en développant leurs compétences.

VENDREDI EN QUELQUES CHIFFRES AU PREMIER SEMESTRE 2024:

Plus de **550** collaborateurs se sont inscrits sur la plateforme.

Sur l'ensemble, **57** collaborateurs ont suivi des parcours de sensibilisation, avec **511** défis réalisés.

63 jours d'engagement ont été utilisés, pour un total de **102** missions.

Plus de **250** collaborateurs se sont engagés sur des missions de mécénat de compétences et missions interne.

Afin d'obtenir ces bons résultats et de maintenir un engagement fort de nos collaborateurs, les "ambassadeurs Vendredi" jouent un rôle primordial. En témoigne quelques unes des initiatives de Converteo au premier semestre:

- un **ciné débat** sur le thème du handicap et plus particulièrement sur l'autisme, via la projection du film Hors Normes de Olivier Nakache et Éric Toledano.
- une **pause bien-être**, via un atelier spécial sur la gestion du stress et de l'anxiété, où les collaborateurs ont pu créer leurs propres sticks olfactifs.
- un **atelier de self-défense** pour renforcer l'assurance des collaborateurs au quotidien et apprendre des techniques simples et efficaces de défense.

Rocket Marketing agit pour l'apprentissage et les formations

Comme chaque année, Rocket Marketing fait le choix de verser le solde de sa taxe d'apprentissage à des établissements engagés, contribuant ainsi à financer l'apprentissage et les formations d'un ou plusieurs organismes. Pour 2024, cette taxe a été versée au Service d'Education Spéciale et de Soins à Domicile (SESSAD) de Chartres.

Ce SESSAD offre un soutien éducatif et thérapeutique aux enfants et adolescents en situation de handicap. Cette contribution leur permet notamment d'acquérir du matériel pédagogique et thérapeutique, indispensable au développement et à l'épanouissement des jeunes qu'ils accompagnent.

En choisissant de soutenir cette organisation, Rocket Marketing réaffirme son engagement envers des valeurs de solidarité et de responsabilité sociale, contribuant à un avenir meilleur pour tous.



► Environnement

Fresque du Climat et Fresque de l'Économie Circulaire

Depuis 2018, au sein du Groupe DÉKUPLE, la Fresque du Climat est devenue un outil essentiel de sensibilisation aux enjeux climatiques. Au cours de ce premier semestre, trois fresques ont été réalisées, comptant 17 collaborateurs

participants et ayant permis de finaliser la formation de deux fresqueurs à l'animation de ces sessions. L'objectif est d'élever le niveau de connaissances autour des enjeux et des thématiques du réchauffement climatique, ainsi que des solutions de transition et de transformation.

Ces initiatives soulignent la continuité de notre engagement actif envers les défis environnementaux.

Ces engagements se poursuivront lors du second semestre 2024 avec l'organisation de nouvelles Fresques du Climat.

Le pôle Partenariat du Groupe DÉKUPLE et les activités support ont participé à la Fresque de l'Économie Circulaire avec l'objectif d'introduire des notions de modèles économiques plus vertueux aux collaborateurs.



7365 milles parcourus par le nouveau Class40 DÉKUPLE

Au cours du premier semestre 2024, notre skipper William Mathelin-Moreaux et son Class40 DÉKUPLE ont parcouru 7365 milles au cours de deux transatlantiques et une troisième course sur les côtes américaines.

Mis à l'eau après sept mois de construction, ce nouveau voilier, un Musa40 conçu par Gianluca Guelfi et jumeau du gagnant de la dernière Transat Jacques Vabre, a rapidement fait ses preuves lors de la Niji40, une course de Saint-Malo à Marie-Galante, puis lors de l'Atlantic Cup aux États-Unis, où William et son coéquipier ont excellé, en remportant la 3^e place de la deuxième étape. Entre cette course et la

suiivante, William a participé au Relais de la Flamme Olympique à Lorient. Pour ce moment honorifique reflétant nos valeurs, il a été encouragé sur les 200 mètres de son parcours par les résidents de la Fondation Perce-Neige, association dont il est le parrain.

Pour le Class40 DÉKUPLE, ce premier semestre s'est achevé avec la Transat Québec-Saint-Malo. Avec une option tactique osée, William et ses coéquipiers ont achevé la course en dixième position, à peine une heure et demie derrière les vainqueurs.

Cette première saison du Class40 DÉKUPLE reflète un air de renouveau prometteur pour les futurs défis de William Mathelin-Moreaux.

WILLIAM MATHELIN-MOREAUX,
SKIPPER DU GROUPE DÉKUPLE





CAHIER FINANCIER

SOMMAIRE

1. RAPPORT SEMESTRIEL D'ACTIVITÉ	31
1.1. Présentation générale	31
1.2. Faits marquants du premier semestre 2024	32
1.3. Évolution des activités	33
1.4. Les comptes semestriels	39
1.5. Transactions avec les parties liées	40
1.6. Principaux facteurs de risques et incertitudes	40
1.7. Événements postérieurs à la clôture des comptes et perspectives	40
1.8. L'actionnariat et la vie boursière	40
2. ETATS FINANCIERS	42
2.1. Comptes consolidés	42
2.2. Annexe aux états financiers consolidés résumés d'ADLPartner au 30 juin 2024	48
3. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'INFORMATION SEMESTRIELLE	55
4. ATTESTATION DU RESPONSABLE DU RAPPORT SEMESTRIEL 2024	56

1. RAPPORT SEMESTRIEL D'ACTIVITÉ

1.1. Présentation générale

Créé en 1972, DÉKUPLE est un acteur majeur européen du data marketing cross-canal. Ses expertises associant conseil, créativité, data et technologie lui permettent d'accompagner les marques dans la transformation de leur marketing, au service de la performance business. Le Groupe conçoit et met en œuvre, pour ses partenaires et clients, des dispositifs d'acquisition, de fidélisation et d'animation de la relation client sur l'ensemble des canaux de distribution. Le Groupe travaille aujourd'hui avec plus de 500 marques de grands groupes ou ETI, en Europe et à l'international. Présent en Europe, en Chine et en Amérique du Nord, le Groupe emploie plus de 1 000 collaborateurs animés par des valeurs communes : l'esprit de conquête, le respect et l'entraide.

Le Groupe regroupe des activités aux business models fortement complémentaires, avec des activités BtoC à portefeuilles - abonnements et souscriptions - qui permettent de générer des revenus réguliers, associées à des activités BtoB - prestations de services marketing clé en main - avec des solutions de conseil et d'accompagnement en data marketing.

Le Groupe commercialise **trois offres principales** :

1. Marketing digital (63 % du chiffre d'affaires consolidé au premier semestre 2024)

Ces offres regroupent les activités de Conseil & Technologie, mises en œuvre par Converteo, et les activités d'Agences & Solutions d'ingénierie marketing, mises en œuvre par les agences du Groupe (Brainsonic, Le Nouveau Béliet, Reech, Dékuple Ingénierie Marketing B2B, Intelligence Senior, Dékuple Iberia et l'agence Dékuple) et leurs solutions (Leoo, RocketLinks, Ereferer, Ividence et Smart Traffik). L'ensemble de leurs compétences permet de proposer des dispositifs cross-canal sur mesure et novateurs afin d'accompagner les entreprises dans leur création de valeur en maximisant la performance de leurs actions marketing et la valorisation de la connaissance client.

2. Magazines (33 % du chiffre d'affaires consolidé au premier semestre 2024)

Leader européen de la fidélisation de clients par la presse magazine, le Groupe commercialise des abonnements magazines depuis plus de 40 ans. Diffusé principalement en marque blanche, l'abonnement à durée libre est la ligne de produits principale de cette activité.

3. Assurances (4 % du chiffre d'affaires consolidé au premier semestre 2024)

Via sa filiale ADLP Assurances, le Groupe propose des produits d'assurance par marketing direct à ses clients et prospects et à ceux de ses partenaires. Cette offre s'appuie sur les savoir-faire historiques du Groupe dans la vente directe de services récurrents pour l'adapter au marché de l'assurance.

À l'horizon 2025, le Groupe a pour ambition de devenir un leader du data marketing en Europe.

DÉKUPLE est la marque commerciale d'ADLPartner SA, société mère du Groupe cotée sur le marché réglementé d'Euronext Paris – Compartiment C. La présentation du présent rapport concerne tant le Groupe que cette société, sauf indication contraire.

1.2. Faits marquants du premier semestre 2024

1.2.1. Poursuite de la forte croissance portée par l'expansion du marketing digital

Au premier semestre 2024, malgré une conjoncture économique difficile, le Groupe DÉKUPLE enregistre une croissance solide tirée par l'expansion continue de ses activités de marketing digital.

Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'établit à 104,6 M€ en progression de + 8,8 % par rapport au premier semestre 2023, tandis que la marge brute du Groupe s'établit à 83,5 M€, en croissance de + 5,8 %.

Les activités de marketing digital, qui représentent 63,5 % du chiffre d'affaires consolidé contre 57,7 % il y a un an, confirment leur forte croissance avec une marge brute, en progression de +18,6 %. Elles sont portées par la pertinence et l'efficacité des solutions multi-expertes en data marketing proposées par le Groupe pour répondre aux enjeux complexes de ses clients, notamment en matière de data et d'intelligence artificielle.

Malgré un contexte de consommation défavorable, les activités à portefeuille maintiennent des investissements commerciaux significatifs afin de consolider leur portefeuille d'abonnements générateurs de revenus récurrents. Dans l'activité Magazines, face à un marché de la presse en retrait, les campagnes marketing sont maintenues sur les segments de clientèle les plus rentables et les ventes sont en baisse de - 6,4 %. Parallèlement, l'activité Assurances enregistre des ventes quasi stables par rapport à l'an dernier et poursuit le développement de l'offre de complémentaire santé.

Sur l'ensemble du semestre, les ventes du Groupe par offre ont évolué comme suit :

Chiffre d'affaires			
En M€	S1 2024	S1 2023	Variation
Marketing digital	66,4	55,5	+ 19,7 %
Magazines	34,1	36,5	- 6,4 %
Assurances	4,0	4,2	- 3,8 %
Total semestriel	104,6	96,1	+ 8,8 %

Marge brute			
En M€	S1 2024	S1 2023	Variation
Marketing digital	45,3	38,2	+ 18,6 %
Magazines	34,1	36,5	- 6,4 %
Assurances	4,0	4,2	- 3,8 %
Total semestriel	83,5	78,9	+ 5,8 %

1.2.2. Croissance externe

En juin 2024, le Groupe, par l'intermédiaire de sa filiale Rocket Marketing, a acquis 100% du capital de Ereferer, une plateforme innovante spécialisée dans le Netlinking automatisé.

Cette acquisition stratégique permet à Rocket Marketing de renforcer son offre sur le marché du Brand Content et, plus précisément, du Netlinking (cf. 1.3 évolution des activités).

Ereferer, une entreprise rentable et en pleine croissance sur le marché européen, permet au Groupe DÉKUPLE de consolider sa position de leader technologique et de services dans le domaine du data marketing, tant en France qu'en Europe.

1.3. Évolution des activités

1.3.1. Marketing digital

Les activités de marketing digital (Conseil & Technologie et d'Agences & Solutions d'ingénierie marketing) représentent la principale contribution du Groupe (63,5 % du chiffre d'affaires consolidé du premier semestre 2024 contre 57,7 % au premier semestre 2023). Ces activités ont poursuivi leur dynamique de forte croissance en enregistrant une marge brute semestrielle de 45,3 M€ en progression de +18,6 % par rapport à l'an dernier.

Cette dynamique repose sur l'expansion des activités de Conseil, qui occupent une position stratégique pour accompagner les marques dans la transformation digitale et IT de leur organisation marketing. Elle est également soutenue par l'élargissement du périmètre des activités d'Agences & Solutions d'ingénierie marketing, à la suite des croissances externes réalisées au cours du dernier exercice, ainsi que par le développement des activités et l'expansion des solutions technologiques en France et à l'international.

Sur l'ensemble du semestre, la marge brute des activités de marketing digital du Groupe par offre a évolué comme suit :

Marge brute – Marketing digital			
En M€	S1 2024	S1 2023	Variation
Conseil & Technologie	23,5	20,7	+ 13,6 %
Agences & Solutions marketing – France	19,7	15,9	+ 23,8 %
Agences & Solutions marketing – Espagne	2,2	1,7	+ 30,5 %
Total semestriel	45,3	38,2	+ 18,6 %

1. Conseil et Technologie

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Conseil et Technologie, est actionnaire de la société Converteo depuis avril 2014 et en détient 73,8 % à fin juin 2024.

Fondé en 2007, Converteo est un acteur de référence du conseil en stratégie data et digital. Spécialisé dans la transformation digitale et data permettant aux entreprises d'accélérer leur performance business, ce cabinet de conseil accompagne ses clients dans le management de leurs projets en digital, cross-canal et data : stratégie, transformation, organisation, rédaction du cahier des charges, gestion de projet, reporting et optimisation. Converteo intervient en assistance à la maîtrise d'ouvrage dans les dossiers nécessitant des choix technologiques clés.

Au premier semestre 2024, la marge brute des activités de conseil a enregistré une hausse de + 13,6 % à 23,5 M€. Cette forte croissance organique de Converteo repose sur le développement de ses équipes de plus de 450 consultants pour répondre aux attentes d'un marché marqué par les enjeux de digitalisation et de datafication des entreprises, et en particulier de leur marketing.

Pour accompagner sa croissance, la filiale a diversifié ses offres au cours du semestre avec le lancement de nouvelles verticales pour répondre aux besoins variés de ses clients actuels et futurs. Elle a également renforcé sa présence internationale par la création d'une filiale aux Etats-Unis et l'ouverture effective de deux bureaux, l'un à New York et l'autre à Montréal.

Pour soutenir son développement et renforcer sa position dans le domaine de l'intelligence artificielle, Converteo s'appuie sur une IA Factory dédiée aux technologies et à la data. Cette structure permet de tirer pleinement parti des technologies émergentes et des données pour développer des solutions innovantes visant à améliorer la productivité des équipes, l'efficacité des campagnes clients, et l'analyse des données. C'est dans cette optique que s'inscrit la MMM Factory de Converteo, qui facilite la modélisation de la performance incrémentale des actions marketing et média sur les résultats économiques de ses clients.

Enfin, la qualité de la marque employeur de Converteo permet de recruter les meilleurs experts pour accompagner le développement de ses six pratiques principales (Data x Business Consulting, Analytics x Conversion, Product management, Media, CRM, Data Technologies) auprès de grands groupes du CAC 40 et de nombreuses ETI, soit sous forme de régie accompagnant les équipes marketing et digitales en interne, soit sous forme de forfaits à haute valeur ajoutée pour définir et soutenir la stratégie Digitale/Data.

Pour la troisième année consécutive, Converteo est dans le Top 10 du classement HappyIndex@AtWork, distinguant les entreprises les mieux notées par leurs salariés, et figure à la 3^{ème} place du secteur Conseil. Cette distinction permet au cabinet de continuer à attirer les meilleurs talents.

2. Agences et Solutions d'ingénierie marketing - France

Les offres Agences et Solutions marketing - France enregistrent une marge brute de 19,7 M€, en augmentation de + 23,8 %. Cette croissance inclut un effet de périmètre de 2,2 M€, lié à la consolidation depuis juillet 2023 du Groupe Grand Mercredi, expert du marketing des plus de 50 ans, et de l'agence Le Nouveau Béliet, référence du conseil en stratégie publicitaire, experte du Retail.

À périmètre constant, l'ensemble des offres affichent une croissance de + 10,2 %, principalement portée par le développement des activités en Chine et l'expansion des solutions technologiques en France et à l'international. Ces avancées se traduisent notamment par une croissance soutenue des solutions innovantes de Smart Traffik (Okube), et de Rocket Marketing qui a renforcé son offre au troisième trimestre avec l'acquisition d'une plateforme spécialisée dans le Netlinking automatisé.

Au 30 juin 2024, les offres d'Agences & Solutions marketing en France s'appuient principalement sur des agences et les solutions technologiques suivantes :

AGENCES

L'agence Dékuple

L'agence Dékuple a été créée en octobre 2021, en regroupant les activités de prestations de services marketing pour les annonceurs (Psychhh, E-Data, Codes for Gifts). Son positionnement repose sur la création de dispositifs qui associent « Brand et Marketing Performance » pour répondre à des objectifs d'acquisition, d'activation marketing et de fidélisation.

Au cours du premier semestre 2024, l'agence Dékuple poursuit le développement de ses offres pour le retail tout en explorant de nouveaux secteurs comme les biens de consommation courante et les vins et spiritueux. L'agence entend y apporter son expertise en marketing digital et stratégie de marque, tout en misant sur l'intégration accrue de l'Intelligence Artificielle pour proposer des solutions personnalisées et performantes.

Sur la période, l'agence Dékuple a notamment lancé GeoTarget, une solution de géomarketing innovante qui permet aux entreprises de localiser précisément leurs audiences et d'analyser les données démographiques et comportementales associées à des zones géographiques spécifiques. L'agence a également remporté 5 nouveaux prix qui récompensent ses expertises et permettent de valoriser son savoir-faire auprès des annonceurs.

Dékuple Ingénierie Marketing B2B

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, est actionnaire depuis juillet 2020 de la société Dékuple Ingénierie Marketing B2B (ex- AWE), et en détient 60,4 % du capital à fin juin 2024.

Basée à Paris, Dékuple Ingénierie Marketing B2B est une agence conseil spécialiste du marketing digital BtoB dont les solutions répondent aux 2 principales problématiques des entreprises BtoB : i) l'acquisition de prospects online et ii) la mesure de la performance commerciale des actions marketing. Dékuple Ingénierie Marketing B2B se positionne comme un support pour les forces de vente en permettant de générer des leads qualifiés.

Cette filiale permet au Groupe de proposer des expertises en marketing BtoB, notamment auprès des secteurs de l'industrie, de la technologie, et des services, à travers des dispositifs innovants d'acquisition de leads innovants et performants.

Sa filiale à Shanghai, Dékuple China, accompagne depuis 2019 de grandes entreprises françaises sur des sujets de stratégies marketing BtoB, Lead Generation, Data Management, Content Marketing et Marketing Automation, dans l'écosystème digital chinois. Ses activités ont poursuivi au premier semestre 2024 leur forte croissance, en accompagnant des entreprises dans les domaines de l'industrie, de l'agroalimentaire, du luxe ou de l'éducation.

Groupe Grand Mercredi (Intelligence Senior)

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, est actionnaire de la société Groupe Grand Mercredi (Intelligence Senior) depuis 15 février 2021 et en détient 67,4 % du capital à fin juin 2024.

Créé en 2016, Intelligence Senior est la première agence media et marketing en France à se positionner sur le marché des seniors. Son approche moderne et innovante pour parler à la cible senior, couplée au savoir-faire du Groupe en data marketing cross-canal, permet de créer un acteur majeur capable d'accompagner tout le tissu économique et social sur les enjeux seniors.

Au cours du premier semestre 2024, Intelligence Senior a poursuivi son développement et mené de nouvelles opérations, notamment pour répondre aux besoins sur la santé et le bien-être des plus de 50 ans.

La société est consolidée dans les comptes du Groupe depuis le 1^{er} juillet 2023.

Rocket marketing (Reech)

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, est actionnaire de la société Rocket Marketing (Reech) depuis juillet 2021 et en détient 59,6 % du capital à fin juin 2024.

Fondée en 2015 par Guillaume & Maxime Doki-Thonon, Rocket Marketing (Reech) est une entreprise experte du Marketing d'Influence et pionnière sur son marché. La société propose aux annonceurs différentes offres. D'abord, elle élabore et déploie - à la manière d'une agence - les stratégies d'influence des plus grandes marques (Kellogg's, Coca-Cola, Philips, Carrefour, Boulanger, Nature & Découvertes, Groupe Galeries Lafayette, Spontex, etc.). Technologie & data composant son ADN depuis les origines, l'entreprise commercialise également sa solution SaaS d'influence « Reech Influence Cloud » qui permet à un nombre croissant d'annonceurs de piloter en toute autonomie l'ensemble de leurs actions d'influence. Enfin, RocketLinks, offre historique de la société, est la première plateforme d'achat et de vente d'articles sponsorisés avec environ 100 000 blogs et médias partenaires en France et à l'international permettant aux annonceurs de booster leur notoriété et leur trafic.

Au cours du premier semestre 2024, Rocket Marketing (Reech) a renforcé son développement sur les marchés internationaux, en particulier au Royaume-Uni et aux États-Unis, à travers notamment sa solution MarTech en SaaS, Reech Influence Cloud, et sa plateforme de gestion des campagnes d'articles sponsorisés, RocketLinks. Ces développements contribuent à soutenir le processus global d'internationalisation du Groupe Dékuple.

En juin 2024, Rocket Marketing (Reech) a acquis 100% du capital de Ereferer. Lancée en 2014, Ereferer est une plateforme automatisée de Netlinking, spécialisée dans l'optimisation des stratégies de marketing digital grâce à des solutions self-service les moins chères et les plus complètes du marché. Avec plus de 65 000 blogs et médias référencés, le catalogue Français et international d'Ereferer permet à n'importe quel annonceur, quel que soit son secteur d'activité, de trouver des spots pertinents pour sa stratégie de netlinking en France et à l'international.

Cette acquisition stratégique permet à Rocket Marketing (Reech) de proposer désormais deux solutions complémentaires :

- RocketLinks : Leader du marché, offrant une assistance unique combinant intelligence artificielle et intervention humaine.
- Ereferer : Une plateforme self-service entièrement automatisée, reconnue pour son efficacité et sa simplicité d'utilisation en matière de Netlinking.

Opérant selon des modèles économiques distincts, RocketLinks et Ereferer continuent de fonctionner de manière indépendante, avec des équipes dédiées et des offres de médias spécifiques.

Par ailleurs, Rocket Marketing (Reech) a poursuivi le développement de son offre « Reech Learning Program » pour former les professionnels à l'influence, qu'ils soient chez l'annonceur, en agence ou encore à la recherche d'un emploi dans le secteur dans le but d'accélérer la transformation des entreprises en influence marketing.

Le Nouveau Bélier

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, est actionnaire depuis juillet 2023 de la société Nextocom (Le Nouveau Bélier) et en détient 70 % du capital à fin juin 2024.

Fondée en 2008, l'agence Le Nouveau Bélier, composée de 25 talents, s'est établie comme un des experts incontestés dans le domaine de la stratégie publicitaire dans le secteur du Retail. En combinant créativité et expertise pointue du marché, Le Nouveau Bélier a bâti une réputation solide en élaborant des campagnes publicitaires à succès pour de grandes marques de distribution (Gamm Vert, Interflora, Match, Metro, Euromaster, Florajet, Darty...).

Son intégration a permis de renforcer les expertises du Groupe pour accompagner largement les annonceurs du Retail en couvrant les sujets de marque, de publicité et de marketing et en s'appuyant sur la créativité, la data et la technologie.

Au cours du premier semestre 2024, Le Nouveau Bélier a enregistré des performances solides et développé des synergies avec les autres entités du Groupe.

La société est consolidée dans les comptes du Groupe depuis le 1^{er} juillet 2023.

ENGAGEMENT MARKETING

Brainsonic

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, est actionnaire de la société Brainsonic depuis septembre 2022 et en détient 72,6 % du capital à fin juin 2024.

Fondée en 2003, Brainsonic, *The Engagement Agency*, est une agence de communication multi-métiers de plus de 120 talents, qui proposent et mettent en exécution des stratégies et des créations destinées à engager les audiences des marques (BtoC, BtoB et collaborateurs). Brainsonic compte un large portefeuille de clients issus de secteurs différents tels que la grande distribution, les banques-assurances, les médias, le BTP, les industries, la high-tech, le retail, etc., qu'elle accompagne de manière globale grâce à ses expertises multiples (digital, social media, événementiel, publicitaire, corporate, éditorial, etc.).

Pionnier dans l'usage de l'IA générative, Brainsonic est un acteur de référence à travers son offre de formation dédiée. Animées par des experts du domaine qui exploitent l'IA au quotidien, ces formations ont pour objectif de sensibiliser les comités de direction ou comités exécutifs aux apports de l'IA générative et d'outiller les professionnels de la communication, du marketing et de l'événementiel en leur permettant d'identifier des actions concrètes à intégrer à leurs pratiques actuelles, tout en se préparant pour l'avenir.

Après deux années consacrées au déploiement au sein de l'agence des technologies IA, Brainsonic a déployé au cours du semestre son pôle dédié à l'IA avec le lancement de Brainsonic.ai, cabinet de transformation dédié à l'intelligence artificielle générative. La société propose à ses clients de bénéficier d'un accompagnement ad-hoc pour s'emparer au mieux de ce game changer. Ainsi Brainsonic.ai, a pour mission de permettre l'intégration et l'exploitation efficace des intelligences artificielles génératives. Cet accompagnement s'appuie sur quatre piliers :

- L'acculturation et la sensibilisation aux enjeux de l'intelligence artificielle, par le biais de conférences pour mettre tous les collaborateurs d'une entreprise au même niveau d'information et de formation sur le thème des outils d'IA génératives.
- La formation (et plans de formation), pour faire monter les équipes en compétence sur l'usage des intelligences artificielles génératives et les rendre autonomes. L'agence a d'ailleurs été choisie par l'EBG pour assurer plusieurs formations à ce sujet.
- La transformation, par l'identification des sujets et des processus pouvant être optimisés et transformés par l'utilisation de l'IA générative.
- L'implémentation et la production, à travers la mise en application concrète et mesurable des projets de la marque : Campagne créatives – Développements technologiques – Avatars AI.

Au cours du premier semestre 2024, Brainsonic a gagné plusieurs nouveaux comptes et remporté 21 prix qui permettent de valoriser l'ensemble de ses expertises et savoir-faire auprès d'un nombre élargi d'annonceurs.

SOLUTIONS

Leo

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, est actionnaire de la société Leo depuis 2015 et en détient 100 % depuis décembre 2019.

Fondée en 2009, Leo est spécialisée dans la conception et l'animation pour ses clients de programmes de fidélisation, de parrainage, de rétention et de gratification aussi bien dans le domaine BtoC (clients consommateurs) que BtoB (clients entreprises).

Son modèle marketing et technologique innovant permet de traiter des données marketing client multicanal, de les analyser efficacement et d'augmenter la performance business des programmes de fidélisation et d'activation, ainsi que la performance commerciale des marques. Les plateformes digitales relationnelles innovantes, conçues et animées par Leo, contribuent à enrichir l'Expérience Client en mettant la puissance de la technologie et de la data au service des stratégies marketing de ses clients.

Au premier semestre 2024, Leo a développé ses technologies pour améliorer ses capacités de collecte et de traitement des données issues de ses programmes relationnels. Les domaines fonctionnels ont continué à être élargis et couvrent désormais les programmes de parrainage et du Club à points existants, ainsi que la gestion de programmes relationnels basés sur un Club Avantages. Ces solutions permettent aux marques d'offrir à leurs clients des prix ou des services exclusifs afin de les fidéliser davantage.

Ividence

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, a acquis en janvier 2020 le fonds de commerce et les actifs de la société Ividence.

Spécialiste de la publicité native au sein des newsletters, Ividence enrichit le marketing digital des marques en valorisant les atouts des éditeurs et annonceurs partenaires prestigieux comme Prisma Media, 20Minutes, Outbrain... Elle permet au Groupe d'adresser un segment de marché en forte croissance et de renforcer ses activités de génération de trafic et de leads qualifiés pour ses marques clientes et de monétisation d'audience pour les éditeurs.

Ividence s'impose comme un acteur majeur des Native Ads dans les newsletters, avec un réseau de 50 éditeurs de premier plan et la gestion de 325 newsletters générant 1,5 milliard d'impressions mensuelles. En 2023, 46 % de son chiffre d'affaires était réalisé à l'international, renforçant l'internationalisation du Groupe DÉKUPLE. Au premier semestre 2024, Ividence a poursuivi cette dynamique tout en enregistrant une forte croissance de son activité CRM pour les grandes marques médias, grâce à son outil automatisé "CRM Factory". Son offre Display Native, lancée en 2023, connaît également des débuts prometteurs.

Smart Traffik

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, est actionnaire depuis décembre 2022 de la société Smart Traffik et en détient 50,9 % du capital à fin décembre 2023.

Fondée en 2012 par Laurent Simonin, Emmanuel Isnard et Yann Gilquin, Smart Traffik est un éditeur de solutions Web-to-Store en mode SAAS répondant aux nouveaux enjeux du monde du Retail et contribuant à optimiser la performance business de 120 enseignes et marques représentant plus de 25.000 points de vente.

Son intégration a permis de renforcer les expertises du Groupe dans le conseil et la mise en œuvre de dispositifs data-marketing pour le Retail et d'apporter de nouvelles solutions innovantes en réponse aux fortes mutations de ce secteur.

Ses solutions innovantes activables rapidement s'articulent autour de deux axes principaux :

1/ La génération de leads qualifiés en magasins via :

- le Presence Management pour donner de la visibilité on-line aux points de vente,
- le Click and Collect pour rendre accessible les produits depuis les carrefours d'audience (Local Product),
- la prise de rendez-vous en ligne multi-plateforme pour les services des retailers (Smart reserve).

2/ La mesure omnicanale de l'efficacité des investissements média, l'attribution marketing et l'optimisation des campagnes publicitaires (oKube).

Smart Traffik se distingue par sa capacité à mesurer l'impact des campagnes TV sur le trafic en magasin en temps réel avec sa solution oKube. Cette offre combine la mesure instantanée, l'omnicanalité et la technologie avancée pour analyser les retombées des investissements médias. Elle permet d'obtenir des données précises dès le lendemain de la première visite, couvrant le volume de visites, l'efficacité des impressions et la rentabilité. oKube vise à fournir une évaluation détaillée de la performance des campagnes, facilitant ainsi la génération de rapports automatiques pour ajuster les stratégies marketing.

Au cours du premier semestre 2024, Smart Traffik a enregistré une forte croissance de sa solution innovante en Retail Marketing (oKube), tant en France qu'à l'international, et gagné plusieurs nouveaux comptes, qui permettent de valoriser ses expertises et soutenir le développement de la filiale. Sa solution de Web-to-Store, LoKal Booster, est marquée par un développement notable en Espagne grâce aux synergies mises en œuvre avec la filiale espagnole du Groupe.

3. Agences et Solutions marketing - Iberia

Le Groupe est présent en Espagne à travers sa filiale détenue à 100 % ADLPartner Hispania. Cette filiale propose des prestations marketing aux annonceurs, principalement constituées d'opérations de promotion des ventes, de gratification, de fidélisation et de rétention client. Une activité de services de presse est opérée marginalement.

Gérée de façon conjointe avec la filiale espagnole, la société ADLPERFORMANCE, UNIPESOAL LDA, filiale à 100 % de ADLPartner SA depuis 2016, permet au Groupe d'être présent au Portugal où il développe son offre de services de promotion et de fidélisation.

Au premier semestre 2024, ADLPartner Hispania & Portugal ont enregistré une croissance de leur marge brute (services de presse inclus) qui s'établit à 2,2 M€, en progression de + 30,5 %, stimulée par l'évolution du mix-marketing en faveur de

services à plus forte valeur ajoutée. Les deux filiales ont également élargi leur portefeuille d'offres avec la commercialisation des plateformes LoKal Booster et oKube de Smart Traffik.

Sur la période, le pôle Agences et Solutions marketing – Iberia contribue positivement (+ 0,5 M€) au résultat net consolidé.

1.3.2. Magazines

Les activités historiques d'abonnements magazines (32,7 % du chiffre d'affaires consolidé au premier semestre 2024) focalisent essentiellement leurs opérations sur l'abonnement à durée libre (ADL) en partenariat. Cette offre, fondée sur la commercialisation à distance d'abonnements à la presse magazine, est plus créatrice de valeur que l'abonnement classique.

À partir de cette offre, le Groupe développe des dispositifs sur-mesure, multi-canaux, clés en main, pour ses marques partenaires, afin de nourrir leur relation client de façon différenciée et ainsi fidéliser leurs clients. Le Groupe dispose d'une expertise forte sur l'enrichissement de la relation client en utilisant l'abonnement à la presse comme levier marketing et en misant sur la Data et le Digital pour développer un marketing affinitaire et répondre aux évolutions des usages de la consommation.

Au cours du semestre, le Groupe a maintenu des investissements commerciaux significatifs. Dans un environnement défavorable, les campagnes marketing se sont principalement focalisées sur les segments de clientèle les plus rentables, avec de nouvelles offres et de nouveaux partenaires, afin de soutenir le portefeuille de contrats et consolider le rôle essentiel du Groupe auprès des éditeurs de presse.

Néanmoins, face à la baisse de la diffusion de la presse magazine, l'offre magazines a enregistré au premier semestre 2024 un chiffre d'affaires en retrait de -6,4 % à 34,1 M€, tandis que le Volume d'Affaires Brut¹ s'établissait à 91,1 M€ en baisse de -6,4 % par rapport au premier semestre 2023.

Cette diminution reste moins prononcée que celle du portefeuille d'abonnements actifs à durée libre, qui a baissé de -10 % par rapport à l'année précédente, compte tenu de l'augmentation des prix des éditeurs et du nombre plus élevé de parutions hors-série au premier semestre 2024 par rapport à l'année précédente. Au 30 juin 2024, le nombre d'ADL gérés en portefeuille s'établissait ainsi à 1 901 359 abonnements, contre 2 113 634 au 30 juin 2023 et 2 024 104 au 31 décembre 2023. La bonne tenue de la marge moyenne enregistrée sur ces abonnements a permis de contenir la valeur globale du portefeuille, qui s'élevait à fin juin 2024 à 100,3 M€, contre 103,4 M€ à fin 2023 et 106,7 M€ à fin juin 2023.

1.3.3. Assurances

L'activité Assurance du Groupe DÉKUPLE (3,8 % du chiffre d'affaires consolidé au premier semestre 2024) a construit au fil des ans un modèle disruptif de courtier généraliste de produits d'assurances affinitaires, grâce à la data et aux technologies marketing.

ADLP Assurances exerce depuis sa création en 2013, une activité de courtage en assurance et est, à ce titre, inscrite à l'ORIAS dans la catégorie des courtiers d'assurance. Elle développe sous le nom AvoCotés une gamme diversifiée de produits d'assurance et d'assistance du particulier, destinés à apporter des solutions aux incidents ou accidents de la vie quotidienne : dépannage d'urgence à domicile, assurances en cas de blessure ou d'accident, protection juridique, assurance vol des effets personnels, cyber-assurance du particulier, perte d'autonomie, santé.

Ces produits sont commercialisés exclusivement à distance, dans une approche cross-canal, en utilisant tous les canaux de distribution (courrier, téléphone, courriel, sites internet, publicité et/ou asilage). ADLP Assurances développe des partenariats avec des entreprises de divers secteurs (Distribution, Services, Vente à Distance, Éditeurs de presse), détentrices de larges bases de clients, et avec des professionnels de l'assurance (compagnies d'assurance, mutuelles, institutions de prévoyance, courtiers...) pour développer leur taux d'équipement.

Au premier semestre 2024, le chiffre d'affaires de la filiale ADLP Assurances s'établit à 4,0 M€, en léger retrait de - 3,8 % par rapport à une base de comparaison élevée au premier semestre 2023. ADLP Assurances a poursuivi ses investissements commerciaux, engagés en partenariat, à partir de ses fichiers en propre ou à travers des dispositifs digitaux, afin de développer son portefeuille de contrats générateurs de revenus récurrents. Son approche innovante en marketing pour l'assurance Santé contribue à soutenir le portefeuille d'assurés.

¹ Le volume d'affaires brut (VAB) représente la valeur des abonnements et autres produits commercialisés. Il est égal au chiffre d'affaires en ce qui concerne les activités d'assurances et de marketing digital.

1.4. Les comptes semestriels

1.4.1. Les comptes consolidés

Par rapport au 31 décembre 2023, le pourcentage d'intérêts dans les filiales a évolué en raison de la livraison d'actions gratuites le 2 avril 2024 de la filiale Converteo désormais détenue à 73,8 % par le Groupe, la cession des titres ADLP Télésurveillance par ADLPartner le 28 juin 2024 et l'acquisition le 13 juin 2024 par Rocket Marketing, détenue à 59,6 % par le Groupe, de la filiale Ereferer.

Le chiffre d'affaires semestriel du Groupe s'établit à 104,6 M€ en hausse de +8,4 M€, soit +8,8 % par rapport au premier semestre 2023. La marge brute du semestre est en hausse de 5,8 % à 83,5 M€, contre 78,9 M€ au premier semestre 2023.

Dans un contexte d'investissements importants, l'EBITDA retraité² s'élève à 12,4 M€, en progression de + 1,7 M€ par rapport au premier semestre de 2023, pour représenter 14,8 % de la marge brute du semestre contre 13,6 % un an plus tôt.

Le résultat opérationnel courant s'établit à 8,4 millions d'euros, comparé à 7,1 millions d'euros au premier semestre 2023, soit une progression de + 19,0 %. Cette évolution s'explique principalement par l'amélioration des résultats des activités de Marketing Digital en France et en Espagne, l'atteinte de l'équilibre dans l'activité Assurances, et la stabilité du résultat d'exploitation de l'activité Magazines.

Le résultat opérationnel au 30 juin 2024 s'établit à 7,6 millions d'euros, contre 7,1 millions d'euros un an plus tôt. Ce résultat intègre au premier semestre 2024 des charges non courantes pour un montant total de 0,8 million d'euros pour dépréciation partiel du goodwill de la filiale Groupe Grand Mercredi.

Les produits financiers nets et autres produits ou charges financières s'élèvent à +0,4 M€ contre +0,1 M€ au premier semestre 2023, alors que la charge d'impôt au premier semestre 2024 s'établit à -2,6 M€ contre -2,2 M€ un an plus tôt.

Dans ces conditions, et après prise en compte du résultat net des participations mises en équivalence, le résultat net consolidé du Groupe ressort, pour le premier semestre 2024, à 5,4 M€ contre 4,9 M€ au premier semestre 2023. Le résultat net part du Groupe est de 5,5 M€ une fois pris en compte les intérêts des minoritaires.

Après prise en compte du résultat du semestre et de la distribution du dividende ordinaire de 4,1 M€ effectué en juin 2024 par la société ADLPartner, les capitaux propres du Groupe au 30 juin 2024 progressent de +1,7 M€ pour s'établir à 52,8 M€, contre 51,1 M€ au 31 décembre 2023.

Malgré un contexte d'investissements soutenus, la trésorerie nette du Groupe se maintient à 58,7 M€ au 30 juin 2024, contre 63,4 M€ au 31 décembre 2023 et 58,4 M€ au 30 juin 2023. Le tableau des flux de trésorerie nette (au chapitre 2.1.4.) traduit de façon détaillée ces variations.

1.4.2. Le portefeuille d'abonnements à durée libre

Le portefeuille d'abonnements à durée libre gérés par le Groupe était de 2 024 k unités au 31 décembre 2023 ; il atteignait 1 901 k abonnements au 30 juin 2024. Notons que le Groupe détient les droits financiers afférents à chaque abonnement à durée libre.

La valeur du portefeuille d'abonnements à durée libre, nette d'impôts (part du groupe), passe de 103,3 M€ au 31 décembre 2023. à 100,2 M€ au 30 juin 2024.

Cette évolution de la valeur de l'actif réel n'est pas prise en compte dans les états comptables consolidés.

La valeur du portefeuille d'abonnements à durée libre est calculée en actualisant les revenus nets futurs que vont générer ces abonnements tout au long de leur durée de vie grâce à la connaissance statistique que la société a accumulée depuis plusieurs années du comportement de ces abonnements en France et dans ses filiales.

La courbe de vie des abonnements recrutés par une opération promotionnelle permet de déterminer à tout moment l'espérance de vie résiduelle des abonnements restants. En appliquant au nombre des abonnements restant à servir le revenu moyen constaté et la marge sur coûts directs (déduction faite des remises à payer), on obtient la contribution nette restant à recevoir des abonnements résiduels correspondant à une opération.

² L'EBITDA (résultat opérationnel courant avant dotation aux amortissements, impôts et taxes) est retraité de l'impact IFRS2 des attributions d'actions gratuites et de l'impact IFRS 16 lié au retraitement des charges de loyers. L'EBITDA retraité permet de mieux refléter la performance opérationnelle de la société, indépendamment de sa politique d'attraction et de fidélisation de ses collaborateurs.

L'actualisation de cette contribution, à un taux, fonction du coût de l'argent et d'une prime de risque, donne la valeur de ce portefeuille d'abonnements. Celle-ci est ensuite corrigée de l'impôt latent.

Le détail des valeurs de portefeuille d'abonnements à durée libre, nettes d'impôts (part du groupe), se présente ainsi :

En k€	Valeur du portefeuille ADL (nette d'impôts) (part du groupe)	
	au 30/06/2024*	au 31/12/2023*
France	99 930	102 968
Espagne	355	407
Total	100 285	103 375

* valeur de portefeuille selon la norme IFRS15

1.5. Transactions avec les parties liées

Il n'y a pas eu de nouvelles transactions entre parties liées durant le premier semestre 2024, qui ont influé significativement sur la situation financière ou les résultats du Groupe et de la société au cours de cette période. Pendant cette même période, aucune modification n'affectant les transactions entre parties liées décrites dans le dernier rapport annuel, qui pourrait influencer significativement sur la situation financière ou les résultats du Groupe et de la société, n'est intervenue.

1.6. Principaux facteurs de risques et incertitudes

Les risques relatifs à l'activité du Groupe et de ses filiales sont décrits en détail au chapitre 1.4. du rapport financier annuel 2023. Cette analyse reste valable pour l'appréciation des principaux risques et incertitudes auxquels le Groupe pourrait être confronté dans les six mois restants de l'exercice. A la date de publication du présent rapport, le contexte géopolitique et économique difficile engendre des incertitudes sur l'activité, la performance et les perspectives du Groupe.

1.7. Événements postérieurs à la clôture des comptes et perspectives

1.7.1. Événements postérieurs

A la date d'arrêté des comptes consolidés semestriels par le Conseil d'administration du 27 septembre 2024, il n'existe aucun événement postérieur à la clôture susceptible d'avoir un effet significatif sur la situation financière et le patrimoine du Groupe.

1.7.2. Perspectives

Dans une conjoncture économique ralentie au second semestre 2024, le Groupe DÉKUPLE reste résilient et poursuit sa stratégie « Ambition 2025 » visant à devenir un leader européen du data marketing. Fort de ses solides ressources financières, le Groupe maintient ses investissements dans les activités Magazines et Assurances pour développer ses portefeuilles générateurs de revenus récurrents. En parallèle, l'extension des offres de Marketing Digital continue à travers la croissance organique et des acquisitions stratégiques. Des discussions sont en cours pour explorer des opportunités de croissance ou d'acquisition, en France et à l'international, afin de renforcer la capacité du Groupe à accompagner le développement de ses clients.

1.8. L'actionnariat et la vie boursière

L'action DÉKUPLE a enregistré à fin juin 2024 un cours de clôture de 35,10 € (contre 29,50 € à la clôture de 2023), après avoir atteint un cours maximum de 42,50 € le 6 juin 2024.

La société a publié ses comptes annuels 2023 le 18 avril 2024, tandis que les comptes du premier semestre 2024 ont été publiés le 30 septembre 2024 avant ouverture de la bourse. En outre, plusieurs réunions et rencontres avec des investisseurs ont eu lieu au cours du semestre.

2. ETATS FINANCIERS

2.1. Comptes consolidés

2.1.1. Bilan consolidé semestriel résumé

1. ACTIF

(en k€)	30/06/2024	31/12/2023
Actifs non-courants		
Ecart d'acquisition	42 741	39 267
Droits d'utilisation contrats de location	15 502	16 739
Immobilisations incorporelles	5 157	4 886
Immobilisations corporelles	4 085	4 297
Participations dans les entreprises associées	0	0
Titres non consolidés	1	0
Autres actifs financiers	1 759	1 874
Actifs d'impôts différés	4 104	4 673
Sous-Total Actifs non-courants	73 350	71 737
Actifs courants		
Stocks	1 638	1 367
Clients et autres débiteurs	55 683	58 139
Autres actifs	3 094	2 746
Trésorerie et équivalents de trésorerie	58 908	63 570
Sous-Total Actifs courants	119 323	125 822
Actifs destinés à être cédés	0	0
TOTAL ACTIFS	192 673	197 559

2. PASSIF

(en k€)	30/06/2024	31/12/2023
Capital	6 479	6 479
Réserves consolidées	40 945	31 746
Résultat consolidé	5 412	12 880
Capitaux Propres	52 835	51 105
Dont		
Part du groupe	35 713	33 960
Intérêts minoritaires	17 123	17 145
Passifs non-courants		
Provisions à long terme	3 410	3 091
Passifs financiers	36 387	38 827
Dette de loyers	11 960	13 360
Passifs d'impôts différés	247	254
Sous-Total Passifs non-courants	52 005	55 532
Passifs courants		
Provisions à court terme	345	677
Dettes fiscales et sociales	22 548	23 726
Fournisseurs et autres créditeurs	46 090	47 631
Passifs financiers	7 381	5 548
Dette de loyers	4 043	3 832
Autres passifs	7 424	9 508
Sous-Total Passifs courants	87 832	90 922
Passifs destinés à être cédés	0	0
TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS	192 673	197 559

2.1.2. Compte de résultat consolidé semestriel résumé

(En k€)	1er Semestre 2024	1er Semestre 2023
Chiffre d'Affaires Net HT	104 551	96 110
Achats consommés	(11 157)	(11 314)
Charges de personnel	(44 862)	(40 974)
Charges externes	(35 653)	(32 301)
Impôts et taxes	(1 419)	(1 418)
Dotations aux amortissements des immobilisations	(3 720)	(3 399)
Autres produits et charges d'exploitation	686	376
Résultat opérationnel courant	8 428	7 080
Autres produits et charges	(810)	0
Résultat opérationnel	7 618	7 080
Produits de trésorerie et d'équivalents de trésorerie	673	368
Coût de l'endettement financier brut	(253)	(244)
Charges financières / Produits financiers nets	420	124
Autres produits et charges financiers	(12)	(12)
Charge d'impôt	(2 614)	(2 154)
Quote-part du résultat net des sociétés mises en équivalence	0	(127)
Résultat des activités poursuivies	5 412	4 911
Résultat net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession	0	0
Résultat net	5 412	4 911
. Part du groupe	5 529	5 007
. Intérêts minoritaires	(117)	(96)
Résultat net part du groupe de base par action en €	1,40	1,26
Résultat net part du groupe dilué par action en €	1,36	1,23

ETAT DE RESULTAT GLOBAL	1er Semestre 2024	1er Semestre 2023
Résultat net	5 412	4 911
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres :		
Ecarts de change liés à la conversion des activités à l'étranger	(5)	3
Engagements de retraite (IAS 19 révisée) : Ecarts actuariels brut	17	(48)
Engagements de retraite (IAS 19 révisée) : Impôts sur écarts actuariels	(4)	12
Engagements de retraite (IAS 19 révisée) : Ecarts actuariels net	13	(36)
Résultat net global	5 420	4 879
. Part du groupe	5 540	4 973
. Intérêts minoritaires	(120)	(94)

2.1.3. EBITDA Retraité

(En k€)	1er Semestre 2024	1er Semestre 2023
Résultat opérationnel courant	8 428	7 080
+ Dotations aux amortissements des immobilisations	3 720	3 399
+ Impôts et taxes	1 419	1 418
- Retraitement de l'impact IFRS16 des charges de loyers	(2 118)	(1 911)
+ Retraitement de l'impact IFRS2 des attributions d'actions gratuites	937	746
EBITDA Retraité	12 385	10 732

2.1.4. Tableau des flux de trésorerie nette consolidés semestriel résumé

En k€	1er Semestre 2024	1er Semestre 2023
Résultat net consolidé (y compris intérêts minoritaires)	5 412	4 911
+ / - Dotations nettes aux amortissements et provisions (à l'exclusion de celles liées à l'actif circulant)	4 489	3 547
- / + Gains et pertes latents liés aux variations de juste valeur		
+ / - Charges et produits calculés liés aux stock-options et assimilés	860	464
- / + Autres produits et charges calculés		
- / + Plus et moins-values de cession	(127)	(146)
- / + Profits et pertes de dilution		
+ / - Quote-part de résultat liée aux sociétés mises en équivalence		127
- Dividendes (titres non consolidés)		
Capacité d'autofinancement après produits financiers nets et impôt société	10 634	8 903
+ / - Charges et produits financiers nets	(420)	(124)
+ / - Charge d'impôt société (y compris impôts différés)	2 614	2 154
Capacité d'autofinancement avant produits financiers nets et impôt société (A)	12 828	10 933
- Impôt société versé (B)	(1 589)	(981)
+ / - Variation du B.F.R. lié à l'activité (y compris dette liée aux avantages au personnel) (C)	(3 702)	570
= FLUX NET DE TRESORERIE GENERALE PAR L'ACTIVITE (D) = (A + B + C)	7 537	10 522
- Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(1 528)	(1 521)
+ Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	2	150
- Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières (titres non consolidés)		
+ Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières (titres non consolidés)		0
+ / - Incidence des variations de périmètre	(2 086)	(3)
+ Dividendes reçus (sociétés mises en équivalence, titres non consolidés)		
+ / - Variation des prêts et avances consentis	(13)	(15)
+ Subventions d'investissement reçues		
+ / - Autres flux liés aux opérations d'investissement	109	(236)
= FLUX NET DE TRESORERIE LIE AUX OPERATIONS D'INVESTISSEMENT (E)	(3 516)	(1 626)
+ Sommes reçues des actionnaires lors d'augmentations de capital		
. Versées par les actionnaires de la société mère		
. Versées par les minoritaires des sociétés intégrées		
+ Sommes reçues lors de l'exercice des stock-options		
- / + Rachats et reventes d'actions propres	(442)	(1 653)
- Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice		
. Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(4 117)	(3 499)
. Dividendes versés aux minoritaires de sociétés intégrées		
+ Encaissements liés aux nouveaux emprunts	0	0
- Remboursements d'emprunts	(4 586)	(3 971)
- / + Charges et produits financiers nets versés ou reçus	490	173
+ / - Autres flux liés aux opérations de financement		(2)
= FLUX NET DE TRESORERIE LIE AUX OPERATIONS DE FINANCEMENT (F)	(8 655)	(8 951)
+ / - Incidence des variations des cours des devises (G)	(9)	13
= VARIATION DE LA TRESORERIE NETTE (D + E + F + G)	(4 643)	(42)
Trésorerie d'ouverture	63 392	58 457
Trésorerie de clôture	58 749	58 415
Trésorerie active	58 908	58 558
Trésorerie passive	(159)	(142)
Trésorerie nette	58 749	58 415

2.1.5. Variation des capitaux propres consolidés

en k€	Part du groupe				TOTAL	Intérêts minoritaires	TOTAL ENSEMBLE CONSOLIDE
	Capital	Réserves liées au capital (1)	Réserves consolidées (2)	Résultat net de la période			
CAPITAUX PROPRES AU 31/12/2022	6 479	65 882	-59 337	10 891	23 916	13 421	37 337
Résultat net de la période				5 007	5 007	-96	4 911
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres :							
Ecart de change liés à la conversion des activités à l'étranger			1		1	2	3
Engagements de retraite : Ecart actuariels non recyclables en résultat			-36		-36		-36
Résultat global de la période	0	0	-35	5 007	4 973	-94	4 879
Affectation du résultat	0	8 586	2 306	-10 891	0	0	0
Distribution dividendes ADLPartner	0	-3 499	0	0	-3 499	0	-3 499
Impacts actions propres et attributions gratuites d'actions	0	0	-1 100	0	-1 100	16	-1 084
Impacts puts sur minoritaires et earn out	0	0	0	0	0	0	0
Impacts goodwill	0	0	0	0	0	116	116
Impacts variations de périmètre et changements de méthode de consolidation	0	0	-170	0	-170	168	-2
CAPITAUX PROPRES AU 30/06/2023	6 479	70 969	-58 336	5 007	24 119	13 627	37 746
CAPITAUX PROPRES AU 31/12/2023	6 479	70 969	-55 929	12 442	33 960	17 145	51 105
Résultat net de la période				5 529	5 529	-117	5 412
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres :							
Ecart de change liés à la conversion des activités à l'étranger			-2		-2	-3	-5
Engagements de retraite : Ecart actuariels non recyclables en résultat			13		13		13
Résultat global de la période	0	0	11	5 529	5 540	-120	5 420
Affectation du résultat	0	8 546	3 896	-12 442	0	0	0
Distribution dividendes ADLPartner	0	-4 117	0	0	-4 117	0	-4 117
Impacts actions propres et attributions gratuites d'actions	0	0	358	0	358	69	428
Impacts puts sur minoritaires et earn out	0	0	0	0	0	0	0
Impacts goodwill	0	0	0	0	0	0	0
Impacts variations de périmètre et changements de méthode	0	0	-28	0	-28	28	0
CAPITAUX PROPRES AU 30/06/2024	6 479	75 398	-51 693	5 529	35 713	17 123	52 835

(1) Primes d'émission, d'apport, de fusion + réserve légale + autres réserves + report à nouveau se retrouvant dans les comptes sociaux d'ADLPartner

(2) Réserves groupe + écart de conversion

2.2. Annexe aux états financiers consolidés résumés d'ADLPartner au 30 juin 2024

TABLE DES MATIERES DE L'ANNEXE AUX ETATS FINANCIERS

1. INFORMATIONS GENERALES.....	48	5. INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES... 54
2. REGLES ET METHODES COMPTABLES .49		5.1. Engagements donnés et reçus..... 54
3. NOTES RELATIVES AU BILAN51		5.2. Événements postérieurs à la clôture 54
3.1. Distribution de dividendes.....51		5.3. Passif éventuel..... 54
3.2. Goodwill & Immobilisations incorporelles ..51		6. INFORMATIONS SECTORIELLES..... 54
3.3. Participation dans les entreprises associées ..51		7. TRANSACTION AVEC LES PARTIES LIEES
3.4. Passifs financiers52		54
4. NOTES RELATIVES AU COMPTE DE RESULTAT	52	
4.1. Chiffre d'Affaires52		
4.2. Impôt sur les sociétés53		

1. INFORMATIONS GENERALES

Le Groupe ADLPartner (« DÉKUPLE ») est un acteur européen du data marketing cross-canal. Ses expertises associant conseil, créativité, data et technologie lui permettent d'accompagner les marques dans la transformation de leur marketing, au service de la performance business. Le Groupe conçoit et met en œuvre, pour ses partenaires et clients, des dispositifs d'acquisition, de fidélisation et d'animation de la relation client sur l'ensemble des canaux de distribution. Le Groupe travaille aujourd'hui avec plus de 500 marques de grands groupes ou ETI, en Europe et à l'international.

Le Groupe se structure autour de trois activités principales :

- Services et conseil en data marketing
- Services de presse,
- Courtage d'assurances.

La clientèle prospectée est issue :

- Soit de fichiers de noms détenus en propre,
- Soit de fichiers fournis par des enseignes partenaires dans le cadre d'opérations de marketing de fidélisation.

La société tête de Groupe est ADLPartner, société de droit français, SA à conseil d'administration au capital de 6 478 836,00 €, domiciliée 3 avenue de Chartres - 60 500 Chantilly, cotée sur Euronext Paris – compartiment C – Isin FR0000062978.

Le conseil d'administration a donné son autorisation de publication des états financiers consolidés au 30 juin 2024, le 27 septembre 2024.

Faits significatifs du 1^{er} semestre 2024

Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe est en hausse de +8,4 M€ (soit +8,8%) pour s'établir à 104,6 M€ au premier semestre 2024 contre 96,1 M€ au premier semestre 2023. Cette augmentation s'appuie sur une forte croissance des activités de Marketing Digital, qui représentent au premier semestre 63,5 % du chiffre d'affaires contre 57,8% pour la même période de 2023.

La société ADLP Télésurveillance a fait l'objet d'une cession le 28 juin 2024.

La société Rocket Marketing a acquis le 13 juin 2024 la société Ereferer.

Aucun autre évènement significatif n'est intervenu au cours du 1^{er} semestre 2024.

2. REGLES ET METHODES COMPTABLES

2.1 Principes de préparation des états financiers consolidés résumés

Les états financiers consolidés semestriels résumés ont été préparés en conformité avec la norme IAS 34 – Information financière intermédiaire. Ils doivent donc être lus en relation avec les états financiers consolidés du Groupe au 31 décembre 2023, établis conformément aux normes internationales d'information financière (IFRS).

Les états financiers consolidés résumés au 30 juin 2024, sont établis selon les principes et méthodes comptables appliqués par le groupe aux états financiers consolidés de l'exercice 2023, à l'exception des normes et interprétations adoptées par l'Union européenne applicables pour le groupe à compter du 1er janvier 2024 et décrites ci-après.

Nouvelles normes et interprétations applicables

Nouvelles normes, interprétations et amendements d'application en 2024 :

Les nouvelles normes, amendements de normes existantes et interprétations entrés en vigueur au 1^{er} janvier 2024 sont les suivants :

- Amendements à IAS 1 « classification courant / non courant d'un passif » ;
- Amendements à IAS 1 « non courant d'un passif avec covenants » ;
- Amendement à IFRS 16 « résultat de cession d'un bien ayant fait l'objet d'une cession bail » ;
- Amendement à IAS 7 et IFRS 7 « information concernant les accords de financement des fournisseurs y compris reverse factoring ».

Ces amendements n'ont pas eu d'incidence sur les états financiers du Groupe.

Les normes, amendements ou interprétations d'application anticipée possible dès le 1er janvier 2024 non adoptés par anticipation par le groupe sont les suivantes :

- Amendements à IFRS 10 et IAS 28 « perte de contrôle à l'occasion d'une cession/apport à une société MEE » ;
- Amendements à IAS 21 « définition du caractère convertible d'une devise et de son évaluation » ;
- IFRS 18 « présentation des états financiers » ;
- Amendements à IFRS 9 et IFRS 7 « clarification des actifs et passifs financiers ».

Les comptes consolidés du Groupe ADLPartner (« DÉKUPLE ») ont été arrêtés par le Conseil d'administration du 27 septembre 2024.

L'établissement des comptes consolidés, conformément aux principes établis par les IFRS, implique que la Direction procède à un certain nombre d'estimations et retienne certaines hypothèses qui ont une incidence sur les montants portés à l'actif et au passif, et sur les montants portés aux comptes de produits et de charges au cours de la période. Ces estimations sont basées sur l'hypothèse de la continuité d'exploitation et sont établies en fonction des informations disponibles lors de leur établissement.

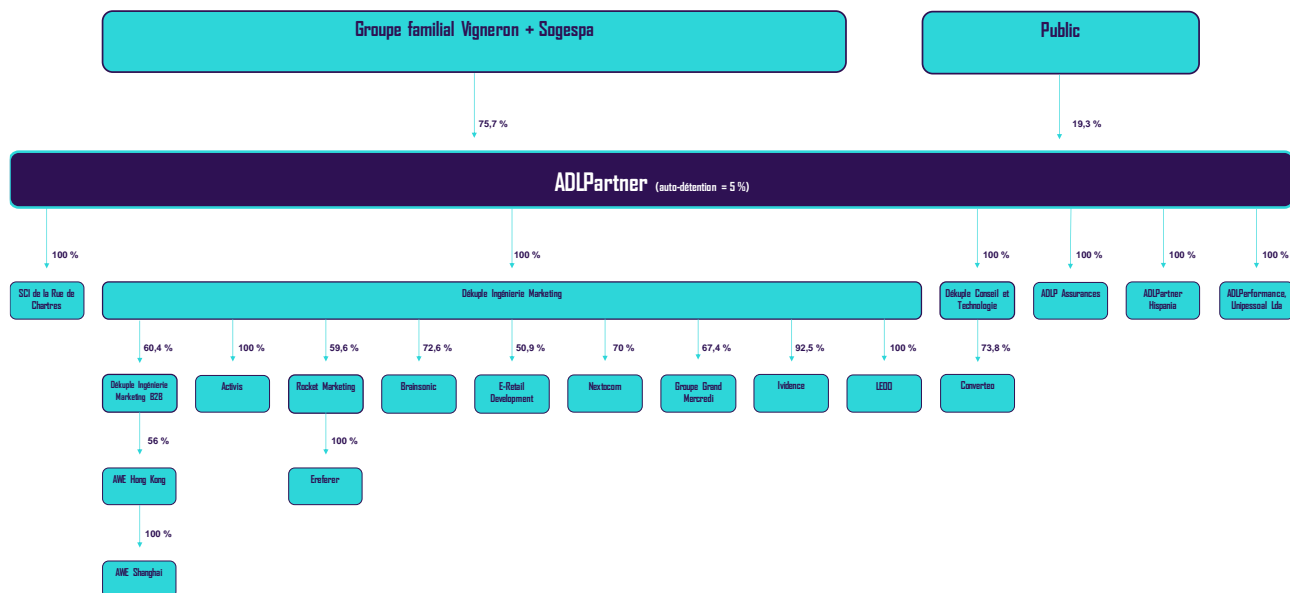
Les principales estimations faites par la Direction lors de l'établissement des états financiers portent notamment sur les hypothèses retenues pour le calcul des engagements de retraites, les hypothèses retenues pour le calcul des puts sur minoritaires, le taux d'impôt théorique pour le calcul des impôts différés, le montant des provisions retenues pour les litiges par exemple. Ces estimations et hypothèses sont décrites dans l'annexe aux comptes consolidés au 31 décembre 2023.

2.2 Informations relatives au périmètre de consolidation

Par rapport au 31 décembre 2023, le pourcentage d'intérêts dans les filiales a évolué de la façon suivante :

- Livraison d'actions gratuites le 2 avril 2024 de la filiale Converteo désormais détenue à 73,8 % par le groupe.
- Cession des titres ADLP Télésurveillance par ADLPartner le 28 juin 2024.
- Acquisition le 13 juin 2024 par Rocket Marketing de la filiale Ereferer détenue à 59,6 % par le groupe.

L'organigramme au 30 juin 2024 se présente comme suit :



Les titres auto-détenus représentent 5,0 % du capital d'ADLPartner.

3. NOTES RELATIVES AU BILAN

3.1. Distribution de dividendes

Une distribution de dividendes de 1,04 € par action a été votée par l'assemblée générale du 14 juin 2024, et mise en paiement le 21 juin 2024. Cette distribution a concerné 3 979 768 actions de la Société.

3.2. Goodwill & Immobilisations incorporelles

Au 30 juin 2024, la revue des principales hypothèses à partir des données réelles constatées au cours du premier semestre 2024 a conduit à l'identification d'un indice de perte de valeur nécessitant la constatation d'une dépréciation de 810 k€ sur le goodwill de la filiale Groupe Grand Mercredi.

En k€	Valeur nette comptable au 30/06/2024	Valeur nette comptable au 31/12/2023
ADLPartner	0	0
ADLP Assurances	190	190
Dékuple Ingénierie Marketing	35 207	31 733
Dékuple Conseil et Technologie	7 344	7 344
Goodwill	42 741	39 267

Les goodwill sont testés annuellement dans le cadre des unités génératrices de trésorerie (UGT) auxquels ils sont alloués.

Marque OFUP	0	0
Autres immobilisations incorporelles	5 157	4 886
Immobilisations incorporelles	5 157	4 886

3.3. Participation dans les entreprises associées

Le groupe ne détient plus des participations dans des entreprises associées comptabilisées selon la méthode de la mise en équivalence dans les états financiers consolidés.

3.4. Passifs financiers

Les passifs financiers regroupent les découverts bancaires, emprunts bancaires et emprunts et dettes financières diverses.

En k€

Passifs financiers non-courants	30/06/2024	31/12/2023
Découverts bancaires	0	0
Emprunts bancaires	16 895	19 986
Emprunts et dettes financières diverses	19 492	18 841
TOTAL	36 387	38 827

Les « Emprunts et dettes financières diverses » sont constitués par la juste valeur de l'engagement de rachat auprès des actionnaires minoritaires de Converteo, de Dékuple Ingénierie Marketing B2B, de Rocket Marketing, de Groupe Grand Mercredi, de Brainsonic, de E-Retail Development et de Nextocom ainsi que des compléments de prix de Nextocom et Ereferer.

En k€

Passifs financiers courants	30/06/2024	31/12/2023
Découverts bancaires	159	178
Emprunts bancaires	5 815	5 290
Emprunts et dettes financières diverses	1 407	80
TOTAL	7 381	5 548

Les « Emprunts et dettes financières diverses » sont constitués pour 1 310 k€ par des compléments de prix de Nextocom et Ereferer.

4. NOTES RELATIVES AU COMPTE DE RESULTAT

4.1. Chiffre d'Affaires

Le volume d'affaires brut représente la valeur des abonnements et autres produits commercialisés, alors que le chiffre d'affaires (dont la détermination repose sur le statut 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 puisque le coût des magazines vendus est déduit du montant des ventes encaissées.

Le chiffre d'affaires de l'activité assurance comprend les commissions émises et à émettre pour les contrats souscrits à la date de clôture des comptes, nettes d'annulation. Ce chiffre d'affaires correspond à une marge brute.

Le chiffre d'affaires des activités digitales est constitué des services délivrés au fur et à mesure du transfert du contrôle aux clients.

Le chiffre d'affaires net hors taxes, conforme à la définition imposée par les IFRS, se présente, par zone géographique, comme suit :

En k€	S1 2024	S1 2023	Variation
France	96 079	90 262	6,4 %
International	8 472	5 848	44,9 %
TOTAL	104 551	96 110	8,8 %

4.2. Impôt sur les sociétés

En k€	S1 2024	S1 2023
Résultat opérationnel	7 618	7 080
Charges financières / Produits financiers nets	420	124
Autres produits et charges financiers	-12	-12
Résultat avant impôts des activités poursuivies et avant résultat des sociétés mise en équivalence	8 026	7 192

En k€	S1 2024	S1 2023
Résultat avant impôts des activités poursuivies et résultat de mise en équivalence	8 026	7 192
Charge d'impôt	2 614	2 154
Taux d'imposition	32,6 %	29,9 %

À fin juin 2024, conformément à IAS 34, le taux effectif d'impôt est déterminé sur une base annuelle : la charge d'impôt est calculée en appliquant au résultat avant impôt de la période le taux moyen estimé pour l'exercice 2024.

5. INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES

5.1. Engagements donnés et reçus

5.1.1. Engagements donnés

Aucune évolution significative par rapport au 31 décembre 2023 n'est à signaler.

5.1.2. Engagements reçus

Aucune évolution significative par rapport au 31 décembre 2023 n'est à signaler.

5.2. Évènements postérieurs à la clôture

Néant

5.3. Passif éventuel

Aucun autre engagement significatif susceptible d'engendrer un accroissement des dettes par rapport à la situation du 30 juin 2024, n'a été pris postérieurement à la clôture des comptes.

6. INFORMATIONS SECTORIELLES

Les résultats semestriels par zone géographique sont détaillés ci-après :

	France		International		Interzone		Consolidé	
	S1 2024	S1 2023	S1 2024	S1 2023	S1 2024	S1 2023	S1 2024	S1 2023
Chiffre d'affaires net HT	96 234	90 300	8 572	5 991	-255	-181	104 551	96 110
Résultat opérationnel	7 114	7 521	504	-441	0	0	7 618	7 080
Résultat net	4 936	5 391	476	-480	0	0	5 412	4 911

7. TRANSACTION AVEC LES PARTIES LIEES

Aucune évolution significative par rapport au 31 décembre 2023 n'est à signaler.

3. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'INFORMATION SEMESTRIELLE

Période du 1^{er} janvier 2024 au 30 juin 2024

Aux Actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale et en application de l'article L. 451-1-2 III du Code monétaire et financier, nous avons procédé à :

- l'examen limité des comptes consolidés résumés semestriels de la société ADLPartner S.A, relatifs à la période du 1^{er} janvier 2024 au 30 juin 2024, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité.

Ces comptes semestriels consolidés résumés ont été établis sous la responsabilité du Conseil d'Administration. Il nous appartient, sur la base de notre examen limité, d'exprimer notre conclusion sur ces comptes.

1. Conclusion sur les comptes

Nous avons effectué notre examen limité selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. Un examen limité consiste essentiellement à s'entretenir avec les membres de la direction en charge des aspects comptables et financiers et à mettre en œuvre des procédures analytiques. Ces travaux sont moins étendus que ceux requis pour un audit effectué selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. En conséquence, l'assurance que les comptes, pris dans leur ensemble, ne comportent pas d'anomalies significatives obtenue dans le cadre d'un examen limité est une assurance modérée, moins élevée que celle obtenue dans le cadre d'un audit.

Sur la base de notre examen limité, nous n'avons pas relevé d'anomalies significatives de nature à remettre en cause la conformité des comptes consolidés résumés semestriels avec la norme IAS 34 – norme du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne relative à l'information financière intermédiaire.

2. Vérification spécifique

Nous avons également procédé à la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité commentant les comptes consolidés résumés semestriels sur lesquels a porté notre examen limité.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés résumés semestriels.

Neuilly-sur-Seine et Paris, le 27 septembre 2024

Les Commissaires aux Comptes

Grant Thornton
Membre français de Grant Thornton International

RSM Paris
Membre de RSM International

Christophe BONTE
Associé

Adrien FRICOT
Associé

4. ATTESTATION DU RESPONSABLE DU RAPPORT SEMESTRIEL 2024

J'atteste qu'à ma connaissance, les comptes consolidés résumés pour le semestre écoulé sont établis conformément aux normes comptables applicables et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et du résultat de la société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation et que le rapport semestriel d'activité ci-dessus présente une image fidèle des événements importants survenus pendant les six premiers mois de l'exercice, de leur incidence sur les comptes, des principales transactions entre parties liées, ainsi qu'une description des principaux risques et des principales incertitudes pour les six mois restants de l'exercice.

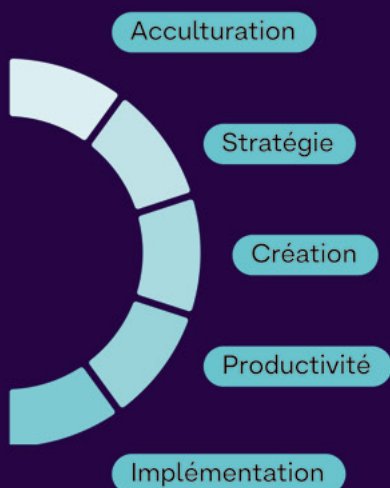
Montreuil, le 27 septembre 2024

Bertrand Laurioz

Président du conseil d'administration

FORMATION

Intelligence Artificielle Généralive



Pionnier dans l'intégration de l'IAG dans notre organisation, nous accompagnons nos clients dans leur besoin de formations. Nous basons notre méthodologie sur des cas d'usage réels où l'IAG permet de gagner en pertinence stratégique, en créativité et en productivité.

+ 110 Entreprises clientes accompagnées

+ 7200 personnes formées, du dirigeant à l'opérationnel

En savoir plus

dekuple.com/formations