

ADLPartner : chiffre d'affaires 9 mois 2016 en croissance de 2,2 %

Le Groupe ADLPartner enregistre pour les neuf premiers mois de l'exercice 2016 un chiffre d'affaires¹ de 87,0 M€, en croissance de 2,2 % par rapport à l'année précédente. Le Volume d'Affaires Brut² s'établit à 198,5 M€, en retrait de 1,3 %.

Évolution de l'activité par trimestre

Au 30 septembre	2016	2015	Variation
Volume d'affaires brut (en M€)	198,5	201,2	-1,3%
1 ^{er} trimestre	68,2	69,5	-2,0%
2 ^{ème} trimestre	67,3	66,3	+1,4%
3 ^{ème} trimestre	63,1	65,3	-3,5%
Chiffre d'affaires (en M€)	87,0	85,2	+2,2%
1 ^{er} trimestre	29,8	29,4	+1,1%
2 ^{ème} trimestre	29,6	27,9	+5,9%
3 ^{ème} trimestre	27,7	27,8	-0,5%

Au troisième trimestre, le Groupe ADLPartner a optimisé ses campagnes de prospection tout en privilégiant l'abonnement à durée libre (ADL), dont le portefeuille est quasiment stable en France à fin septembre 2016. Par ailleurs, les offres de services marketing ont maintenu leur dynamique de fort développement, notamment Espagne. Enfin, les investissements commerciaux dans la filiale ADLP Assurances, spécialiste du courtage d'assurances par marketing direct, se sont poursuivis dans la perspective de développer un portefeuille de contrats, porteurs de revenus futurs.

Évolution par zone géographique

Au 30 septembre	2016	2015	Variation
Abonnements actifs à durée libre (unités)	2 967 688	3 006 286	-1,3%
France	2 887 652	2 903 001	-0,5%
Espagne	80 036	103 285	-22,5%
Volume d'affaires brut (en M€)	198,5	201,2	-1,3%
France	188,5	194,2	-2,9%
Espagne	10,0	7,0	+43,5%
Chiffre d'affaires (en M€)	87,0	85,2	+2,2%
France	79,1	80,3	-1,4%
Espagne	7,9	4,9	+60,5%

Évolution du mix-produit

Au 30 septembre	2016	2015	Variation
Volume d'affaires brut (en M€)	198,5	201,2	-1,3%
Abonnements à Durée Libre	147,2	151,7	-3,0%
Abonnements à Durée Déterminée	25,9	28,2	-8,2%
Livres, objets, audio, vidéo	13,8	14,9	-7,3%
Autres	11,7	6,4	+81,8%
Chiffre d'affaires (en M€)	87,0	85,2	+2,2%
Abonnements à Durée Libre	53,9	54,9	-1,9%
Abonnements à Durée Déterminée	10,9	12,1	-9,8%
Livres, objets, audio, vidéo	11,9	12,7	-6,0%
Autres	10,3	5,5	+87,5%

L'offre ADL enregistre des ventes solides grâce à l'optimisation continue de ses mix-marketing. Les prospections en ADD (Abonnements à Durée Déterminée) et LOAV (Livres, objets, audio, vidéo) ont été limitées, conduisant à une réduction de la contribution de ces offres. La forte progression des autres produits illustre la croissance soutenue des offres BtoB de services marketing commercialisées sous marque ADLPerformance, ainsi que, dans une moindre mesure, le développement d'ADLP Assurances.

PERSPECTIVES

Le Groupe ADLPartner poursuit une stratégie de valorisation et de déclinaison de ses savoir-faire marketing sur de nouveaux marchés en croissance. Afin de soutenir le développement de sa filiale ADLP Assurances le Groupe maintient en 2016 un niveau d'investissements commerciaux comparable à 2015. Cette diversification doit permettre au Groupe de renforcer son potentiel de croissance et de rentabilité à moyen et long terme.

Prochain rendez-vous : chiffre d'affaires annuel 2016, le 26 janvier 2017, après bourse

ADLPartner en bref

Acteur historique du marketing à la performance, ADLPartner conçoit, commercialise et met en œuvre, pour son propre compte ou celui de ses grands partenaires (banques, distribution, services, e-commerce...), des services de fidélisation et d'animation de la relation clients sur l'ensemble des canaux de distribution.

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

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

www.adlpartner.com

CONTACTS

ADLPartner

Relations Investisseurs & Information financière

tel : +33 1 41 58 72 03

relations.investisseurs@adlpartner.fr

Calyptus

Cyril Combe

tel : +33 1 53 65 68 68

adlpartner@calyptus.net

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

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