

ADLPartner : chiffre d'affaires du 1^{er} semestre 2016 en progression de 3,4 %

Le Groupe ADLPartner enregistre au premier semestre 2016 un chiffre d'affaires¹ de 59,3 M€, en croissance de 3,4 % par rapport au premier semestre 2015. Le Volume d'Affaires Brut² s'établit à 135,4 M€, en retrait de 0,3 %.

Évolution de l'activité par trimestre

Au 30 juin	2016	2015	Variation
Volume d'affaires brut (en M€)	135,4	135,8	-0,3%
1 ^{er} trimestre	68,2	69,5	-2,0%
2 ^{ème} trimestre	67,3	66,3	+1,4%
Chiffre d'affaires (en M€)	59,3	57,4	+3,4%
1 ^{er} trimestre	29,8	29,4	+1,1%
2 ^{ème} trimestre	29,6	27,9	+5,9%

La croissance du chiffre d'affaires sur le semestre s'appuie sur la bonne tenue des ventes d'abonnements à durée libre (ADL), dont le portefeuille en France est en hausse de 1,2 % à fin juin 2016. Elle est soutenue par le développement, en particulier en Espagne, des offres de services marketing, dynamisées en début d'année par le lancement réussi d'ADLPerformance, nouvelle marque commerciale BtoB.

Parallèlement, le Groupe ADLPartner a maintenu le cap de ses investissements commerciaux dans sa filiale ADLP Assurances, spécialisée dans le courtage d'assurances par marketing direct. Les importantes campagnes de prospection mises en œuvre ont pour objectif de développer un portefeuille de contrats générateurs de revenus futurs.

Évolution par zone géographique

Au 30 juin	2016	2015	Variation
Abonnements actifs à durée libre (unités)	3 056 497	3 048 529	+0,3%
France	2 971 172	2 935 058	+1,2%
Espagne	85 325	113 471	-24,8%
Volume d'affaires brut (en M€)	135,4	135,8	-0,3%
France	129,3	131,1	-1,4%
Espagne	6,2	4,8	+28,9%
Chiffre d'affaires (en M€)	59,3	57,4	+3,4%
France	54,5	54,0	+1,0%
Espagne	4,8	3,3	+43,4%

Évolution du mix-produit

Au 30 juin	2016	2015	Variation
Volume d'affaires brut (en M€)	135,4	135,8	-0,3%
Abonnements à Durée Libre	101,2	103,0	-1,7%
Abonnements à Durée Déterminée	16,8	18,2	-7,3%
Livres, objets, audio, vidéo	9,6	10,1	-5,3%
Autres	7,8	4,6	+68,8%
Chiffre d'affaires (en M€)	59,3	57,4	+3,4%
Abonnements à Durée Libre	37,3	37,2	+0,1%
Abonnements à Durée Déterminée	6,9	7,6	-8,8%
Livres, objets, audio, vidéo	8,3	8,6	-3,8%
Autres	6,8	3,9	+75,1%

Le Groupe ADLPartner a privilégié les ventes d'abonnements à durée libre (ADL) en s'appuyant sur des mix-marketing performants. Dans une conjoncture volatile, les prospections ont été limitées sur les offres ADD (Abonnements à Durée Déterminée) et LOAV (Livres, objets, audio, vidéo). La progression des autres offres est marquée principalement par l'accroissement des ventes de services marketing pour compte de tiers, et dans une moindre mesure, par le développement d'ADLP Assurances.

PERSPECTIVES

Le Groupe ADLPartner poursuit une stratégie d'expansion et de valorisation de ses savoir-faire sur de nouveaux marchés en forte croissance. Malgré la bonne tenue du chiffre d'affaires au premier semestre 2016, les investissements commerciaux engagés, notamment dans ADLP Assurances, devraient continuer de peser sur les résultats comme en 2015. A plus long terme, le Groupe a pour ambition de conforter durablement sa capacité de croissance et de rentabilité.

Prochain rendez-vous : résultats semestriels 2016 le 30 septembre 2016, 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.

² Le volume d'affaires brut représente la valeur des abonnements et autres produits commercialisés.