

ADLPartner : CHIFFRE D'AFFAIRES DE 57,4 M€ AU 1^{er} SEMESTRE 2015

Paris, le 30 juillet 2015 (17h45) – ADLPartner annonce pour le 1^{er} semestre 2015 un Volume d'Affaires Brutⁱ de 135,8 M€ en diminution de 2,1% par rapport au 1^{er} semestre 2014. Le chiffre d'affairesⁱⁱ s'établit à 57,4 M€, en retrait de 0,2% par rapport à l'année précédente.

Evolution de l'activité par trimestre

	S1 2015	S1 2014	Variation
Volume d'affaires brut (en M€)	135,8	138,8	-2,1%
1 ^{er} trimestre	69,5	68,4	+1,7%
2 ^{ème} trimestre	66,3	70,5	-5,9%
Chiffre d'affaires (en M€)	57,4	57,5	-0,2%
1 ^{er} trimestre	29,4	28,3	+4,0%
2 ^{ème} trimestre	27,9	29,2	-4,3%

ADLPartner enregistre au 2^{ème} trimestre une baisse de son chiffre d'affaires par rapport à une base de comparaison élevée en 2014 (le chiffre d'affaires du deuxième trimestre 2014 était en croissance de 11% par rapport à 2013).

Evolution par zones géographiques

	S1 2015	S1 2014	Variation
Abonnements actifs à durée libre (unités)	3 048 529	2 992 394	+1,9%
France	2 935 058	2 848 340	+3,0%
Espagne	113 471	144 054	-21,2%
Volume d'affaires brut (en M€)	135,8	138,8	-2,1%
France	131,1	135,0	-2,9%
Espagne	4,8	3,9	+23,6%
Chiffre d'affaires (en M€)	57,4	57,5	-0,2%
France	54,0	55,2	-2,1%
Espagne	3,3	2,3	+45,0%

Evolution du mix-produit

	S1 2015	S1 2014	Variation
Volume d'affaires brut (en M€)	135,8	138,8	-2,1%
Abonnements à Durée Libre	103,0	104,7	-1,7%
Abonnements à Durée Déterminée	18,2	19,5	-7,1%
Livres, objets, audio, vidéo	10,1	11,9	-14,8%
Divers	4,6	2,7	+70,1%

Chiffre d'affaires (en M€)	57,4	57,5	-0,2%
Abonnements à Durée Libre	37,2	36,8	+1,3%
Abonnements à Durée Déterminée	7,6	8,5	-11,1%
Livres, objets, audio, vidéo	8,6	9,9	-13,1%
Divers,	3,9	2,3	+71,8%

ADLPartner a poursuivi le déploiement de nouveaux mix-marketing de l'offre d'abonnement à durée libre (ADL) dont le chiffre d'affaires et le portefeuille total progressent par rapport à 2014. La croissance de 1,3% du chiffre d'affaires de l'offre ADL est moindre qu'en 2014, en raison d'un impact additionnel des nouveaux mix-marketing plus limité que l'an passé.

Dans une conjoncture difficile, les volumes prospectés ont été réduits sur les offres ADD (Abonnements à Durée Déterminée) et LOAV (Livres, objets, audio, vidéo).

Dans les activités nouvelles, ADLPartner a poursuivi ses investissements dans sa filiale ADLP Assurances, spécialisée dans le courtage d'assurances par marketing direct. Par ailleurs, les offres de marketing digital enregistrent une croissance importante de leurs ventes, notamment en Espagne.

Perspectives

ADLPartner développe une stratégie de valorisation de ses savoir-faire afin de renforcer les positions de ses activités historiques et développer de nouveaux relais de croissance. En raison de l'ampleur des investissements marketing et commerciaux engagés dans le développement de la filiale ADLP Assurances, les résultats consolidés du 1^{er} semestre 2015 du Groupe devraient être en retrait sensible par rapport à ceux de 2014.

Prochain rendez-vous : résultats semestriels 2015 le 30 septembre 2015

Information sur la société

Opérateur spécialisé du marketing relationnel, ADLPartner conçoit, commercialise et met en œuvre des services de fidélisation et d'animation de la relation clients pour son propre compte ou celui de ses grands partenaires (banques, distribution, services, e-commerce...).

Contacts

ADLPartner
Relations Investisseurs & Information financière
relations.investisseurs@adlpartner.fr
tel : +33 1 41 58 72 03

Calyptus
Cyril Combe
cyril.combe@calyptus.net
tel : +33 1 53 65 68 68

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

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

www.adlpartner.com

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

ⁱⁱ 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.