



ADLPartner
Marketing de fidélisation

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE
12 juin 2015

CONSTITUTION DE L'ASSEMBLÉE



- ☐ Constitution du bureau
Désignation des scrutateurs
- ☐ Désignation du Secrétaire de séance
- ☐ Feuille de présence : point sur les voix présentes ou représentées

ORDRE DU JOUR DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE



1. Approbation des comptes annuels de l'exercice clos le 31 décembre 2014
2. Affectation du résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2014 et fixation du dividende
3. Approbation des comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2014
4. Approbation des conventions réglementées visées par les articles L.225-86 et suivants du Code de commerce
5. Fixation du montant annuel des jetons de présence alloués aux membres du conseil de surveillance
6. Nomination du cabinet RSM en qualité de nouveau commissaire aux comptes suppléant en remplacement du cabinet PSK Audit, démissionnaire
7. Ratification de la nomination de M. Bertrand Laurioz en qualité de nouveau membre du Conseil de surveillance
8. Autorisation d'un programme de rachat d'actions
9. Pouvoirs pour formalités



RAPPORT DE GESTION DU DIRECTOIRE

SOMMAIRE

1. ADLPartner en bref
2. Les résultats 2014
3. La stratégie et les perspectives
4. La bourse





ADLPartner
Marketing de fidélisation

ADLPARTNER EN BREF

EXPERTISE MARKETING À FORTE VALEUR AJOUTÉE



- ❑ **Un acteur de référence du marketing relationnel**
Des services à haute valeur ajoutée de recrutement, d'animation et de fidélisation de clientèles
- ❑ **Une expertise unique fondée sur le marketing promotionnel et l'abonnement presse, élargie à d'autres produits et services**
- ❑ **Des savoir-faire distinctifs développés et constamment perfectionnés depuis plus de 40 ans.**
- ❑ **La déclinaison des offres sur les différents canaux de distribution.**
Courriers, encarts, vente directe, télémarketing, Internet, réseaux sociaux etc.
- ❑ **Un modèle économique déployé à large échelle**
Le développement et la récurrence d'un portefeuille d'actifs (portefeuille d'abonnements à durée libre actifs, base de profils off et on line)

QUELQUES CHIFFRES CLÉS



Plusieurs dizaines de marques
partenaires grands comptes

120 éditeurs de presse et
plus de 350 titres référencés



Plus de 130 millions de contacts chaque année
2,5 millions de commandes chaque année
3,1 millions d'abonnés actifs en 2014

LA CONFIANCE DES MARQUES PARTENAIRES



Banques



Crédit du Nord



BBVA



BNP PARIBAS

Distribution



PRINTEMPS



cora

Services



Ventes à distance / e-commerce



vertbaudet

3SUISSES



Cdiscount

LE DÉVELOPPEMENT DES MARQUES EN PROPRE



B
2
C



- Une offre marketing push off et on-line reposant sur l'expérience en animation gaming et sur la vente d'abonnements magazines et de produits culturels



- Un savoir-faire solide dans le développement de marketing mix d'offres hard discount



- Kiosque à domicile on line proposant un large choix parmi plus de 300 titres à des conditions privilégiées



- Plate-forme de presse 100% digital pour lire la presse en ligne en toute liberté



- Offre dédiée au monde de l'éducation : faciliter l'accès à l'ensemble de la presse aux meilleures conditions

B
2
B



- Expert en search marketing, spécialisé dans la génération de trafic qualifié et l'optimisation de la conversion.



- Cabinet de conseil en stratégie au service de la performance digitale et cross-canal



- Solutions professionnelles multicanal de bases de données qualifiées pour le marketing client



- Conception et animation de plateformes de gratification permettant d'enrichir l'Expérience Client



ADLPartner
Marketing de fidélisation

LES RÉSULTATS 2014

FAITS MARQUANTS DE L'ANNÉE



❑ Le développement d'un nouveau mix-marketing de l'offre ADL

Nouveaux mécanismes promotionnels (ex. tablette ou smartphone offerts à la commande), sur certains segments de clientèles.

Enrichissement de l'offre et renforcement des partenariats

Impact positif sur la croissance et les marges en première année

❑ L'optimisation des prospections sur les lignes de produits ADD et LOAV en raison d'un contexte économique difficile

❑ La diversification des activités, en particulier dans les services de marketing digital

Développement d'ADLP Digital, filiale de conseil et services spécialisée dans la transformation digitale du modèle des entreprises et de leur marketing client

Acquisition d'une participation minoritaire dans Converteo

❑ Les bonnes performances en Espagne portées par le développement des nouvelles activités

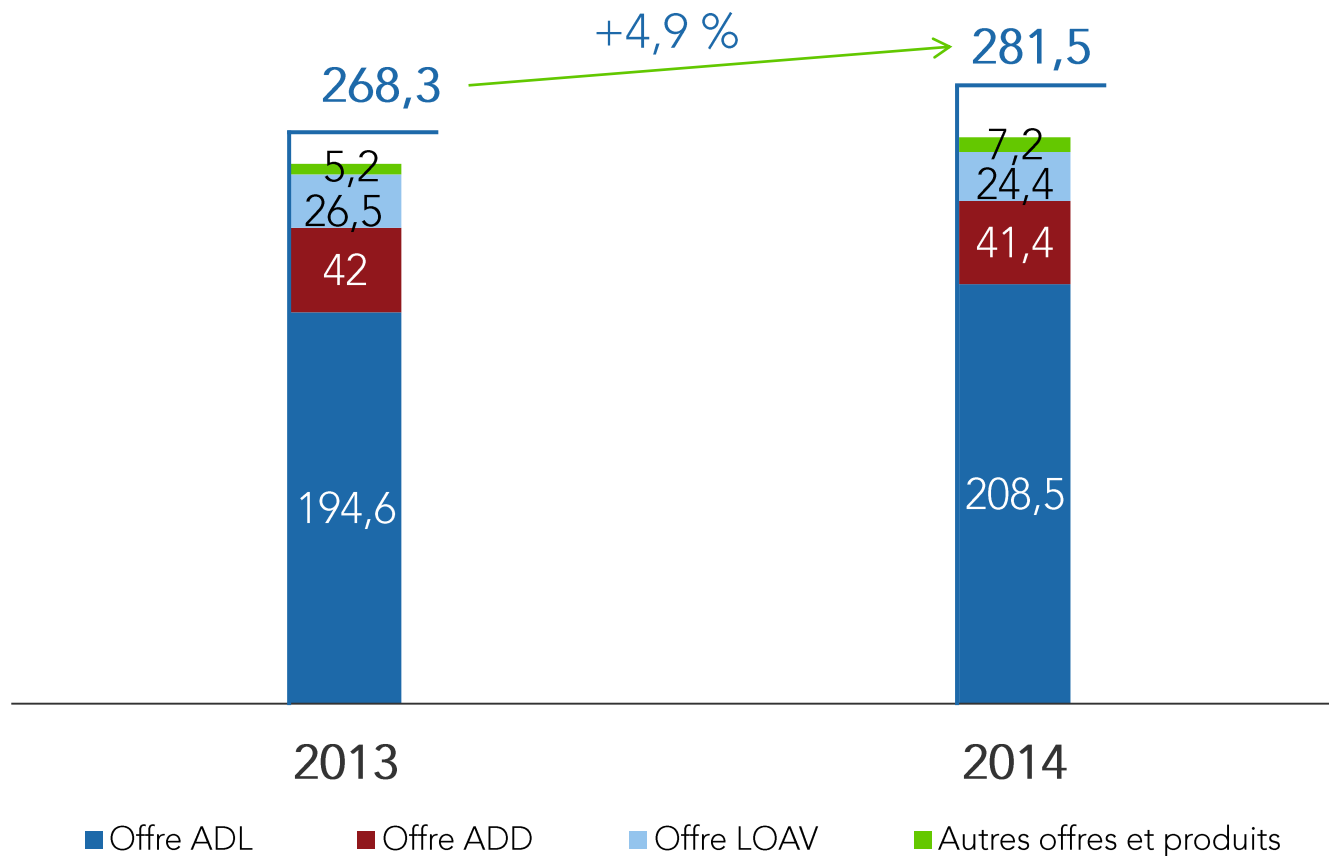
Augmentation du chiffre d'affaires de 23 %.

Développement des programmes de marketing de gratification

CROISSANCE DU VOLUME D'AFFAIRES



Évolution du VAB par segments (En M€)



PROGRESSION DES RÉSULTATS



Données consolidées - en M€

2014

2013
retraité

Var.

Chiffre d'affaires	118,19	111,42	+ 6,1 %
Résultat opérationnel	12,99	11,83	+ 9,8 %
<i>En % du CA</i>	11,0%	10,6%	
Produits financiers nets	0,78	0,41	+ 90,2 %
Charge d'impôt	(2,62)	(2,75)	- 4,7 %
Résultat net des activités poursuivies	10,94	9,19	+ 19,0 %
<i>En % du CA</i>	9,3%	8,2%	
Résultat net des activités arrêtées ou en cours de cessions	(0,98)	(1,91)	- 48,7 %
Résultat net part du Groupe	9,96	7,30	+ 36,3 %
<i>En % du CA</i>	8,4%	6,6%	
Résultat net part du Groupe dilué par action (en €)	2,43	1,82	+ 33,5 %

EVOLUTION DU RÉSULTAT NET ET DU PORTEFEUILLE PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE

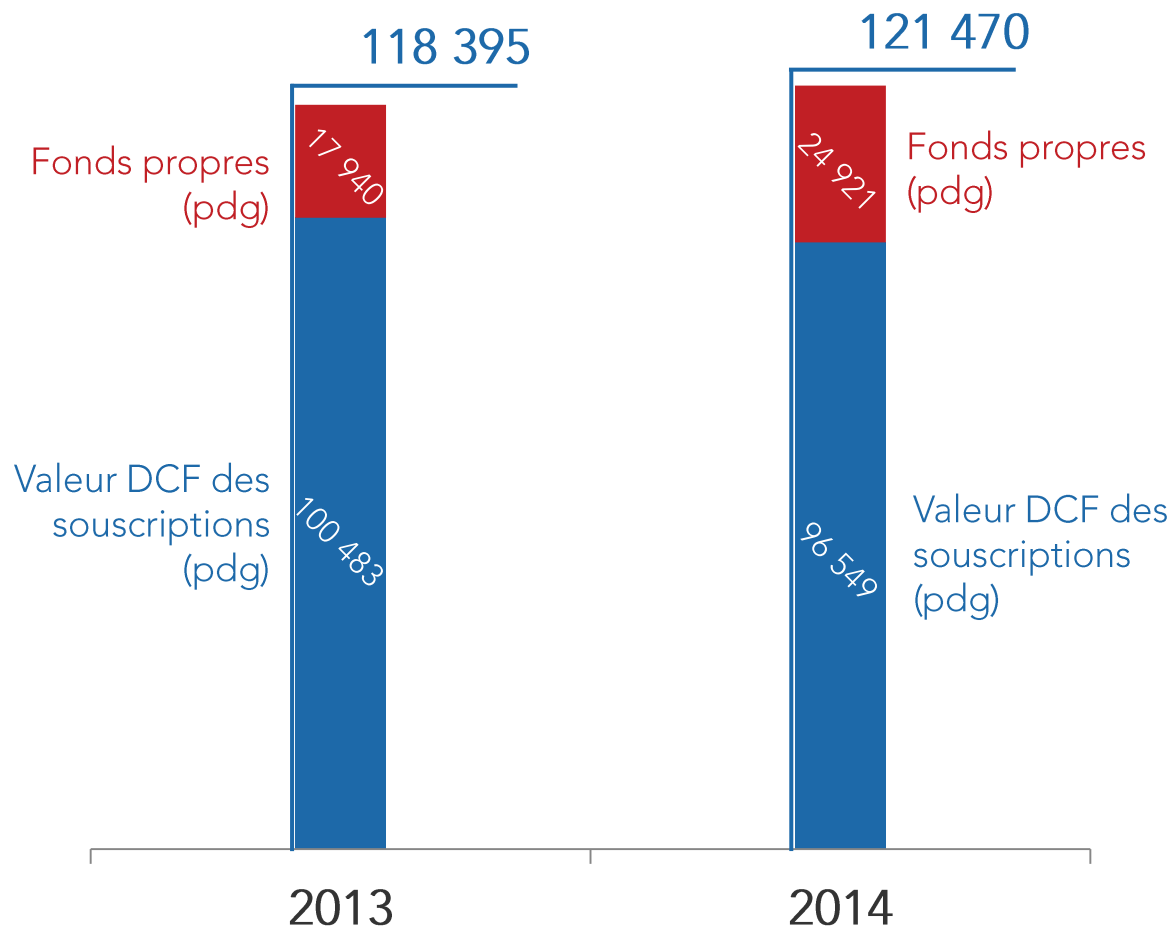


(en K€)	Résultats net consolidé au 31/12/2014	Résultats net consolidé au 31/12/2013	Valeur du portefeuille ADL (nette d'impôts) (pdg) au 31/12/2014	Valeur du portefeuille ADL (nette d'impôts) (pdg) au 31/12/2013
Total	9 957	7 276	96 549	100 483
dont activités poursuivies				
France (y compris division Internationale)	7 918	8 050	94 030	97 328
International	3 024	1 136	2 519	3 155
dont activités arrêtées				
Activités arrêtées	-985	-1 910	0	0

ACTIF NET RÉÉVALUÉ EN HAUSSE DE 2,3%



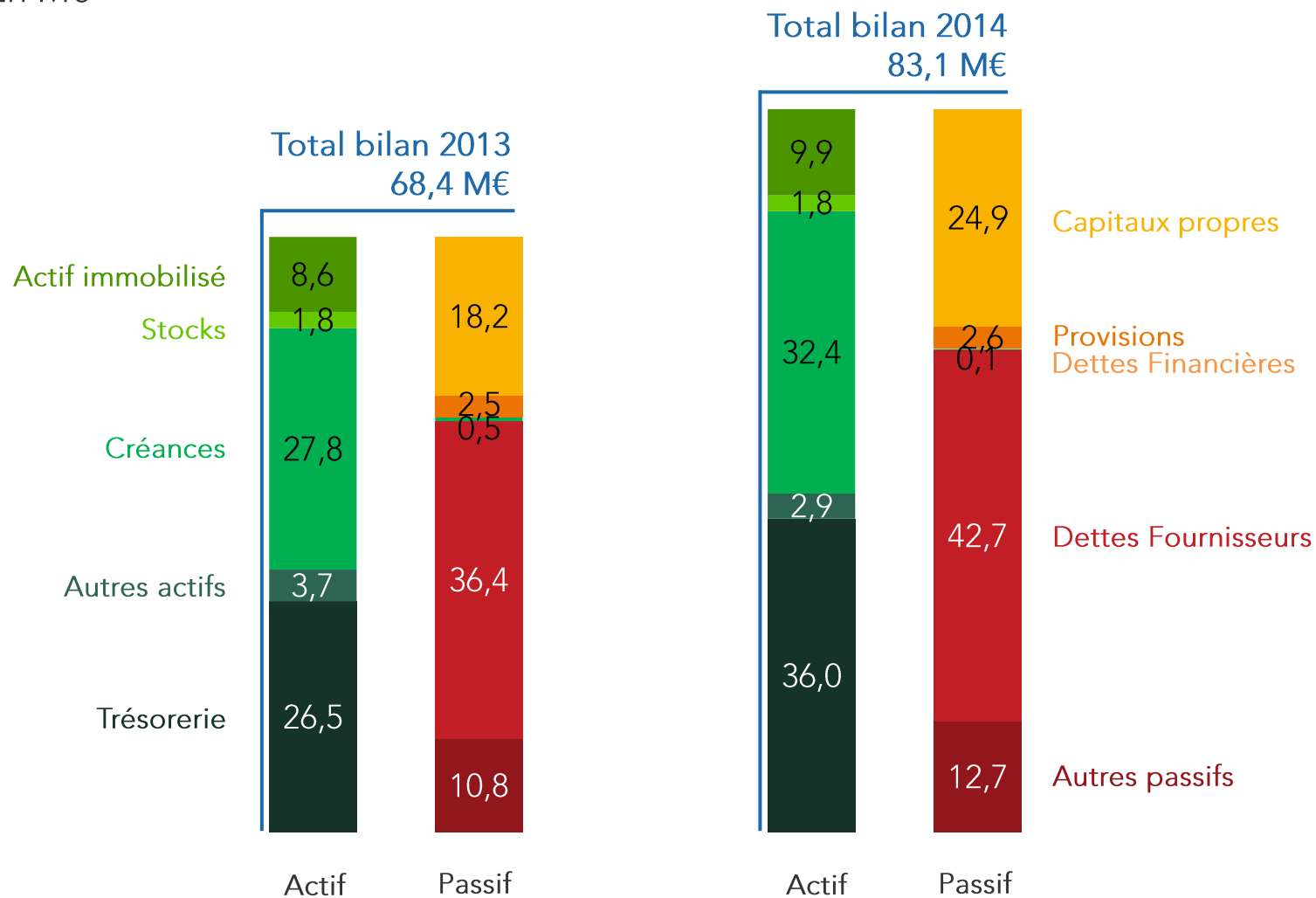
En K€



BILAN CONSOLIDÉ



En M€



VARIATION DE LA TRÉSORERIE



(en K€)	2014	2013
CAF avant coût de l'endettement financier et impôt	13 497	11 468
Impôt versé	-1 837	-3 490
Variation du BFR	1 657	-1 410
Flux d'exploitation	13 317	6 568
Investissements nets	- 1 671	- 970
Opérations de Financement	-2 792	-3 318
Flux financiers	-4 463	-4 288
Variation de trésorerie	8 851	2 279



ADLPartner
Marketing de fidélisation

STRATÉGIE ET
PERSPECTIVES



❑ Le perfectionnement constant des mix-marketing dans les activités core-business

Innovations marketing pour soutenir les rendements commerciaux et la durée de vie du portefeuille

Renforcement des relations avec les partenaires

❑ Le développement d'ADLP Digital

Nouveau modèle économique, créateur de valeur, sur un marché de croissance

❑ La recherche d'opportunités sur de nouveaux marchés à fort potentiel

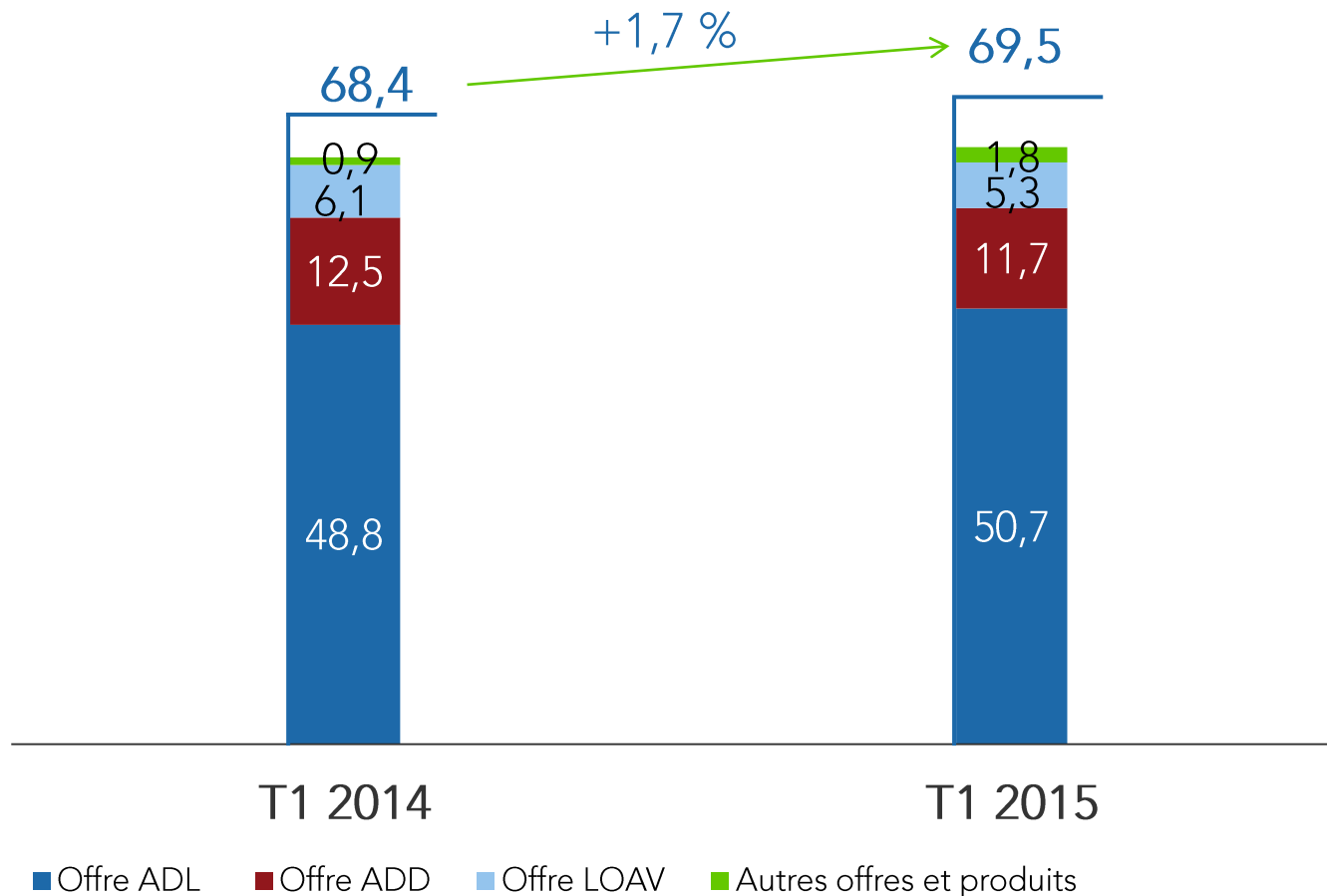
Valorisation des savoir-faire sur de nouveaux produits

Investissements pour diversifier les gammes de services

ACTIVITÉ DU 1^{ER} TRIMESTRE 2015



Évolution du VAB par segments (En M€)



PERSPECTIVES



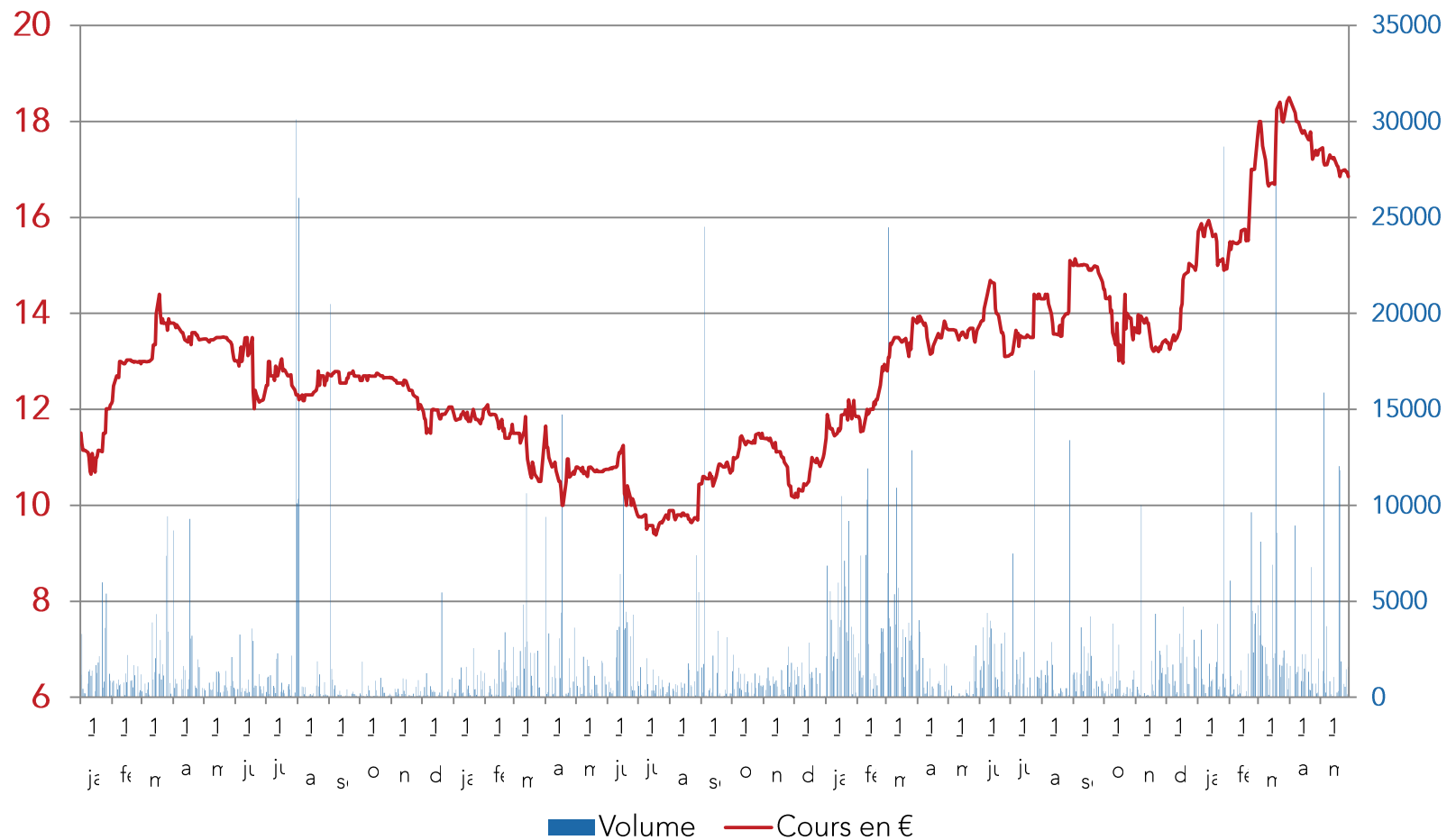
- ❑ La volatilité de la consommation dans un environnement économique incertain
- ❑ Le renforcement de nos activités core-business
- ❑ La diversification en développant nos activités de marketing digital et en investissant le marché de l'assurance en marketing direct.
- ❑ La veille sur les opportunités de croissance externe



ADLPartner
Marketing de fidélisation

LA BOURSE

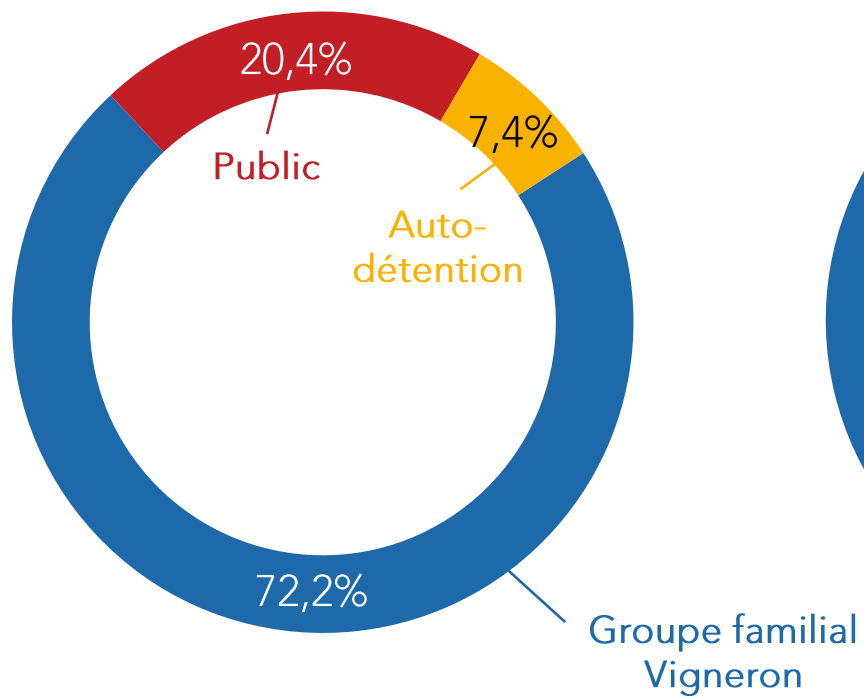
COURS DE BOURSE



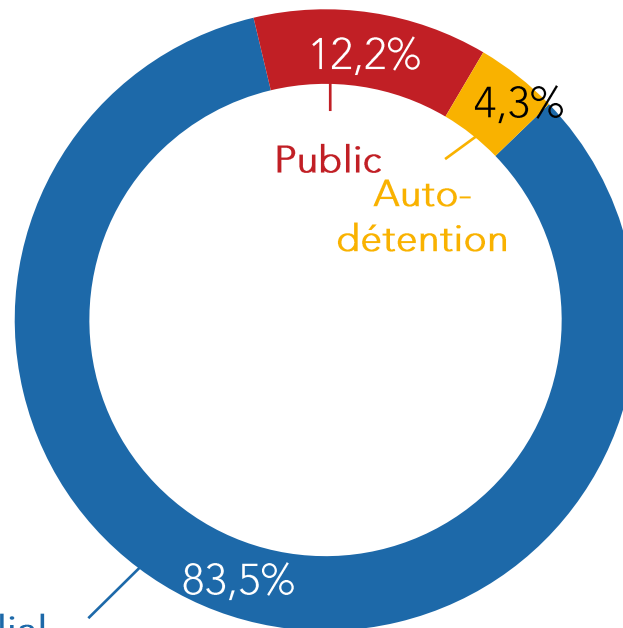
ACTIONNARIAT AU 31 DÉCEMBRE 2014



Répartition de
l'actionnariat



Répartition théorique
des droits de vote





ADLPartner
Marketing de fidélisation

AUTRES RAPPORTS

AUTRES RAPPORTS



- Rapport du Conseil de Surveillance
- Rapport du Président du Conseil de Surveillance sur la composition du Conseil, sur l'application du principe de représentation équilibrée des femmes et des hommes en son sein, sur les conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil, ainsi que sur les procédures de contrôle interne et de gestion des risques
- **Rapport spécial** sur les opérations réalisées au titre des options d'achat et de souscription réservées au personnel salarié et aux dirigeants, en vertu des dispositions des articles L. 225-177 A L. 225-186 du Code de Commerce

RAPPORTS DES COMMISSAIRES AUX COMPTES



- ☐ Rapport sur les comptes sociaux
- ☐ Rapport sur les comptes consolidés
- ☐ Rapports spéciaux



ADLPartner
Marketing de fidélisation

QUESTIONS / RÉPONSES



ADLPartner
Marketing de fidélisation

VOTE DES RÉSOLUTIONS

PREMIÈRE RÉOLUTION



- ☐ Approbation des comptes annuels de l'exercice clos le 31 décembre 2014

Bénéfice net comptable de 9 157 732,29 €

DEUXIÈME RÉOLUTION



☐ Affectation du résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2014 et fixation du dividende

Bénéfice de l'exercice	9 157 732,29 €
Auquel s'ajoute le report à nouveau	8 030 365,58 €
Formant un bénéfice distribuable	17 188 097,87 €
Dividende de 1,11 € à 3 970 642 actions	4 407 412,62 €
Affectation aux autres réserves	2 000 000,00 €
Affectation au report à nouveau	10 780 685,25 €
Total affecté	17 188 097,87 €

TROISIÈME RÉOLUTION



- ☐ Approbation des comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2014

Bénéfice net global de 9 956 919 €

Bénéfice net part du groupe de 9 956 919 €

QUATRIÈME RÉOLUTION



- ☐ Approbation des conventions règlementées visées par les articles L.225-86 et suivants du Code de commerce

CINQUIÈME RÉOLUTION



- ☐ Fixation du montant annuel des jetons de présence alloué aux membres du conseil de surveillance

125 000 € au titre de l'exercice 2015

SIXIÈME RÉOLUTION



- ☐ Nomination du cabinet RSM en qualité de nouveau commissaire aux comptes suppléant en remplacement du cabinet PSK Audit, démissionnaire

SEPTIÈME RÉOLUTION



- ☐ Ratification de la nomination de M. Bertrand Laurioz en qualité de nouveau membre de conseil de surveillance

HUITIÈME RÉOLUTION



☐ Autorisation d'un programme de rachat d'actions

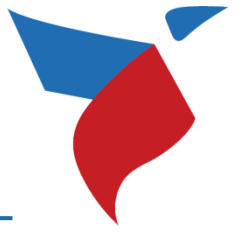
Nombre maximum d'actions pouvant être acquises : 429 472
sous réserve que la société ne détienne pas plus de 10% de son capital

Montant maximum : 7 730 496 €

Prix maximum d'achat : 18 €/action

Autorisation valable 18 mois, jusqu'au 12 décembre 2016

NEUVIÈME RÉOLUTION



☐ Pouvoirs pour formalités





ADLPartner
Marketing de fidélisation

CLÔTURE DE L'ASSEMBLÉE