

Groupe leader du Data Marketing en France et en Europe

ASSEMBLEE GENERALE ORDINAIRE

16 juin 2023

Constitution de l'assemblée

- **Constitution du bureau**
Désignation des 2 scrutateurs.
- **Désignation du secrétaire de séance**
- **Identification des personnes présentes non-actionnaires**
- **Feuille de présence**
Point sur les voix présentes ou représentées

Ordre du jour 1/3

- **Résolution 1**
Approbation des comptes annuels de l'exercice clos le 31 décembre 2022
- **Résolution 2**
Affectation du résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2022 et fixation du dividende
- **Résolution 3**
Approbation des comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2022
- **Résolution 4**
Fixation de la rémunération globale allouée aux membres du conseil d'administration et au censeur
- **Résolution 5**
Approbation des conventions réglementées visées par les articles L.225-38 et suivants du Code de commerce
- **Résolution 6**
Approbation de la politique de rémunération applicable aux mandataires sociaux pour l'exercice 2023
- **Résolution 7**
Approbation des informations relatives à la rémunération des mandataires sociaux visées au I de l'article L.22-10-9 du Code de commerce

Ordre du jour 2/3

– **Résolution 8**

Approbation des éléments fixes, variables et exceptionnels composant la rémunération totale et les avantages de toute nature versés au cours de l'exercice 2022 ou attribués au titre du même exercice à M. Bertrand Laurioz, président directeur général

– **Résolution 9**

Renouvellement du mandat de M. Bertrand Laurioz en qualité d'administrateur

– **Résolution 10**

Renouvellement du mandat de Mme Isabelle Vigneron-Laurioz, en qualité d'administrateur

– **Résolution 11**

Constatation de la fin du mandat de Mme Robin Smith, en qualité d'administrateur

– **Résolution 12**

Renouvellement du mandat de Mme Claire Vigneron-Brunel, en qualité d'administrateur

– **Résolution 13**

Renouvellement du mandat de M. Marc Vigneron, en qualité d'administrateur

– **Résolution 14**

Renouvellement du mandat de M. Roland Massenet, en qualité d'administrateur

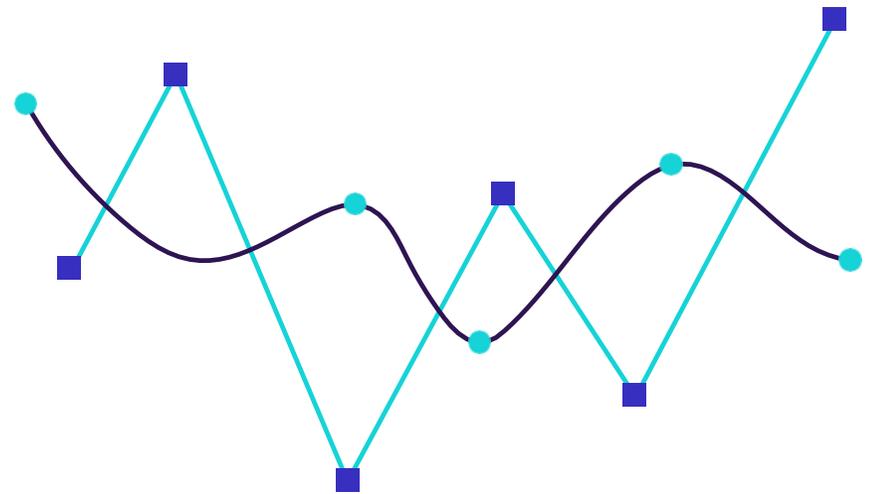
Ordre du jour 3/3

- **Résolution 15**
Renouvellement du mandat de Mme Caroline Desaegher, en qualité d'administrateur
- **Résolution 16**
Renouvellement du mandat de M. Stéphane Treppoz, en qualité d'administrateur
- **Résolution 17**
Renouvellement du mandat de M. Xavier Gandillot, en qualité d'administrateur
- **Résolution 18**
Renouvellement du mandat de Mme. Delphine Grison, en qualité d'administrateur
- **Résolution 19**
Renouvellement du mandat de M. Dinesh Katiyar en qualité de censeur
- **Résolution 20**
Autorisation d'un programme de rachat d'actions
- **Résolution 21**
Pouvoirs pour formalités

Rapport de Gestion

Notre ambition à 2025

**Devenir un leader
européen du Data
Marketing cross-canal**





Nous sommes classés
10ème au classement des Groupes de communication Marketing Stratégies - Altares 2022

Dans ce classement, nous sommes le **1er** Groupe de Data Marketing France

Nous travaillons pour + de **500** marques

(2/3 des marques du CAC 40, et des clients variés Groupes, ETI, PME)

Nous avons **50 ans** d'existence et d'expérience

Bertrand Laurioz

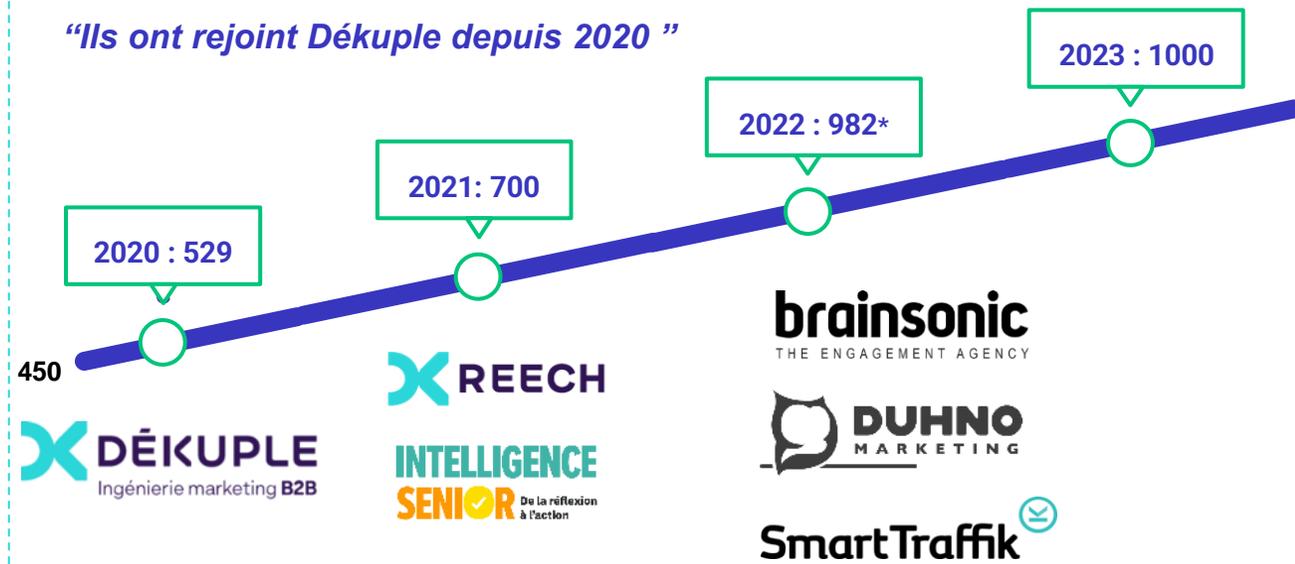
CEO



Capital humain

“ Nous sommes **1000** en 2023 ”

“Ils ont rejoint Dékuple depuis 2020 ”



* Au 31 décembre 2022

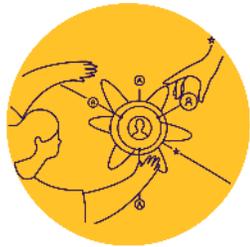
Société familiale avec des actionnaires stables, nous visons **le long terme**, la **croissance rentable** et la **diversification** afin de garantir notre pérennité.

Acteur indépendant, l'efficacité au service de nos clients est notre seul objectif, nous savons faire des choix originaux et efficaces indépendamment des modes ; **agiles**, nous savons acquérir de nouvelles compétences rapidement, en valider l'intérêt et les intégrer efficacement.

Nos valeurs



**Esprit de
Conquête**



Entraide



Respect

“ **Entreprise familiale, nous pensons que Performance et Bienveillance sont indispensables pour une croissance durable. Nos valeurs partagées sont au service de nos clients et partenaires.** ”



Nous sommes une société de **multi-entrepreneurs**, responsabilisés, partageant les mêmes valeurs, focalisés sur la croissance et la performance de leurs activités, et travaillant en synergie, de façon collective et solidaire au service de nos clients.



Nos expertises

Nos expertises

ACQUÉRIR et ACTIVER

- Brand marketing
- Campagnes publicitaires d'acquisition
- Content Marketing
- Lead Generation
- Drive-to-store
- Campagnes d'Activation
- Trade marketing
- PRM
- Event

ENGAGER & INFLUENCER

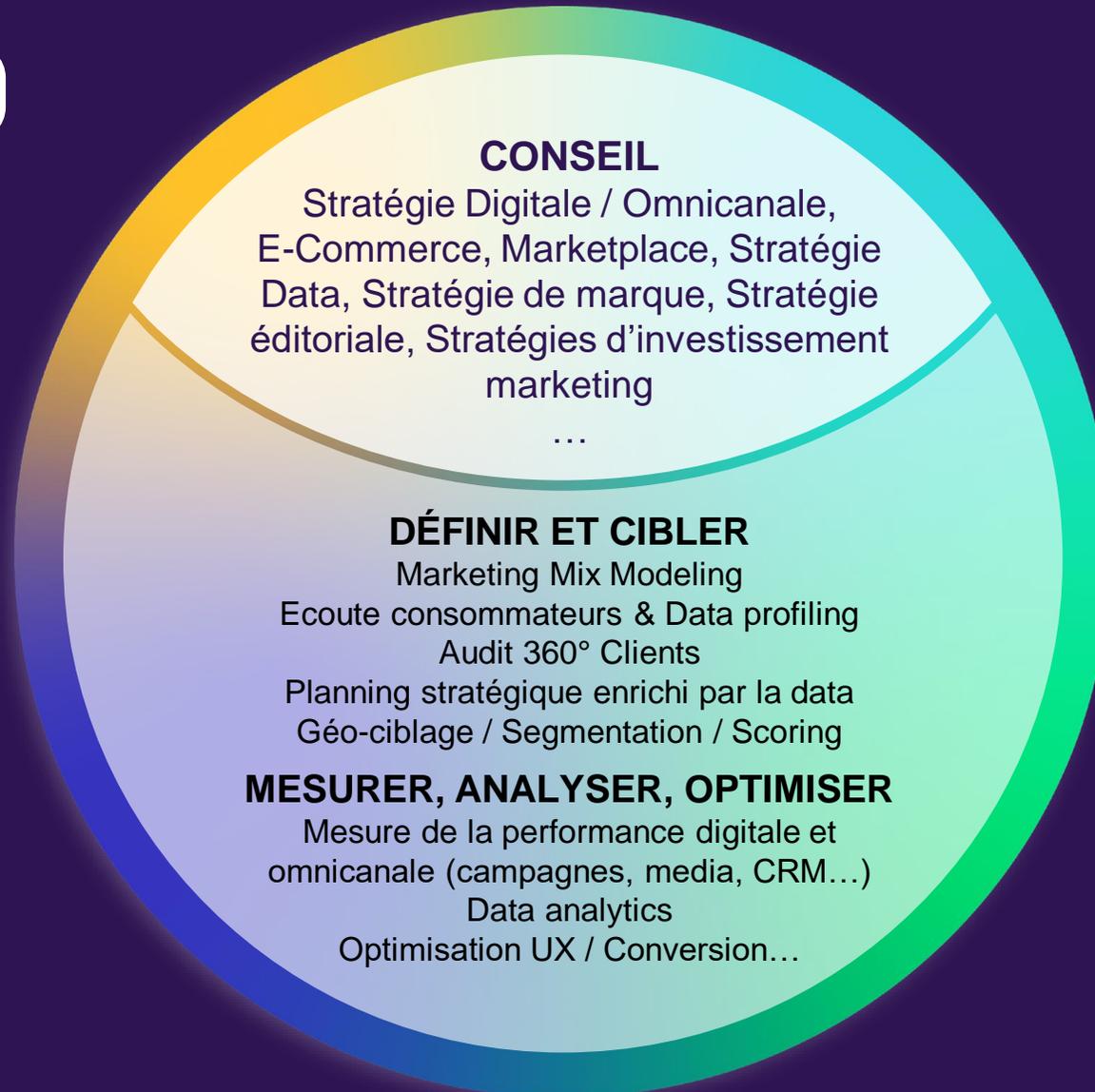
- Publicité
- Plateforme éditoriale & Brand content
- Social media
- Influence
- Event

FIDÉLISER

- Programmes de fidélisation
- Programmes d'avantages
- Programmes de parrainage
- CRM

VALORISER ET MONÉTISER SON CAPITAL CLIENT

- Monétisation Base de données
- Monétisation Newsletter
- Retail media
- CRM



Notre modèle d'entreprise diversifié repose sur un fil conducteur : le Data Marketing

“ Nous apportons notre expertise pour aider les marques dans leurs besoins Marketing ainsi que pour créer nos propres portefeuilles générateurs de revenus récurrents. ”

NOS 6 PÔLES COMMERCIAUX

CABINET DE CONSEIL
& TECHNOLOGIE

 **CONVERTEO**

MARKETING
D'ENGAGEMENT

brainsonic
THE ENGAGEMENT AGENCY

INGÉNIERIE MARKETING
EN FRANCE

 **DÉKUPLE**
INGÉNIERIE MARKETING

INGÉNIERIE
MARKETING EN
ESPAGNE ET AU
PORTUGAL

 **DÉKUPLE**
PROMOCIÓN Y FIDELIZACIÓN

FIDÉLISATION VIA LA
PRESSE MAGAZINE

 **DÉKUPLE**
SOLUTIONS ABONNEMENTS

COURTIER EXPERT
EN MARKETING

 **DÉKUPLE**
ASSURANCE

Ils ont rejoint le Groupe en 2022

Leader en Marketing d'engagement

STRATÉGIE DE
CONTENU

CONVERSATIONNEL

EVENEMENTIEL

Outre la planification et la création stratégiques qui sont au cœur du réacteur, la proposition de valeur de Brainsonic repose sur trois piliers. Le premier est notre maîtrise de l'ensemble de la chaîne de valeur du métier du contenu. Nous allons pouvoir renforcer notre discours et nos stratégies avec Dékuple. Le deuxième pilier repose sur l'ensemble des métiers conversationnels. Enfin, notre troisième pilier est celui de l'événementiel, nous apportons de vraies émotions aux publics des marques que nous accompagnons.

+ de 130
Talents

Guillaume Mikowski

CEO de Brainsonic



Smart Traffik, qui a rejoint le Groupe en décembre 2022, est un éditeur de solutions Drive-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 offre de solutions innovantes s'articule autour de 2 plateformes technologiques répondant aux enjeux suivants :

SOLUTION "WEB TO STORE"

GÉNÉRATION DE LEADS
QUALIFIÉS EN MAGASINS

SOLUTION "OKUBE"

MESURE OMNISCANALE DE L'EFFICACITÉ
DES INVESTISSEMENTS MÉDIA,
GÉOMARKETING ET ATTRIBUTION
MARKETING POUR L'OPTIMISATION DES
CAMPAGNES PUBLICITAIRES

+ de 40
Talents

Laurent SIMONIN

CEO de SMART TRAFFIK

**Ils ont eu une forte
croissance en 2022**

Une croissance de 29,7 % sur 2022
qui permet de franchir le cap des
400 collaborateurs

DATA X BUSINESS
CONSULTING

ANALYTICS X
DIGITAL PRODUCTS

MEDIA X CRM

CONVERTEO
TECHNOLOGY

Accélérateur de performance, intervenant du cadrage à la réalisation, connecteur entre le Marketing et l'IT, indépendant, nous œuvrons pour le transfert de compétences.



N°1
Consulting Firm

+ de 400
Consultants
experts

Raphaël Fétique &
Thomas Faivre-Duboz
Ass Directeurs Associés &
Cofondateurs



Avec une croissance de 21 % en 2022, Reech, agence d'influence de l'année au cœur de la structuration et de la croissance du secteur

Reech Agency qui accompagne de A à Z les marques dans leur stratégie d'influence :

- définition de l'idée créative de la campagne
- identification des bons influenceurs & contractualisation
- suivi des campagnes et mesure des KPIs

Reech Influence Cloud, solution Saas qui permet aux marques et à leurs partenaires de gérer et d'optimiser en toute autonomie leurs activités d'influence. Elle permet d'identifier, qualifier, activer les influenceurs, élaborer les contrats, mesurer les performances des campagnes et réaliser une veille sur les tendances de l'Influence.

+ de 60
Experts Marketing

Près de 200
marques clientes

Guillaume DOKI-THONON

Fondateur de Reech

**2022, une année de
montée en puissance
des agences
de services marketing
et des solutions MarTech**

La data au cœur d'un modèle unique pour générer de la performance

AGENCES MARKETING

SOLUTIONS MARTECH

Dékuple Ingénierie Marketing fédère d'une part des agences conjuguant des talents stratégiques, créatifs et data pour créer et mettre en œuvre les dispositifs marketings les plus performants, et d'autre part des solutions Martech interfaçables avec les principales plateformes du marché pour maximiser les performances Data Marketing.



Claude Charpin

Directeur Général de

Dékuple Ingénierie Marketing

Dékuple propose, au travers de ses agences, plusieurs services de branding et de marketing

L'AGENCE DÉKUPLE

Hybridation du Brand Marketing et de la Performance Marketing



DÉKUPLE INGÉNIERIE MARKETING B2B

Réflexion stratégique et gestion opérationnelle des dispositifs de prospection digitale BtoB



REECH

Agence de marketing d'Influence



INTELLIGENCE SENIOR

Expert marketing des cibles de plus de 50 ans



MARKETING SERVICES AGENCY IN SPAIN AND PORTUGAL

Opérations de promotion des ventes, d'activation, de fidélisation et de rétention clients.



DUHNO MARKETING

Agence de marketing spécialisée sur l'écosystème Chinois.



“ Nous combinons nos solutions aux meilleures solutions technologiques du marché. ”

<p>LISTEN</p> <p>—</p> <p>Écoute et analyse sémantique</p>	<p>WATCH</p> <p>—</p> <p>Observation et analyse du comportement numérique</p>	<p>DATAMATCH</p> <p>—</p> <p>+ 30 millions contacts optin partenaires dans notre référentiel</p>	<p>FAMILY SQUARE</p> <p>—</p> <p>Data Profiling + 6000 critères d'analyses</p>	<p>DRIVE TO STORE</p> <p>—</p> <p>+ de 1000 campagnes / an</p>
<p>LEAD GENERATION</p> <p>—</p> <p>+ de 2 000 000 leads BtoC et + de 500 000 leads BtoB par an</p>	<p>RETARGETING CROSS-CANAL</p> <p>—</p> <p>+ 200 000 contacts reciblés par mois : E-mail, Téléphone, Mailing...</p>	<p>NATIVE ADS NEWSLETTER</p> <p>—</p> <p>+ 700 millions contacts par mois</p>	<p>TRACK IN THE SHOP</p> <p>—</p> <p>Mesures de performance et d'attribution omnicanale</p>	<p>ROCKETLINKS</p> <p>—</p> <p>+ de 80 000 blogs/médias partenaires en France et à l'international</p>
<p>REECH INFLUENCE CLOUD</p> <p>—</p> <p>8 millions d'influenceurs en France et à l'étranger</p>	<p>CODES FOR GIFTS</p> <p>—</p> <p>+ 5000 expériences en France</p>	<p>PROGRAMMES RELATIONNELS</p> <p>—</p> <p>20 millions de bénéficiaires</p>	<p>GÉNÉRATION DE TRAFIC WEB</p> <p>—</p> <p>+ 3M de VUS générées par mois</p>	

**Des projets et des succès
qui renforcent à la fois notre
légitimité et notre notoriété**



16 prix ont été remportés par Reech

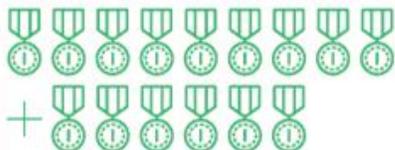


Reech a été élue agence d'influence de l'année



9 prix pour "comment démanteler un cartel?" réalisée par Reech pour MACIF

6 prix pour la nouvelle campagne MACIF "Dans tes rêves, la drogue"



24 prix remportés par Brainsonic



5 prix pour "Arc Showroom" avec Arc



1 prix pour "Label action" avec Emmaüs

2 prix pour "#hackfriday" avec Emmaüs



3 prix pour "#fiersdefaire" avec UIMM



1 prix pour "La conserve, c'est maintenant" avec UPPIA



1 prix pour "Les hommes changent, pas leurs cheveux" avec Petrole Hahn



4 prix pour la nouvelle stratégie youtube de Leroy Merlin



2 prix pour "Datalis" avec BNP Paribas



3 prix pour "24h holographic surgery" Microsoft



1 prix pour "#onserejoinsenbas" Croix rouge Française



1 prix pour "n'ignorons plus" avec ONU Femmes France



2 prix remportés par l'Agence DÉKUPLE

BUT

1 prix pour BUT dans la catégorie Drive-To-Store



1 prix pour MMV dans la catégorie Branding



42 récompenses en 2022

500 marques majeures nous font confiance !



Une internationalisation en cours

Internationalisation de 3 solutions technologiques



**REECH
INFLUENCE
CLOUD™**

Reech Influence Cloud permet aux marques de gérer de manière autonome leur stratégie d'influence marketing :

- identifier les bons influenceurs
- suivre la performance des campagnes en temps réel,
- valoriser les résultats.



IVIDENCE

Ividence, spécialisée en native advertising dans les newsletters de médias, réalise déjà plus de la moitié de ses ventes à l'international.



RocketLinks

RocketLinks est la première plateforme d'achat d'articles sponsorisés proposant une offre complète alliant performances SEO et branding dans le monde entier.

La plateforme compte plus de 80 000 médias et blogs référencés dont plus de 45 000 sont étrangers, et plus de 20 000 anglophones.

✕ Étendre nos services marketing dans 1 ou 2 pays européens supplémentaires



Le Groupe est aujourd'hui présent en France, en Espagne, au Portugal et en Chine.

Nos enjeux RH et RSE

Nos enjeux RH et RSE

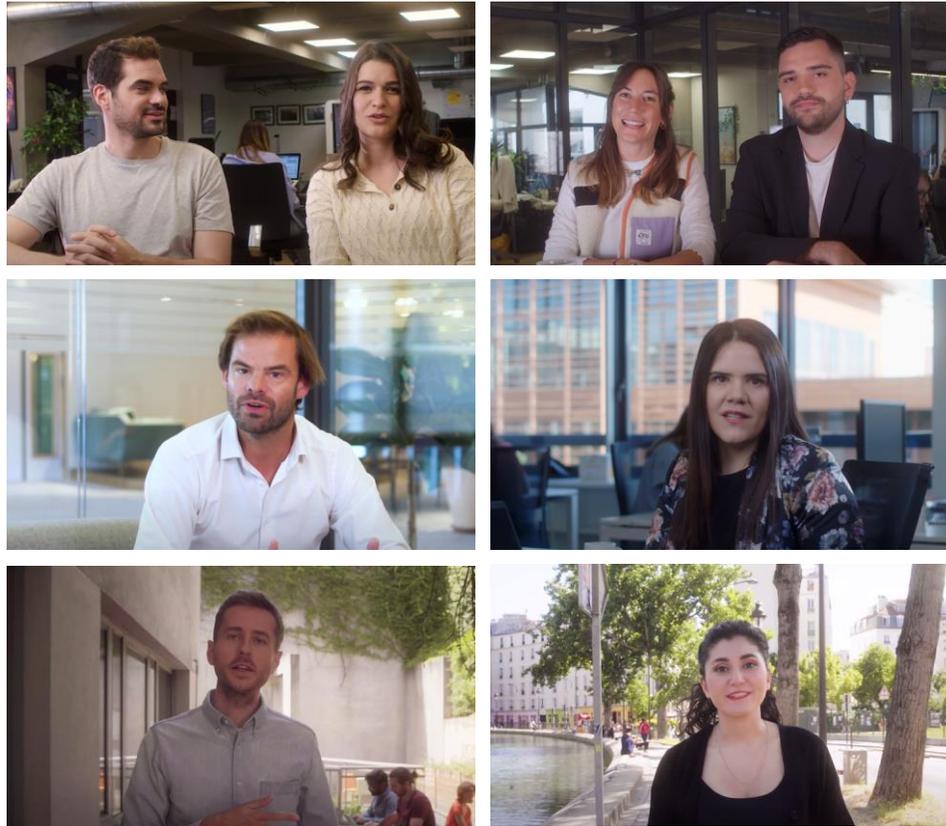
Depuis 2020, nous adhérons au Global Compact de l'ONU, et travaillons sur 9 objectifs de développement durable.



Marie-Laure Ricard

Directrice Ressources Humaines et RSE Groupe

Développement de nos marques employeur



Happy at Work



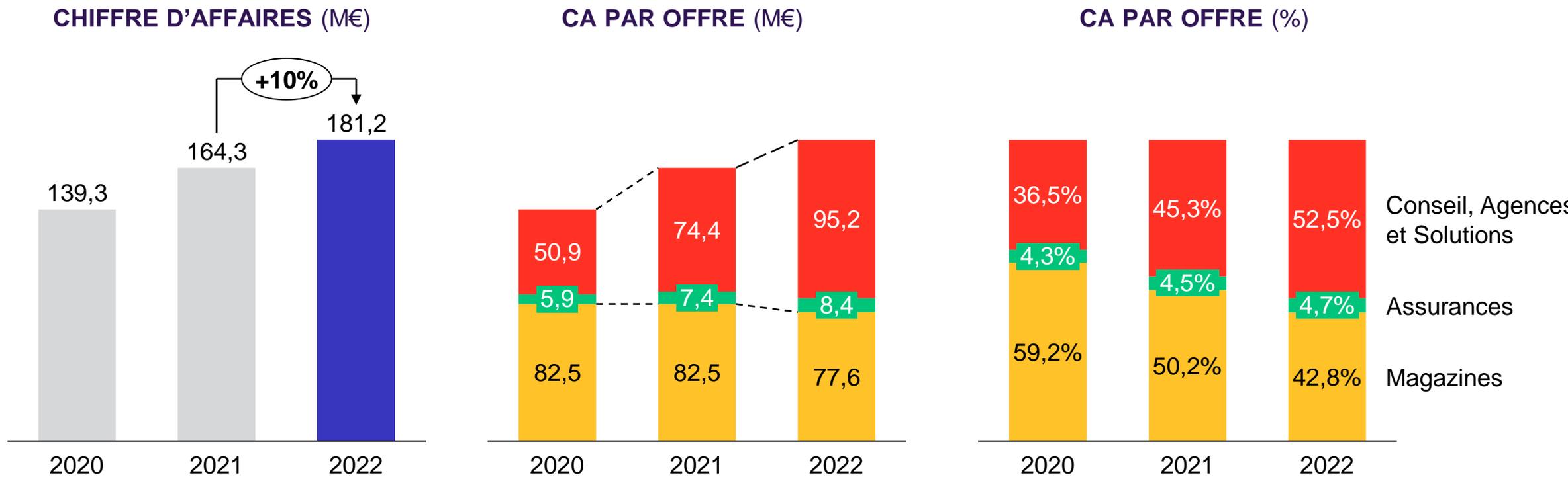
Entreprise n°1, dans le secteur du conseil, où les employés sont les plus engagés et motivés et qui offre les meilleurs programmes de stage et d'alternance.



Entreprise n°1 où les techniciens sont les plus heureux

Données financières

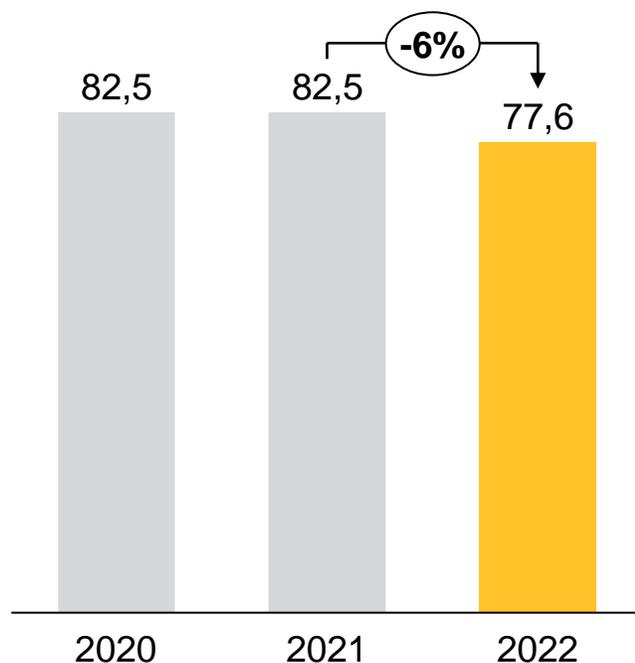
Évolution des activités en 2022



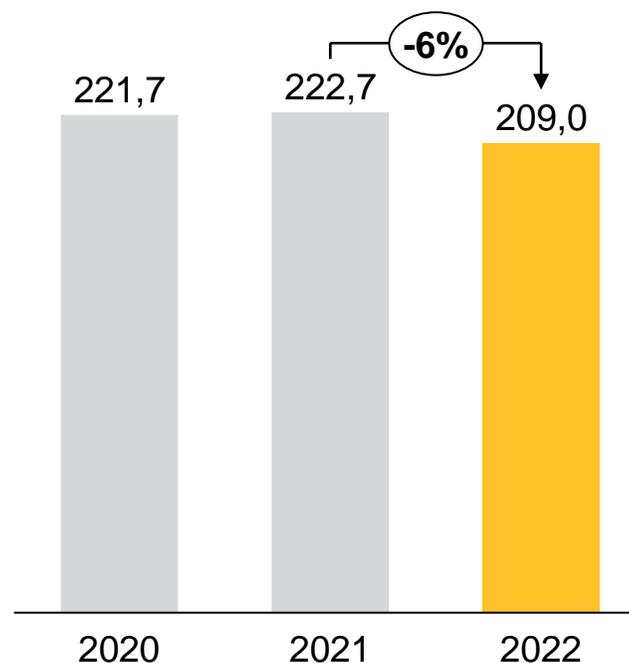
- Chiffre d'affaires 2022 à 181,2 M€ : +10,3% vs. 2021
- Poursuite de la forte croissance en marketing digital (+28%) : 52,5% du chiffre d'affaires 2022, contre 45,3% en 2021
- Performances contrastées des activités à portefeuille : croissance des ventes en assurances (+15%) et retrait en magazines (-6%) dans une conjoncture défavorable

Magazines | retrait conjoncturel

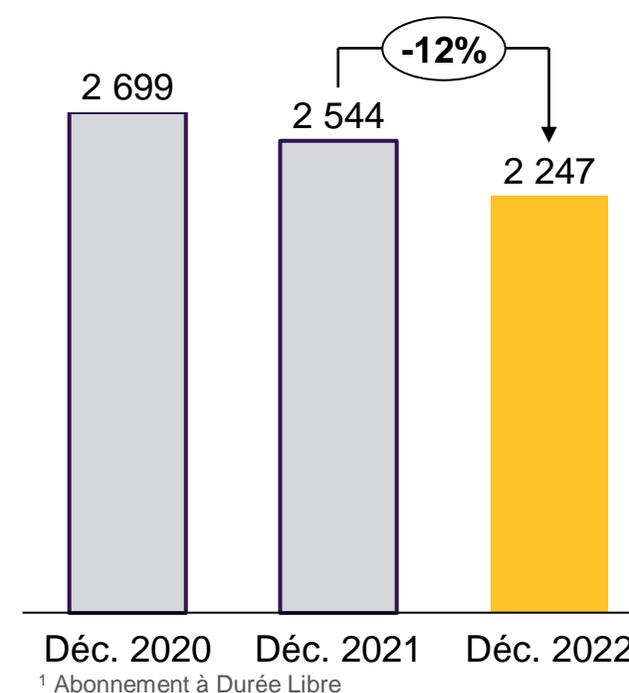
CHIFFRE D'AFFAIRES (M€)



VOLUME D'AFFAIRES BRUT (M€)



PORTEFEUILLE ADL¹ (K. UNITÉS)

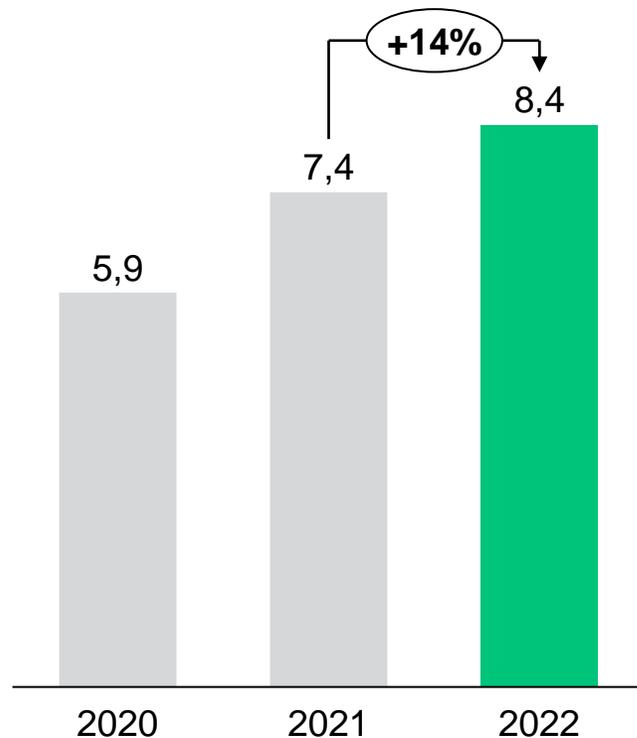


- Chiffre d'affaires 2022 à 77,6 M€ : -6,0% vs. une base de comparaison élevée 2021
- Optimisation des investissements commerciaux en 2022 compte tenu de la baisse du rendement des campagnes
- Augmentation des coûts de recrutement de nouveaux abonnés (papier et logistique notamment)
- Portefeuille d'abonnements ADL au 31 décembre 2022 : 2,2 millions (-11,7%)



Assurances | croissance portée par le développement de l'offre santé

CHIFFRE D'AFFAIRES (M€)

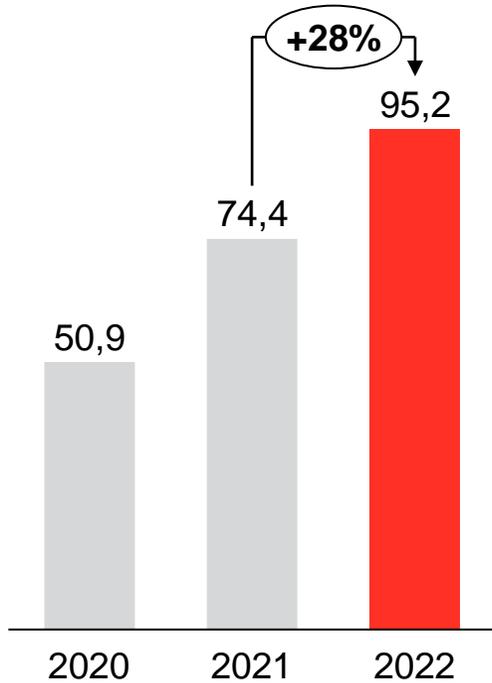


- Chiffre d'affaires 2022 de 8,4 M€ : +14,7% vs. 2021
- Augmentation du portefeuille d'assurés
- Développement réussi de l'offre produits dans le domaine des complémentaires Santé suite à l'acquisition en novembre 2021 des actifs technologiques de l'AssurTech QAPE et des actifs de KOVERS
- KOVERS, première mutuelle d'assurance labellisée "Assurance Santé Éthique".

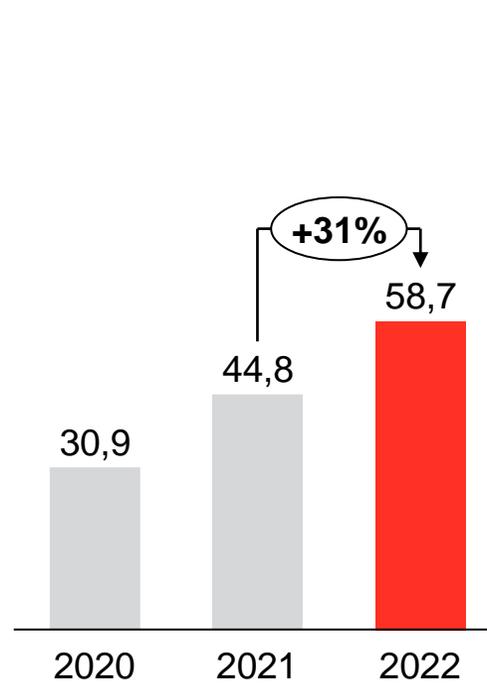


Conseil, agences et solutions marketing | dynamisme de croissance interne et externe

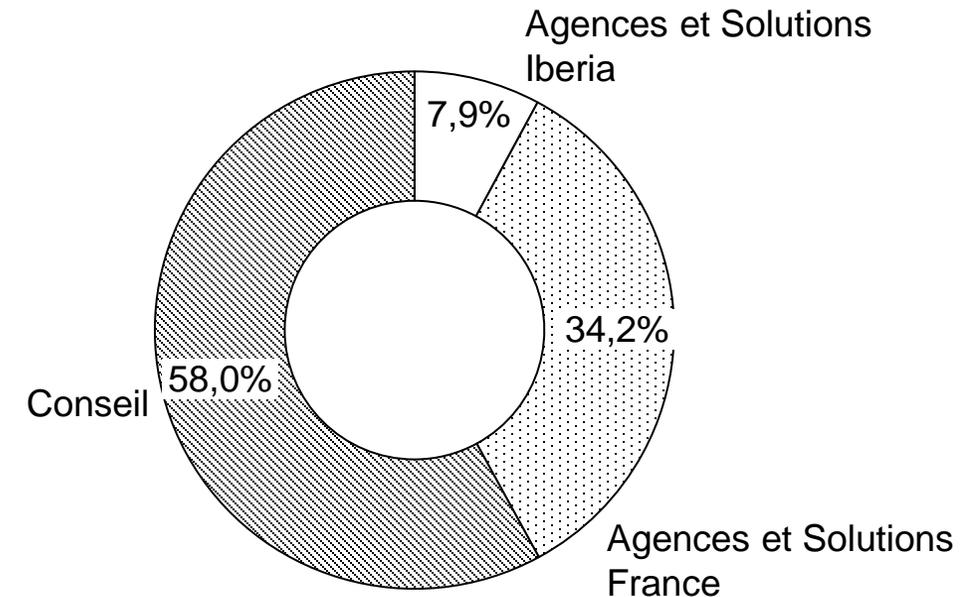
CHIFFRE D'AFFAIRES (M€)



MARGE BRUTE (M€)



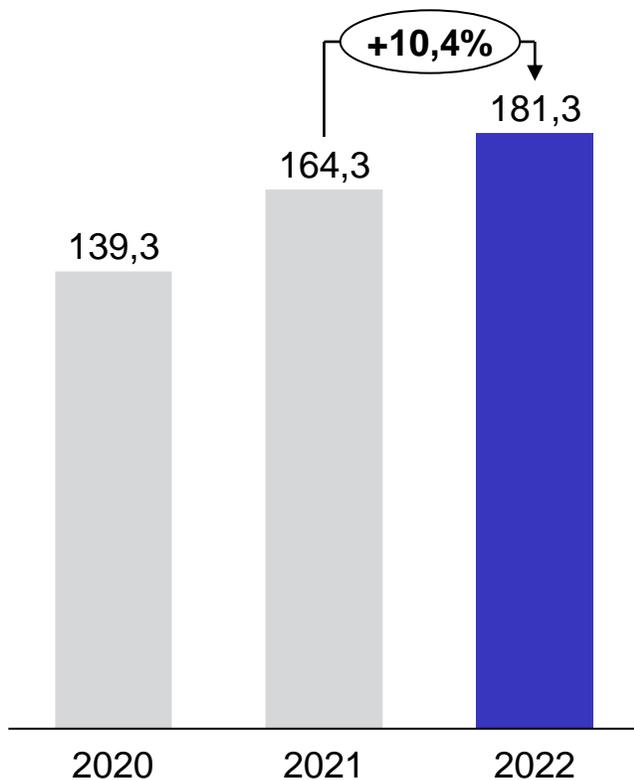
MARGE BRUTE 2022
PAR PÔLE (%)



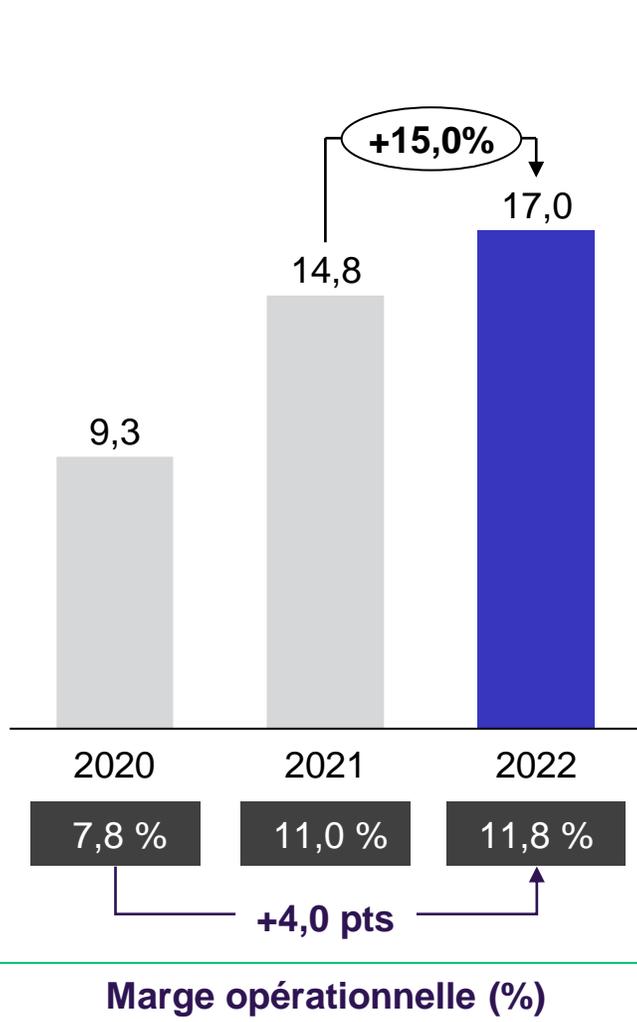
- Marge brute 2022 à 58,7 M€ : +31,2% vs 2021 qui était en croissance de +44,9%
- Conseil : expansion de Convertéo (+29,7% ; MB : 34,0 M€) et de ses effectifs (+ de 350 collaborateurs à fin décembre)
- Agences et Solutions en France : +53,3% (MB : 20,1 M€ - inclus Reech et Brainsonic). A périmètre comparable, -5,3%, dans un contexte marqué depuis le second semestre par la réduction et le décalage des budgets marketing des entreprises
- Agences et Solutions en Espagne : retrait de la MB (4,6 M€) avec une réduction des opérations commerciales

Progression de la rentabilité

CHIFFRE D'AFFAIRES
(M€)



RÉSULTAT OPÉRATIONNEL COURANT
(M€)



- **Croissance du chiffre d'affaires** de 10,4%
- **Accroissement de la rentabilité du groupe** avec un EBITDA de 23,3 M€ en hausse de +15%, ce qui représente 16,1% de la marge brute soit 1pt de pourcentage de plus qu'en 2021
- Cette progression s'explique par la progression des résultats des activités de Marketing Digital, la réduction de la perte comptable de l'activité Assurances, et les optimisations des coûts dans l'activité Magazines
- Résultat net part du groupe en hausse de 28,3% à 10,9 M€



Bilan consolidé simplifié

en M€	31/12/2022	31/12/2021	Variation
Actifs Non Courants	62,6	50,0	+12,6
Actifs Courants (hors trésorerie)	60,4	60,4	-0,0
Trésorerie et équivalents de trésorerie	60,6	39,4	+21,2
TOTAL ACTIF	183,6	149,8	+33,7
Capitaux propres	37,3	30,8	+6,6
<i>dont part des minoritaires</i>	<i>13,4</i>	<i>10,0</i>	<i>+3,4</i>
Provisions	2,2	2,3	-0,1
Passifs Financiers	50,9	20,6	+30,3
<i>dont Dettes Bancaires</i>	<i>30,8</i>	<i>3,8</i>	<i>+27,1</i>
<i>dont Engagements de Rachat auprès des minoritaires</i>	<i>20,1</i>	<i>16,9</i>	<i>+3,2</i>
Dettes de Loyers	15,7	14,7	+0,9
Autres Passifs Courants	77,4	81,4	-4,0
TOTAL PASSIF	183,6	149,8	+33,7
Trésorerie Nette	9,7	18,8	-9,1
<i>dont Trésorerie Nette hors Engagements de Rachat</i>	<i>29,8</i>	<i>35,6</i>	<i>-5,9</i>

- Augmentation des actifs non courants en lien avec les acquisition de Brainsonic et Smart Traffik
- Augmentation de la trésorerie de 21 M€
- Augmentation de 27 M€ de la dette bancaire de la maison mère (nouveaux emprunts) et des filiales (effet de périmètre)
- Capitaux propres en hausse



Flux de trésorerie nette consolidée

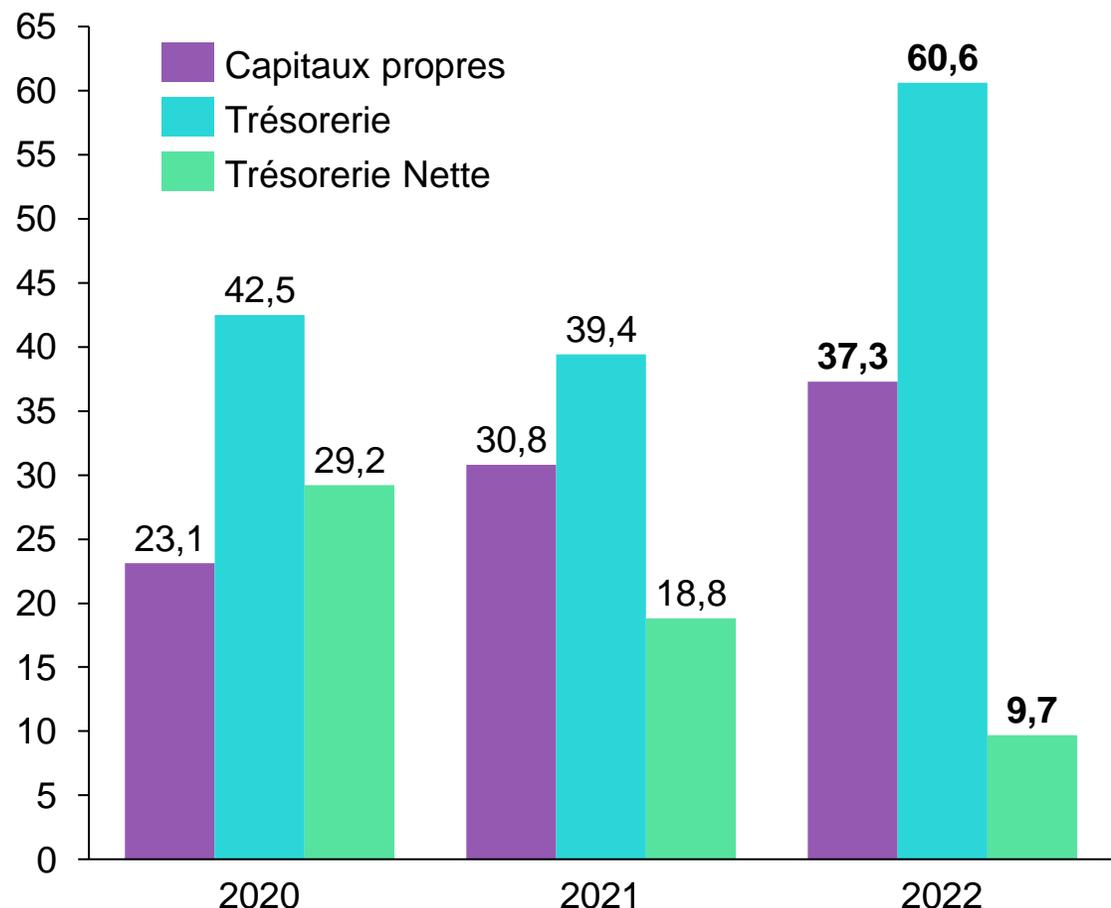
En M€	31/12/2022	31/12/2021	Variation
Résultat net consolidé	11,4	9,1	+2,3
Effet de trésorerie d'exploitation	12,0	10,8	+1,1
Capacité d'autofinancement	23,4	19,9	+3,4
- Impôt société versé (B)	(3,7)	(2,3)	-1,4
+ / - Variation du B.F.R. lié à l'activité (C)	(4,8)	(8,5)	+3,8
FLUX NET GENERE PAR L'ACTIVITE	14,9	9,1	+5,8
Capex d'exploitation	(2,8)	(2,6)	-0,2
Croissance Externe	(10,3)	(9,2)	-1,1
Trésorerie des sociétés acquises	3,3	5,1	-1,9
FLUX NET DES OPERATIONS D'INVESTISSEMENT	(9,8)	(6,6)	-3,2
FLUX NET DES OPERATIONS DE FINANCEMENT	14,7	(5,7)	+20,4
VARIATION DE LA TRESORERIE NETTE	19,7	(3,3)	+23,0
TRÉSORERIE DE CLÔTURE	58,5	38,8	+19,7

- La capacité d'autofinancement avant impôts augmente à 23,4 M€ grâce à la croissance du résultat
- Le flux net des opérations d'investissement croît avec les opérations de croissance externe de 2022.
- Les Cash Flow Libres couvrent les investissements en croissance externe
- La mise en œuvre des emprunts bancaires permet d'atteindre une trésorerie nette à fin 2022 de 58,5 M€ en hausse de près de 20 M€



Une structure financière solide et des marges de manœuvre financières importantes

(AU 31 DÉCEMBRE - M€)



La société est en situation de trésorerie nette de 9,7 M€ à fin 2022, pour un EBITDA de 23M€

Les capitaux propres augmentent de 7M€ en 2022

La trésorerie au bilan est de 60,6 M€ au 31 décembre 2022

-> Des réserves de liquidités et de capacité d'endettement importantes pour soutenir la croissance et le développement

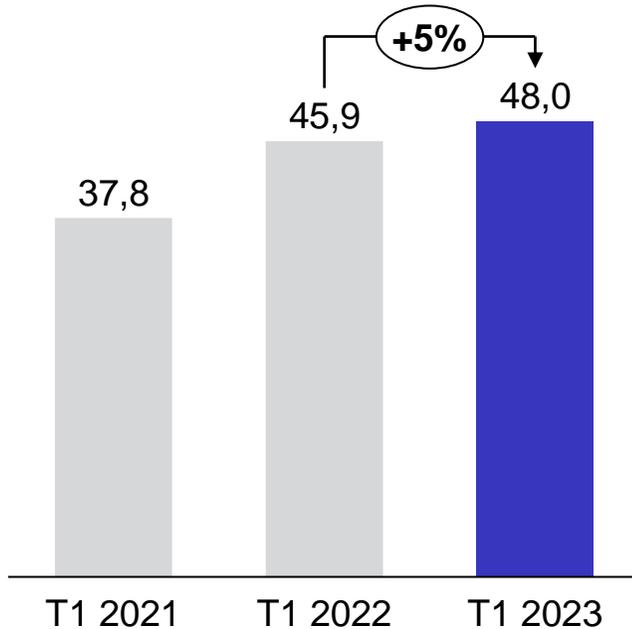
La dette financière brute est de 50,9 M€ au 31 décembre 2022 constituée :

- des emprunts souscrits en 2022 par ADLPartner pour un montant total de 23 M€ à des taux d'intérêt d'avant crise et des échéances comprises entre 5 et 7 ans ;
- des engagements de rachat des participations minoritaires (Converteo, Dékuple Ingénierie Marketing BtoB, Intelligence Senior, Reech, Brainsonic et Smart Traffik) pour un montant de 20,1 M€, adossés à des actifs de qualité ;
- des dettes bancaires des filiales du groupe pour 7 M€.

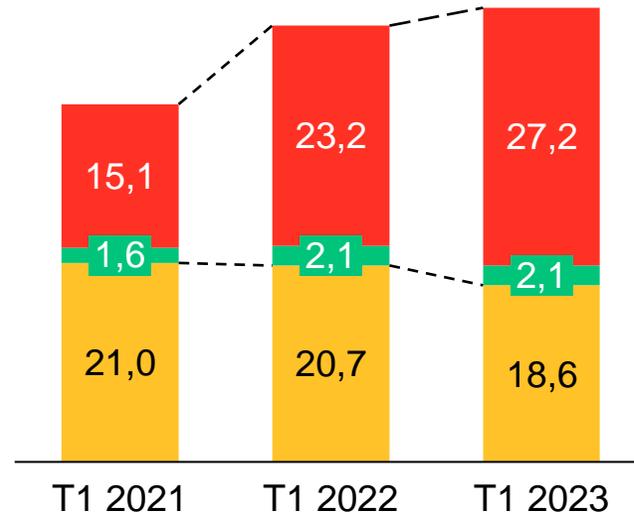


Évolution des activités au 1^{er} trimestre 2023

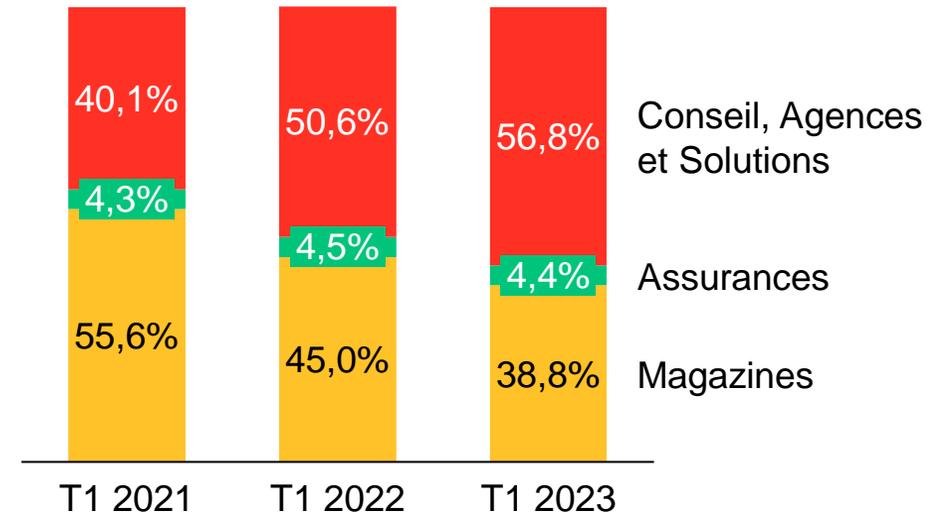
CHIFFRE D'AFFAIRES (M€)



CA PAR OFFRE (M€)



CA PAR OFFRE (%)



- **Chiffre d'affaires T1 à 48,0 M€ (+4,4%) et marge brute T1 à 39,8 M€ (+8,7%)**
- Dynamisme du marketing digital (MB +37,1%) : 56,8% du chiffre d'affaires T1 2023, contre 50,6% au T1 2022
- Poursuite de la croissance des ventes en assurances (+3,1%)
- Retrait en magazines (-9,9%) dans une conjoncture défavorable

Nous avons toutes les capacités pour continuer à construire le Groupe Dékuple

Notre solidité financière et notre capital humain nous permettent de poursuivre le développement du Groupe en :

- Finançant sa croissance organique et externe
- Renforçant son ancrage européen et son développement à l'international
- Expérimentant de nouveaux business models pour diversifier ses activités
- Investissant en R&D et en technologie



Emmanuel Gougeon

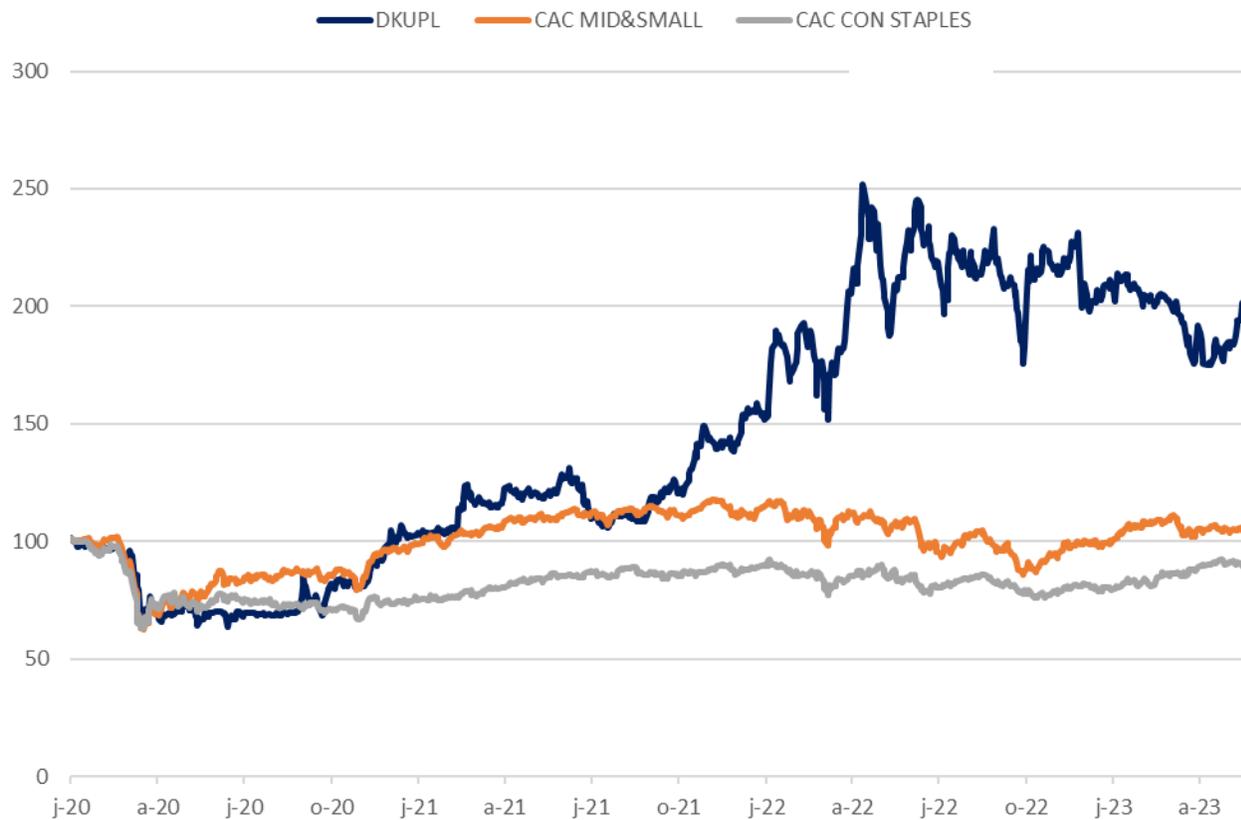
Directeur Général Adjoint Finances, M&A et DSI du Groupe

Données boursières



Évolution du cours de bourse

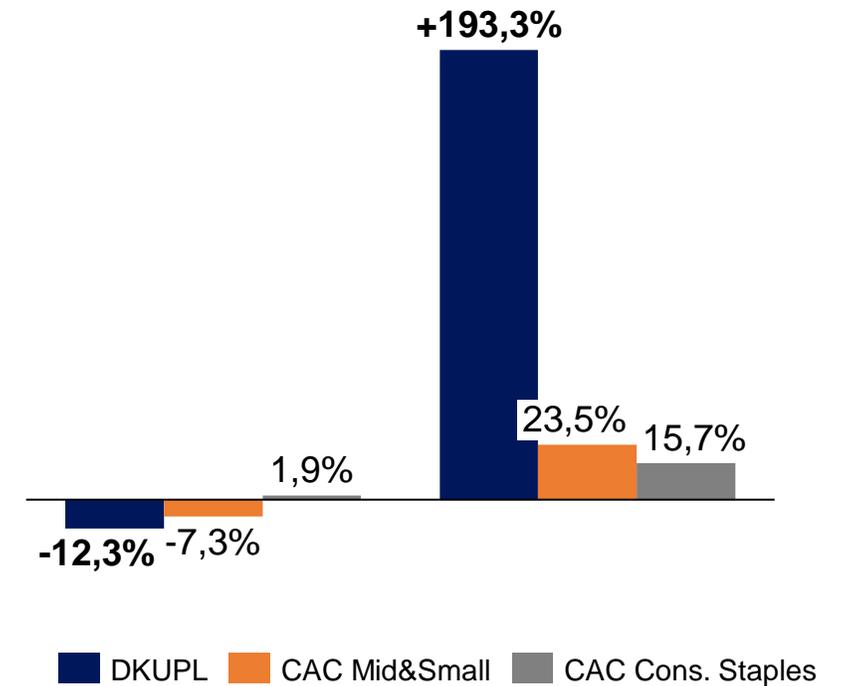
VARIATION PAR RAPPORT AUX INDICES DE RÉFÉRENCE (au 31 mai 2023)



Source : Euronext – base 100 au 31 décembre 2019

Sur 1 An

Sur 3 Ans





Dividende de 0,88 € par action proposé à l'assemblée générale

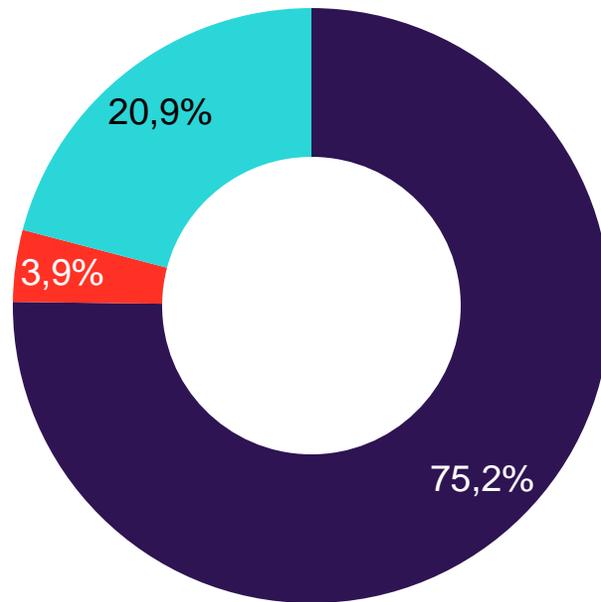
	2022	2021
Résultat net social	8 586 K€	13 304 K€
Distribution compte tenu des actions auto-détenues	3 515 K€	3 502 K€
Taux de distribution	40,9 %	26,3 %
Dividende ordinaire par action	0,88 €	0,88 €
Cours moyen	29,60 €	17,49 €
Rendement sur la base du cours moyen	3,0 %	5,0 %

**Dividende 2022
mis en paiement le
23 juin 2023**

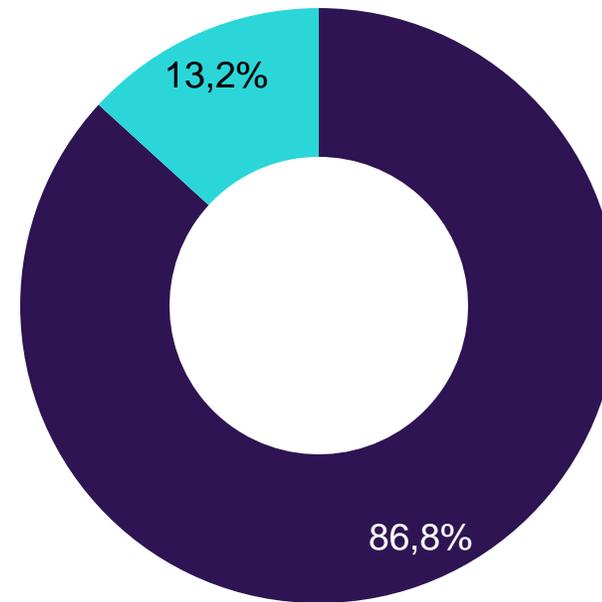


Actionnariat au 31 décembre 2022

Répartition de l'actionnariat



Répartition théorique des droits de vote



■ Groupe familial Vigneron ■ Auto-détention ■ Public

**Croissance et
rentabilité**

**Développement
à l'international**

**Devenir leader
européen du
Data Marketing**

Bertrand Laurioz

CEO



Autres rapports

Rapport du conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise

- **Présentation de la gouvernance**
- **Le Conseil d'Administration**
- **Liste des divers mandats et fonctions exercés par les mandataires sociaux en 2022**
- **Rémunération des mandataires sociaux d'ADLPartner**
- **Informations complémentaires**

Autres rapports

- **Déclaration de performance extra-financière**
- **Rapport spécial sur les opérations d'attribution gratuite d'actions au bénéfice du personnel salarié et des dirigeants**
- **Descriptif du programme de rachat d'actions soumis à l'approbation de l'assemblée générale ordinaire**

Rapports des commissaires aux comptes

- **Rapport sur les comptes sociaux**
- **Rapport sur les comptes consolidés**
- **Rapport spécial sur les conventions réglementées**
- **Attestation des commissaires aux comptes sur les informations communiquées dans le cadre de l'article L.225-115 4° du Code de commerce**

Questions - Réponses

Vote des résolutions

Première résolution

- **Approbation des comptes annuels de l'exercice clos le 31 décembre 2022**
 - bénéfice net comptable de 8.585.833,56 €,

Deuxième résolution

- **Affectation du résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2022 et fixation du dividende**

Bénéfice de l'exercice	8.585.833,56 €
Auquel s'ajoute le report à nouveau	47.181.793,12 €

Formant un bénéfice distribuable 55.767.626,68 €

Dividende de 0,88 € à 3.994.344 actions	3.515.022,72 €
Affectation aux autres réserves	1.000.000,00 €
Affectation au report à nouveau	51.252.603,96 €

Total affecté 55.767.626,68 €

Troisième résolution

- **Approbation des comptes consolidés de l'exercice clos le 31 décembre 2022**
 - Bénéfice net global de 11,888 millions d'euros
 - Bénéfice net part du groupe de 11,334 millions d'euros

Quatrième résolution

- **Fixation de la rémunération globale allouée aux membres du conseil d'administration et au censeur**
 - 170.000 € au titre de l'exercice 2023, identique à la rémunération allouée au titre de l'exercice précédent.

Cinquième résolution

- **Approbation des conventions réglementées visées par les articles L.225-38 et suivants du Code de commerce**
 - Des informations sont disponibles dans le rapport spécial des commissaires aux comptes sur les conventions réglementées

Sixième résolution

- **Approbation de la politique de rémunération applicable aux mandataires sociaux pour l'exercice 2023**
 - Des informations sont disponibles dans le rapport du conseil sur le gouvernement d'entreprise

Septième résolution

- **Approbation des informations relatives à la rémunération des mandataires sociaux visées au I de l'article L.22-10-9 du Code de commerce**
 - Des informations sont disponibles dans le rapport du conseil sur le gouvernement d'entreprise

Huitième résolution

- **Approbation des éléments fixes, variables et exceptionnels composant la rémunération totale et les avantages de toute nature versés au cours de l'exercice 2022 ou attribués au titre du même exercice à M. Bertrand Laurioz, président directeur général**
 - Des informations sont disponibles dans le rapport du conseil sur le gouvernement d'entreprise

Neuvième résolution

- **Renouvellement du mandat de M. Bertrand Laurioz en qualité d'administrateur**
 - pour une durée de trois exercices expirant à l'issue de l'assemblée générale ordinaire appeler à statuer en 2026 sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2025

Dixième résolution

- **Renouvellement du mandat de Mme Isabelle Vigneron-Laurioz en qualité d'administrateur**
 - pour une durée de trois exercices expirant à l'issue de l'assemblée générale ordinaire appeler à statuer en 2026 sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2025

Onzième résolution

- **Constatation de la fin du mandat de Mme Robin Smith, en qualité d'administrateur**
 - L'assemblée générale décide de ne pas renouveler le mandat de Mme Robin Smith.

Douzième résolution

- **Renouvellement du mandat de Mme Claire Vigneron-Brunel en qualité d'administrateur**
 - pour une durée de trois exercices expirant à l'issue de l'assemblée générale ordinaire appeler à statuer en 2026 sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2025

Treizième résolution

- **Renouvellement du mandat de M. Marc Vigneron en qualité d'administrateur**
 - pour une durée de trois exercices expirant à l'issue de l'assemblée générale ordinaire appeler à statuer en 2026 sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2025

Quatorzième résolution

- **Renouvellement du mandat de M. Roland Massenet en qualité d'administrateur**
 - pour une durée de trois exercices expirant à l'issue de l'assemblée générale ordinaire appeler à statuer en 2026 sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2025

Quinzième résolution

- **Renouvellement du mandat de Mme. Caroline Desaegher en qualité d'administrateur**
 - pour une durée de trois exercices expirant à l'issue de l'assemblée générale ordinaire appeler à statuer en 2026 sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2025

Seizième résolution

- **Renouvellement du mandat de M. Stéphane Treppoz en qualité d'administrateur**
 - pour une durée de trois exercices expirant à l'issue de l'assemblée générale ordinaire appeler à statuer en 2026 sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2025

Dix-septième résolution

- **Renouvellement du mandat de M. Xavier Gandillot en qualité d'administrateur**
 - pour une durée de trois exercices expirant à l'issue de l'assemblée générale ordinaire appeler à statuer en 2026 sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2025

Dix-huitième résolution

- **Renouvellement du mandat de Mme Delphine Grison en qualité d'administrateur**
 - pour une durée de trois exercices expirant à l'issue de l'assemblée générale ordinaire appeler à statuer en 2026 sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2025

Dix-neuvième résolution

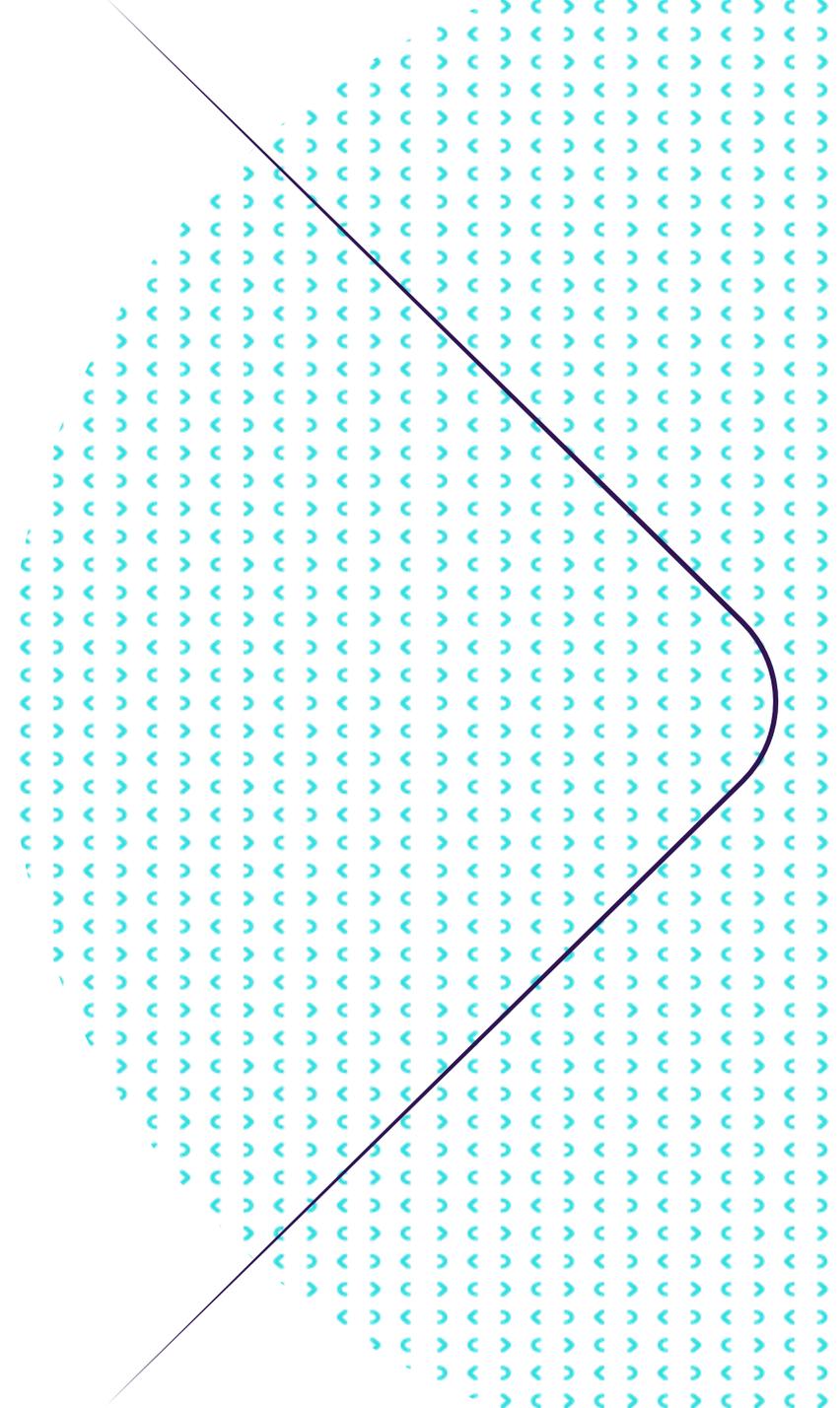
- **Renouvellement du mandat de M. Dinesh Katiyar en qualité de censeur**
 - pour une durée de trois exercices expirant à l'issue de l'assemblée générale ordinaire appeler à statuer en 2026 sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2025

Vingtième résolution

- **Autorisation d'un programme de rachat d'actions**
 - A hauteur de 10% du capital
 - Montant total maximum : 16 millions d'euros
 - Prix maximum d'achat par action : 40 euros
 - Durée : 18 mois

Vingt-et-unième résolution

- Pouvoirs pour formalités



Clôture de l'assemblée

Annexes



70'S FONDATION

1972 Création de la société France Abonnements par Philippe Vigneron

1978 Création de la première base CRM

1988 Lancement de l'abonnement magazine à durée libre

1989 Premiers partenariats en marque blanche

1994 Création de ADLPartner

1998 Première opération d'e-marketing par e-mail et introduction en bourse d'ADLPartner (raison sociale)

80'S – 90'S DÉVELOPPEMENT DANS LA PRESSE

2005 Jean-Marie Vigneron prend la Présidence du Directoire d'ADLPartner
Première opération de marketing SMS - ADLPartner et France Abonnements fusionnent

2006 Première opération de géo-targeting

2008 Création du pôle data ADLPartner

2012 Activis rejoint le Groupe

2013 Création du courtier ADLP Assurances

2014 Converteo rejoint le Groupe

2015 Leoo rejoint le Groupe

2018 Création de Converteo Technology

2019 Bertrand Laurioz prend la présidence du directoire du Groupe (3e dirigeant familial)

00-10'S DIVERSIFICATION

2020 Ividence, Pschhh et AWE rejoignent le Groupe et ADLPartner devient une SA à conseil d'administration, Bertrand Laurioz en devenant le PDG

2021 Intelligence Senior, REECH et QAPE / KOVERS rejoignent le Groupe. Le Groupe change de nom pour s'appeler Dékuple. Lancement de Dékuple Ingénierie Marketing et un nouveau modèle d'agence

2022 Dékuple fête ses 50 ans, Brainsonic, Duhno Marketing et Smart Traffik rejoignent le Groupe. Dékuple sponsorise un voilier et devient partenaire titre de William Mathelin-Moreaux

50
ANS

20'S EXPANSION DANS LE DATA MARKETING



Capital humain

258

recrutements en CDI

35,5 ans

de moyenne d'âge

1000

collaborateurs

92%

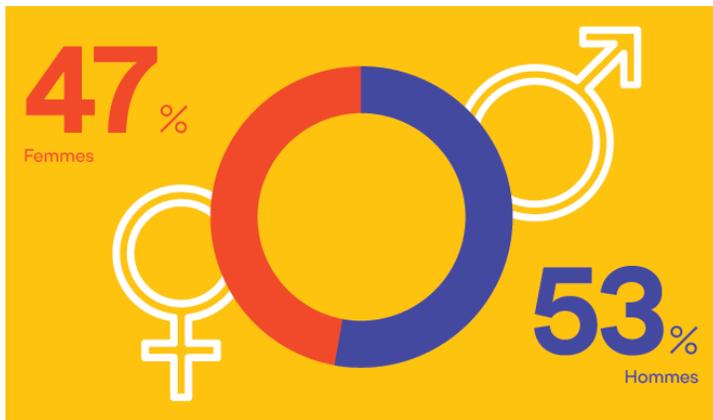
contrats CDI

14 192 heures

de formations dispensées

78%

des collaborateurs formés



Repenser et faire performer les actions Drive-to-store

Dans un environnement de transformation digitale pour BUT, L'Agence **DÉKUPLE** a accompagné la marque dans :

- La création et la mise en place des campagnes **Drive to Store avec la fourniture de data géolocalisée par magasin**

Les performances de trafic en point de vente, par magasin et par campagne, ont été mesurées grâce à la solution Track in the Shop (Okube).

Ce partenariat a été récompensé aux Trophées Marketing en obtenant le Prix Or de la Catégorie Drive to Store.



**5,78 € Coût Par Visite
Incrémentale (CPVI)**

**Taux de clic atteint :
25 % lors de
la campagne Soldes**

(et certains magasins atteignant 38% en meilleure performance) (Versus un taux moyen habituel de 3-4%).

Campagne d'influence pour sensibiliser massivement via les réseaux sociaux les jeunes aux dangers des addictions.



Dans Tes Rêves : La Drogue

La Macif s'est tournée vers **Reech** pour donner de la force à ce sujet grâce à **une campagne d'influence avec le youtubeur Ludovik**.

Reech a choisi de prendre le contrepied des communications moralisantes en faisant confiance à Lolywood pour une vidéo, décalée et pleine d'humour afin de sensibiliser la jeune génération dans un format qui leur parle, nommée : **“Dans tes rêves la drogue”**.

La marque a obtenu 6 récompenses avec cette campagne.

700 000 vues
de la vidéo

60 000
engagements

Campagne de l'UIMM* pour faire évoluer l'image de l'industrie et améliorer l'attractivité de ses métiers.

Pour sensibiliser les jeunes aux métiers de l'industrie, Brainsonic a mené des opérations de co-création avec les créateurs de contenus préférés des plus jeunes.

- Avec le géant du gaming Doigby sur Minecraft, en le challengeant sur la construction d'une fusée la plus réaliste possible dans un temps imparti
- Avec Skyart et Aypierre sur Satisfactory, pour réaliser une unité de production le plus rapidement possible, dans le but de créer un drone
- sur YouTube avec Hihacks en le challengeant sur la construction d'une sculpture géante (à la Richard Orlinski)

À la fin de ces opérations, les jeunes sont dirigés sur WhatsApp pour échanger avec un chatbot . Un avatar ambassadeur des métiers de l'industrie leur permet de s'informer, de se divertir et de trouver leur voie dans l'industrie.

*Union des Industries et des Métiers de la Métallurgie



50 000 Viewers sur Twitch avec AyPierre et Skyart

460 000 Vues sur YouTube avec Hihacks

100 000 Viewers sur Twitch avec Doigby

+ 6 000 Expériences autour du chatbot pour sensibiliser les jeunes et les accompagner pour trouver leur voie dans l'industrie



Compte de résultat consolidé simplifié : hausse de la rentabilité

Données consolidées en M€	2022	2021	Variation 2022/2021
Chiffre d'Affaires	181,3	164,3	+10,4%
Marge Brute	144,8	134,6	+7,5%
EBITDA retraité	23,3	20,3	+14,7%
<i>En % MB</i>	16,1%	15,1%	+102 pb
Résultat Opérationnel Courant	17,0	14,8	+15,0%
<i>En % MB</i>	11,8%	11,0%	+77 pb
Résultat Opérationnel	16,4	14,4	+14,0%
<i>En % MB</i>	11,4%	10,7%	+65 pb
Charges / Produits financiers nets	-0,3	0,2	
Charge d'impôt	-3,8	-4,6	
Quote-part du résultat net mee	-1,0	-0,9	
Résultat net consolidé	11,4	9,1	+25,1%
<i>En % MB</i>	7,9%	6,8%	+111 pb
Résultat net part du Groupe	10,9	8,5	+28,3%
<i>En % MB</i>	7,5%	6,3%	+122 pb

- **Croissance du chiffre d'affaires** de 10,4%
- **Accroissement de la rentabilité du groupe** avec un EBITDA de 23,3 M€ en hausse de +15%, ce qui représente 16,1% de la marge brute soit 1pt de pourcentage de plus qu'en 2021
- Cette progression s'explique par la progression des résultats des activités de Marketing Digital, la réduction de la perte comptable de l'activité Assurances, et les optimisations des coûts dans l'activité Magazines
- **Résultat net part du groupe** en hausse de 28,3% à 10,9 M€