

Rapport Financier Semestriel 2023

www.dekuple.com



SOMMAIRE

4 Message du Président Directeur Général

10 Carte d'identité du Groupe

12 Nos chiffres clés semestriels

14 DÉKUPLE renforce son offre
Retail Marketing

16 L'intelligence artificielle au cœur
de nos activités

18 Internationalisation des solutions
MarTech du Groupe DÉKUPLE

20 L'évolution de nos offres

22 De nouveaux dispositifs
data marketing

24 Nos récompenses

26 L'humain au cœur de nos activités

28 Événement postérieur
à la clôture du 1^{er} semestre

♦ DÉKUPLE prend une participation
majoritaire dans Le Nouveau Béliet

30 Cahier Financier

LE MESSAGE DE BERTRAND LAURIOZ

Président Directeur
Général de DÉKUPLE



Mesdames, Messieurs, chers Actionnaires,

L'année 2023 est une année complexe pour l'économie européenne. Avec l'inflation, la remontée des taux et le ralentissement de la croissance, notre secteur subit une forme d'attente des donneurs d'ordre. Notre Groupe a été impacté par cet environnement économique, mais nous avons réussi à maintenir une trajectoire soutenue de croissance, en ligne avec notre plan « Ambition 2025 », qui vise à devenir leader du data marketing en Europe.

Notre modèle diversifié a une fois encore démontré sa résilience : nous avons réalisé sur ce premier semestre une croissance de notre chiffre d'affaires de +7,9%, et de notre marge brute de +9,6%.

L'essentiel de la croissance du Groupe provient des activités de marketing digital, qui représentent au premier semestre 58% de notre chiffre d'affaires et enregistrent une augmentation de +35,9% de leur marge brute. Pour mémoire, ces activités représentaient 18% du chiffre d'affaires du Groupe en 2018.

Cette évolution reflète le dynamisme de notre filiale Convertteo, acteur de référence du conseil en stratégie data et digitale, qui compte désormais plus de 400 consultants au service des grandes marques. Sa marge brute est en croissance organique de +16,2%, portée par la fidélité de ses clients et le développement de ses expertises.

Dans le cadre de la diversification de ses offres, Convertteo a acquis en avril 2023 les actifs de Synomia, entreprise française pionnière de l'analyse sémantique par intelligence artificielle. Convertteo bénéficie toujours de la qualité de sa marque employeur qui permet de recruter les meilleurs experts, et, pour la 3^e année consécutive, est numéro 1 des entreprises de conseil au sein du classement HappyIndex®AtWork 2023 distinguant les entreprises les mieux notées par leurs salariés.

Les activités d'Agences et Solutions Marketing France sont également en forte progression, avec une marge brute en hausse de +96,1%. Cette croissance est due à l'intégration réussie de Brainsonic (Agence de communication leader de l'engagement) et de Smart Traffik (société technologique de présence management et de mesure de l'impact des investissements marketing sur le trafic en point de vente). Nos activités Agences et Solutions Iberia sont en baisse du fait de la diminution des opérations commerciales dans une conjoncture espagnole difficile.

Dans un contexte global de baisse de la diffusion de la presse magazine et de pression sur le pouvoir d'achat des foyers, notre activité Magazines subit une baisse de chiffre d'affaires de -8,2% par rapport au premier semestre 2022. Le portefeuille d'abonnements actifs à durée libre au 30 juin 2023 est en retrait de -10,8% sur un an. Malgré l'augmentation des coûts d'acquisition, le Groupe continue à réaliser des investissements commerciaux significatifs afin de soutenir son portefeuille



**“Notre modèle
diversifié a une fois
encore démontré
sa résilience: nous
avons réalisé sur ce
premier semestre
une croissance de
notre chiffre
d'affaires de +7,9%,
et de notre marge
brute de +9,6%.”**



LE MESSAGE DE BERTRAND LAURIOZ

d'abonnements à la presse magazine. De nouvelles opérations de fidélisation avec de grandes marques partenaires sont déployées et de nouvelles offres tenant compte des dernières tendances de consommation des lecteurs sont lancées, telles la relance de l'offre « France Abonnements » ou « A Vos Kids », afin d'améliorer les recrutements de nouveaux abonnés sur les segments de clientèle les plus rentables.

Notre société de courtage en assurances affinitaires par marketing direct poursuit sa progression avec une marge brute en hausse de +1%, au regard d'une base de comparaison élevée en 2022, qui était en hausse de +27%, stimulée par l'intégration des actifs de l'AssurTech Qape et de sa complémentaire santé KOVERS.

La poursuite de la croissance de l'offre d'assurance santé contribue à soutenir le développement du portefeuille d'assurés.

Malgré un contexte économique difficile et le poids de nos investissements, nos activités ont maintenu un niveau élevé de rentabilité, néanmoins en baisse par rapport au premier semestre 2022.

Dans un contexte d'investissements importants, l'EBITDA retraité s'élève à 10,7M€, en baisse de 1,9M€, pour représenter 13,6% de la marge brute semestrielle. Le résultat opérationnel atteint 7,1M€, soit 9% de la marge brute.

Dans notre activité Magazines, la baisse des volumes de ventes d'abonnement, associée au maintien d'investissements commerciaux significatifs, impacte la rentabilité de la maison-mère.

En marketing digital, Converteo voit sa rentabilité temporairement baisser

au premier semestre, essentiellement du fait de la réorganisation de la practice Technologie et Data, et au renforcement important de la structure managériale (fonctions support et partners), pour sécuriser la croissance future. Cette évolution est partiellement compensée par l'amélioration de la rentabilité des activités d'Agences et Solutions marketing France, qui commencent à bénéficier des synergies commerciales mises en place. Brainsonic voit une belle progression de sa rentabilité.

La rentabilité de l'activité en Espagne subit la baisse de sa marge brute, et les réductions de structure menées au premier semestre porteront leurs fruits à partir de cette rentrée.

Pour l'activité Assurances, notre filiale poursuit sa trajectoire de réduction continue de ses pertes.

Le résultat net consolidé s'établit à 4,9 M€, soit 6,2% de la marge brute.

Après déduction de la part des minoritaires, le résultat net part du Groupe ressort à 5 M€, contre 6,6 M€ au premier semestre 2022.

Au cours du premier semestre 2023, nous avons poursuivi notre progression dans notre plan « Ambition 2025 » visant à devenir un leader du data marketing européen, annoncé en avril 2021. Outre notre croissance organique évoquée précédemment, nous avons également effectué 3 opérations de croissance externe.

◆ Acquisition de Smart Traffik, société technologique de présence management et de mesure de l'impact des investissements marketing sur le trafic en point de vente.

“Malgré un contexte économique difficile et le poids de nos investissements, nos activités ont maintenu un niveau élevé de rentabilité.”



◆ Acquisition des actifs stratégiques de Synomia, société de conseil disposant d'une technologie propriétaire d'analyse sémantique par l'IA. Synomia réalise des études centrées sur les conversations des individus - consommateurs, citoyens, collaborateurs - à partir d'un vaste réseau de sources (web, réseaux sociaux, ou données first party, internes à l'entreprise).

◆ Prise de participation majoritaire annoncée le 19 septembre 2023 dans «Le Nouveau Bélier» agence conseil en stratégie publicitaire, experte du Retail.

De nombreuses offres ont été créées au cours du premier semestre pour accompagner nos clients.

Nous continuons de renforcer notre soutien aux acteurs du Retail à travers :

◆ Notre offre globale «ReThink & ReBoost Retail Marketing» lancée en mars 2023. Notre mission consiste à assister les retailers en leur offrant des solutions adaptées aux évolutions du secteur et en les aidant à ajuster leurs stratégies marketing et développer leurs

performances business dans un contexte de fortes mutations (digitalisation, optimisation du mix marketing, nouveaux modes de consommation, baisse du pouvoir d'achat).

◆ Catalogue Booster : dans le contexte OUIPUB, cette solution clé en main, rapide à mettre en place, permet de digitaliser un catalogue, de le diffuser à la plus large audience du marché et de mesurer les performances de trafic en ligne, en magasin et en click & collect.

◆ Drive to Store Monitor : cet outil de pilotage complet permet à la fois de centraliser toutes les données des campagnes des retailers ; d'évaluer leur performance et visualiser le parcours d'achat ; d'analyser leurs flux de trafic et identifier des cibles potentielles ; de choisir les leviers les plus performants ; de cibler des prospects et les « sosies » des clients ; de paramétrer et de déployer des campagnes. La plateforme est présente au sein de la plateforme Retail DÉKUPLE Suite, composée d'un panel d'outils et de solutions (solutions de connaissance clients, activation clients, mesure des performances et fidélisation).

Nous avons lancé plusieurs offres liées aux IA Génératives :

◆ Le Groupe s'est emparé dès fin 2022 du sujet de l'IA Générative, pour l'intégrer dans ses offres technologiques telles qu'Ividence, RocketLinks ainsi que dans les solutions de marketing à la performance, les offres de conseil de Converteo (renforcées par l'apport des actifs de Synomia), et les offres créatives de Brainsonic.

◆ Converteo et Brainsonic ont développé et réalisent des offres de formation-sensibilisation des comités exécutifs et d'assistance à la mise en place de l'IA chez nos clients.

◆ Nous sommes convaincus que l'IA Générative est une opportunité de développer les compétences de nos

LE MESSAGE DE BERTRAND LAURIOZ

collaborateurs et leur productivité. Nous avons lancé, sur toute l'année 2023, un programme ambitieux de formation et d'accompagnement pour nos 1000 collaborateurs, pour permettre la diffusion rapide des usages au sein du Groupe dans chacune de nos activités.

RSE

Depuis les années 2000, le Groupe est en pointe sur les préoccupations sociales et environnementales. Après avoir adhéré au Global Compact de l'ONU en 2020, nous avons poursuivi au cours du premier semestre les actions concrètes nous permettant de poursuivre nos efforts sur ces sujets majeurs : partenariat avec l'Office National des Forêts, partenariat avec My Job Glasses où 25 collaborateurs sont au service des jeunes pour les aider dans leur orientation.

Suite à un bilan carbone scope 3 réalisé en 2021, nous poursuivons un plan d'action ambitieux et concret dans chacune de nos activités pour transformer notre modèle et réduire notre empreinte carbone.

Collaborateurs

Entreprise familiale aux valeurs fortes (esprit de conquête, respect et entraide), nous avons continué à les faire vivre dans toutes nos actions. La mobilisation de nos collaborateurs a permis de poursuivre notre croissance malgré un environnement compliqué. Avec la croissance des pôles de marketing digital et les arrivées de Smart Traffik, Synomia et Le Nouveau Bélier dans le Groupe, nous sommes maintenant plus de 1000 collaborateurs en Europe et en Chine.

Les collaborateurs sont la force et la fierté de notre Groupe et je tiens une fois de plus à les remercier pour leur énergie au service du projet collectif et de nos clients.

Nous poursuivons dans les mois qui viennent nos programmes de recrutement, en particulier chez Converteo et Reech.

Nous avons signé en mars 2022 un partenariat avec HETIC (École du numérique), qui comprend notamment un volet de recrutement d'alternants et stagiaires, mais aussi une participation active de DÉKUPLE à la formation des étudiants. Nous avons ainsi animé, au deuxième trimestre, un programme avec 50 étudiants de la Préparation Master Digital de l'Hétic pour explorer de nouveaux cas d'usage de l'IA sur des thématiques marketing de DÉKUPLE.

“ Suite à un bilan carbone scope 3 réalisé en 2021, nous poursuivons un plan d'action ambitieux et concret dans chacune de nos activités pour transformer notre modèle et réduire notre empreinte carbone.”





WILLIAM MATHELIN-MOREAUX
ET PIETRO LUCIANI, CO-SKIPPERS
DU CLASS40 DÉKUPLE.

Partenariat voile

Pour la deuxième année consécutive, le Groupe sponsorise un bateau Class 40, skipé par William Mathelin-Moreaux qui va courir, sous nos couleurs et sous notre nom, la transat Jacques Vabre, qui partira du Havre le 29 octobre 2023 pour rejoindre Fort-de-France. C'est une transat en double et Pietro Luciani est notre co-skipper. Nos deux skippers ont déjà l'habitude de naviguer ensemble et ont obtenu une très belle deuxième place lors de la Rolex Fast Net de juillet 2023. De nombreuses animations avec des collaborateurs, des partenaires et des clients, sont organisées pour faire rayonner la marque à l'occasion de ce sponsoring.

Perspectives

Les perspectives économiques sont incertaines en Europe. L'économie montre des signes de ralentissement et la transformation écologique indispensable va pousser les entreprises à adapter leur fonctionnement et arbitrer leurs investissements.

Spécialiste du data marketing, nous poursuivons notre croissance pour accompagner les marques en Europe et en Chine dans leurs besoins marketing (en conseil, agences et solutions), mais aussi en renforçant pour notre compte des portefeuilles générateurs de revenus

récurrents (presse et assurances), pour lesquels nous poursuivons nos investissements commerciaux.

La part du marketing digital va continuer à augmenter dans nos activités, grâce au développement de nos activités conseil à travers Converteo, à la poursuite de la croissance des activités d'ingénierie marketing et d'engagement marketing, et à l'internationalisation de nos offres. Nous axons notre développement sur l'innovation marketing par la data et la technologie, et restons particulièrement attentifs aux opportunités d'acquisition dans des domaines complémentaires à fort potentiel, en France et dans certains pays européens.

Le Groupe dispose de solides moyens financiers pour soutenir ses ambitions.

Nos 1000 collaborateurs sont pleinement mobilisés pour poursuivre la croissance du Groupe au service de nos clients et partenaires, et nous projetons de poursuivre la mise en œuvre de notre plan «Ambition 2025» pour devenir la référence européenne en data marketing d'ici 2025.

**Je remercie nos collaborateurs,
nos partenaires, nos clients
et nos actionnaires pour leur
confiance et leur fidélité.**



Carte d'identité du Groupe

DÉKUPLE est un acteur majeur européen du data marketing cross-canal. Ses expertises associant conseil, créativité, data et technologie lui permettent d'accompagner les marques dans la transformation de leur marketing, au service de la performance business. Le Groupe conçoit et met en œuvre, pour ses partenaires et clients, des dispositifs d'acquisition, de fidélisation et d'animation de la relation client sur l'ensemble des

canaux de distribution. Le Groupe travaille aujourd'hui avec plus de 500 marques de grands groupes ou ETI, en Europe et à l'international.

Créé en 1972, DÉKUPLE a réalisé 181,2 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2022. Présent en Europe et en Chine, le Groupe emploie plus de 1 000 collaborateurs animés par des valeurs communes: l'esprit de conquête, le respect et l'entraide.

► Notre organisation en 6 pôles commerciaux

CONVERTEO

Conseil & Technologie

Converteo est un partenaire conseil data & techno constitué de plus de 400 consultants et experts. Accélérateur de performance, intervenant du cadrage à la réalisation, connecteur entre le marketing et l'IT, indépendant, nous œuvrons pour le transfert de compétences.

DÉKUPLE SOLUTIONS ABONNEMENTS

Solutions Abonnements

Leader européen de la fidélisation de clients par la presse magazine, le pôle commercialise des abonnements magazines depuis plus de 40 ans. Le portefeuille 2022 comptait plus de 2,2 millions d'abonnements à durée libre. Le Pôle commercialise également une offre de services ludo-éducatifs à destination des familles.

DÉKUPLE ASSURANCE

Courtage en Assurances

DÉKUPLE Assurance propose des produits d'assurance par marketing direct via la marque BtoC AvoCotés Assurances. Nous développons également des programmes de fidélisation à destination des clients et prospects de marques partenaires. Enfin, nous proposons nos services à des assureurs, mutuelles...

Agences et solutions

brainsonic THE ENGAGEMENT AGENCY

Engagement marketing

Brainsonic est une « blended agency » de plus de 127 talents de tous horizons, qui combine étroitement compétences éditoriales, créatives et techniques. Nous imaginons des dispositifs destinés à engager les audiences (BtoC, BtoB et collaborateurs).

DÉKUPLE INGÉNIERIE MARKETING

Agences et Solutions marketing France

DÉKUPLE Ingénierie Marketing fédère d'une part des agences conjuguant des talents stratégiques, créatifs et data pour créer et mettre en œuvre les dispositifs marketing les plus performants, et d'autre part des solutions MarTech interfaçables avec les principales plateformes du marché.

DÉKUPLE PROMOCIÓN Y FIDELIZACIÓN

Agences et Solutions marketing Iberia

DÉKUPLE Promoción y Fidelización propose des prestations marketing aux annonceurs, en Espagne et au Portugal, principalement constituées d'opérations de promotion des ventes, de gratification, d'influence marketing, de fidélisation et de rétention client.

◆ Nous avons passé le cap des 1000 collaborateurs



Juin 2023

●	Pôle Conseil et Technologie	394
●	Pôle Engagement Marketing	127
●	Pôle Agences et Solutions France	211
●	Pôle Agences et Solutions Ibéria	71
●	Pôle Solutions Abonnements	95
●	Pôle Assurances	34
●	Fonctions transverses Groupe	71

TOTAL

1003

35

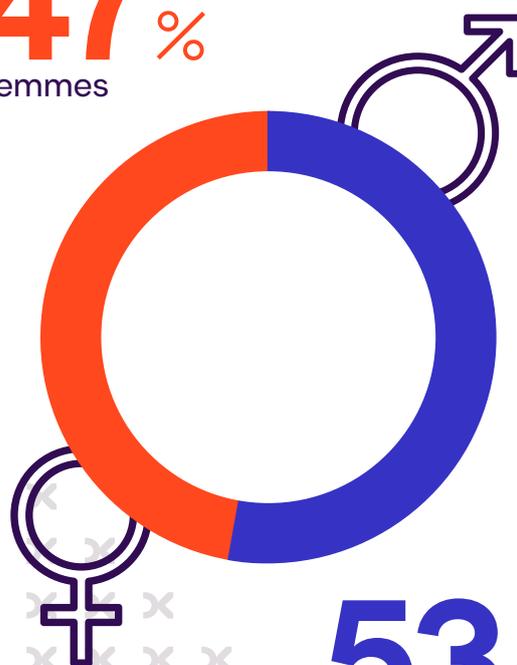
ans de moyenne d'âge

128

nouveaux CDI

47%

Femmes



53%

Hommes

Nos chiffres clés semestriels

Chiffre d'affaires

+7,9%

96,1 M€

Marge brute

+9,6%

78,9 M€

Ebitda retraité*

13,6% de la marge brute

10,7 M€

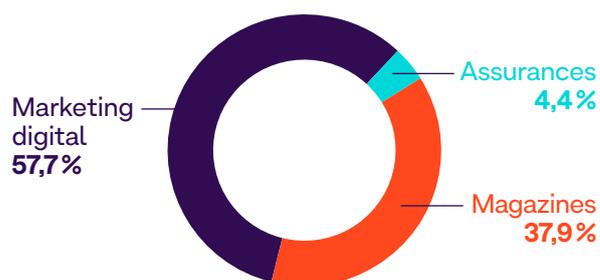
Résultat net part du groupe

6,4% de la marge brute

5 M€

Répartition du chiffre d'affaires par activité

En%



Chiffre d'affaires

En M€



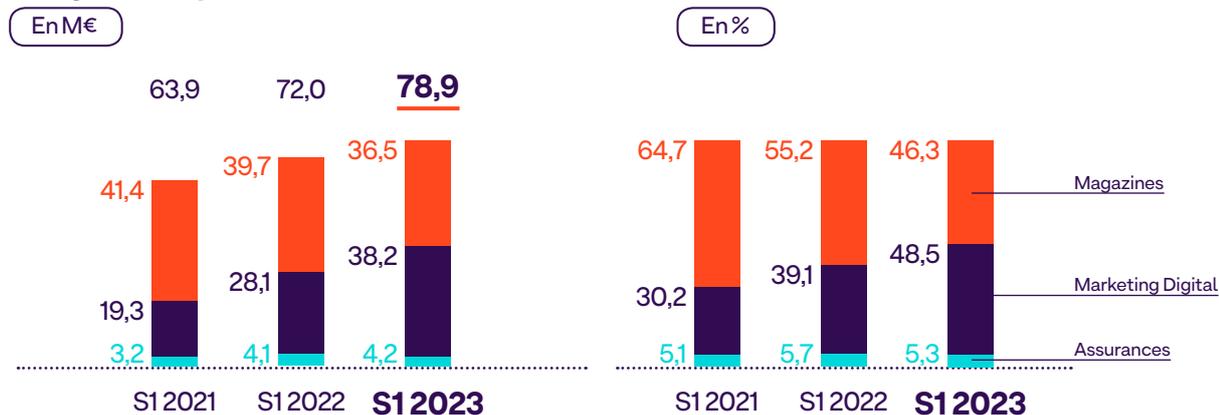
EBITDA retraité *

En M€



*EBITDA retraité de l'impact IFRS2 des attributions d'actions gratuites et de l'impact IFRS 16 lié au retraitement des charges de loyers

Marge brute par activité



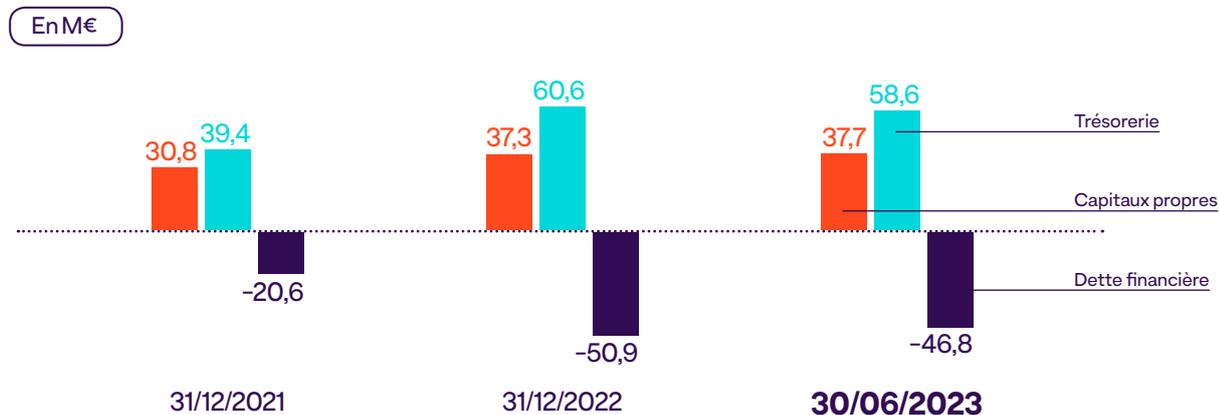
Résultat opérationnel



Résultat net part du groupe



Structure financière



DÉKUPLE renforce son offre retail marketing

En 2023, nous continuons de renforcer notre soutien aux acteurs du Retail à travers notre offre globale « ReThink & ReBoost Retail Marketing » lancée en mars 2023. Notre mission consiste à assister les retailers en leur offrant des solutions adaptées aux évolutions du secteur et en les aidant à ajuster leurs stratégies marketing en réponse aux fortes mutations que connaît ce secteur. En ce 1^{er} semestre, 3 nouvelles offres ont été présentées aux annonceurs.

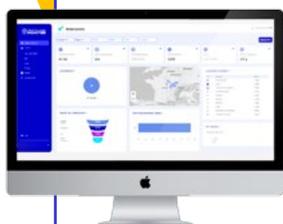
► Digitaliser son catalogue avec Catalogue Booster

Catalogue Booster est une solution clé en main, agile, rapide à mettre en place, pour digitaliser les catalogues, les diffuser à la plus large audience du marché et mesurer les performances de trafic en ligne, en magasin et en click & collect.



Découvrez la solution Catalogue Booster en scannant le QR code!

► Mesurer et piloter avec Drive-to-Store Monitor



L'agence DÉKUPLE a lancé Drive-To-Store Monitor, une plateforme conçue pour garantir une mesure précise et une compréhension approfondie des performances des campagnes de marketing omnicanales au niveau local, menées par les enseignes.

Cette plateforme offre un outil complet de pilotage qui permet de centraliser les données des campagnes des retailers, d'évaluer leur efficacité, de visualiser le parcours d'achat, d'analyser les flux de trafic, d'identifier des audiences potentielles, de choisir les leviers les plus performants, de cibler des prospects ainsi que les clients similaires, et enfin de paramétrer et de déployer des campagnes.



Découvrez la solution Drive-to-Store Monitor en scannant le QR code!



► Comprendre le comportement du consommateur avec oKube

La solution oKube by Smart Traffik aide les annonceurs, agences et régies à mesurer l'efficacité des campagnes média sur le trafic et les ventes en magasin. Mêlant IA et IoT, elle affiche en temps réel la performance omnicanale des leviers et l'attribution marketing. oKube permet le pilotage du mix média, définit les meilleurs segments d'audience et la taxonomie du parcours consommateur.



Découvrez la solution oKube en scannant le QR code!

La solution oKube repose sur 3 piliers innovants:

1. Un objet IoT
2. Un Graph ID
3. Une DataViz propriétaire

Forte de ces 3 piliers, la solution oKube permet de mesurer tous types de leviers marketing, qu'ils soient digitaux ou non (TV, SMS, DOOH, Social Media, InApp...). Pour mesurer l'impact des campagnes sur les visites en magasin, oKube capte les signaux

WiFi et Beacon via son boîtier IoT, et/ou utilise les données GPS. Grâce à son Graph unique de plus de 40 millions d'ID, oKube est capable de réconcilier l'ensemble des données en ligne et en points de vente afin de calculer l'attribution / contribution marketing classique et algorithmique de chaque média dans le parcours d'achat.

Via les KPIs visibles directement sur sa plateforme (CPC, CPV, CPVI, chiffre d'affaires généré...) oKube permet d'optimiser les coûts d'acquisition pour un meilleur ROI des campagnes e-commerce et drive-to-store.



Tous les experts du Groupe se sont associés pour réaliser un livre blanc inédit sur le secteur du retail, destiné à donner toutes les pistes aux retailers pour repenser et booster leur stratégie marketing et leur business.

Ce document contient:

5 stratégies gagnantes

8 interviews d'experts



Découvrez le livre blanc en scannant le QR code!

Nos meilleurs cas clients

L'intelligence artificielle au cœur de nos activités

Face à la montée fulgurante de l'intelligence artificielle (IA) en tant qu'outil essentiel pour le secteur de la communication et du marketing, et parce que nous sommes convaincus que cette rupture technologique va transformer notre manière de travailler, le Groupe DÉKUPLE est engagé dans un processus d'innovation en termes d'offres et de formations à la fois pour ses collaborateurs et ses clients.

brainsonic
THE ENGAGEMENT AGENCY

Brainsonic forme les annonceurs à l'IA générative.

Brainsonic se démarque comme une pionnière dans l'adoption et la vulgarisation de cette technologie. Avec la conviction profonde que « nous vivons actuellement le moment "iPhone" de l'IA », selon les mots du directeur général, Mathieu Crucq, Brainsonic a été proactive dans l'exploration de cette technologie. Dès mi-2022, l'agence a plongé dans l'expérimentation de la majorité des outils d'IA, cherchant à comprendre et à anticiper les évolutions potentielles des métiers. Désormais, les équipes de Brainsonic - allant de la création à la production audiovisuelle - s'appuient quotidiennement sur ces outils, cherchant à optimiser leur réactivité, productivité et créativité.

Reconnaissant le potentiel de l'IA et sa capacité à transformer la communication et le marketing, Brainsonic a

lancé son offre de formation dédiée. Animées par des experts du domaine qui exploitent l'IA au quotidien, ces formations ont pour objectif de sensibiliser les comités de direction ou comités exécutifs aux apports de l'IA générative et d'outiller les professionnels de la communication, du marketing et de l'événementiel en leur permettant d'identifier des actions concrètes à intégrer à leurs pratiques actuelles, tout en se préparant pour l'avenir. Deux types de sessions sont proposées : une Masterclass « AI Journey » d'une durée de 1h à 1h30, et une formation plus intensive « AI Deepdive » sur une demi-journée.

Pour plus d'informations sur cette offre novatrice de formation, consulter le site dédié : Brainsonic AI Training - <https://training.ai.brainsonic.com/>

DÉKUPLE

DÉKUPLE et 50 étudiants d'HETIC imaginent de nouveaux usages liés à l'IA.



Du 13 au 29 juin derniers, un événement collaboratif a rassemblé 50 étudiants de la Prépa Mastère Digitale de HETIC, encadrés par les professionnels de DÉKUPLE. Répartis en équipes, ils ont planché sur l'exploration et la conceptualisation de nouveaux cas d'usage de l'intelligence artificielle sur sept thématiques marketing préalablement définies.

Ces sujets ont couvert les principales branches du marketing, tels que le marketing stratégique, le marketing de performance, de fidélisation, d'influence, de personnalisation et l'analyse du ROI. Cette initiative découle de la conviction profonde du Groupe selon laquelle les outils et technologies

► Objectif à fin 2023 : 100 % des collaborateurs du Groupe DÉKUPLE formés à l'IA générative



Pour DÉKUPLE, référence du data marketing, et pour ses collaborateurs, l'intelligence artificielle constitue une nouvelle opportunité de développer nos compétences et nos activités. C'est pourquoi, un programme interne de formation à l'IA générative a été mis en place dès le mois de mars 2023 avec pour objectif de former 100% des collaborateurs du Groupe. Après avoir tous été sensibilisés aux usages de MidJourney et ChatGPT, il est apparu nécessaire d'accélérer la prise en main de cette nouvelle technologie par tous les collaborateurs. L'objectif est de faire de cette nouvelle

transformation une force pour le Groupe et pour chacun. Afin de permettre la diffusion rapide et l'usage des IA génératives au sein du Groupe DÉKUPLE dans chacune de nos activités, il a été décidé de créer une fonction de « AI Evangelist » au niveau Groupe. Le rôle de « AI Evangelist » est de porter dans un premier temps les sujets de sensibilisation, communication, formation de tous les collaborateurs, puis d'aider l'ensemble des Pôles / Entités / Services à s'approprier les usages de l'IA et à développer des projets. Afin de démultiplier la sensibilisation, les usages et la transformation de nos

activités grâce à l'IA, des « AI Champions » ont été nommés dans les Pôles / Entités / Services pour être les relais de cette initiative au plus près des activités. Ils sont coordonnés par l'AI Evangelist. Pendant l'été, se sont tenues des sessions génériques de formation des collaborateurs. A partir de septembre et jusqu'à la fin de l'année, les AI Champions vont mener à bien dans leurs équipes des projets d'intégration de l'IA dans leurs activités.



d'IA révolutionneront la manière dont les dispositifs marketing seront conçus, déployés et gérés. « Cette alliance avec HETIC transcende les simples cadres de la formation et du recrutement. Elle se manifeste par une synergie entre nos professionnels et les étudiants, créant des échanges mutuellement bénéfiques. Cette collaboration vise à élargir notre perspective sur l'IA, en intégrant les approches novatrices des étudiants, et en mettant en lumière les opportunités d'innovation et d'efficacité qu'elle offre. L'idée est de combiner notre expertise éprouvée avec la fraîcheur du regard des étudiants face à la panoplie d'outils d'IA émergents. » explique Bertrand Laurioz, PDG du Groupe DÉKUPLE.



Converteo accélère dans le déploiement de l'IA sémantique

Afin d'accompagner sa dynamique de croissance et se renforcer dans le domaine de l'intelligence artificielle et de l'analyse sémantique, Convertéo a fait l'acquisition des actifs stratégiques de Synomia, entreprise française pionnière du secteur. L'acquisition de Synomia va permettre à Convertéo d'accélérer dans le déploiement de l'intelligence artificielle sémantique et ouvre la voie à la création de nouvelles offres à destination de toutes les fonctions de l'entreprise — direction générale, marketing et commerciale, Finance, RH, RSE, communication — en cohérence avec les axes de développement stratégique du cabinet pour les années à venir.

Internationalisation des solutions MarTech du Groupe DÉKUPLE

Au cours du 1^{er} semestre 2023, trois solutions MarTech du Groupe DÉKUPLE se sont déployées à l'international depuis la France.



Reech Influence Cloud permet aux marques d'internaliser et de rationaliser leurs investissements mondiaux en influence marketing.

La solution MarTech en SaaS, Reech Influence Cloud, poursuit son déploiement international, devenant ainsi l'outil de prédilection pour les grandes marques et institutions désireuses d'internaliser et de rationaliser leurs investissements mondiaux en marketing d'influence. Au 1^{er} semestre, 20% des licences de la solution sont déjà exploitées hors de France.

Cette plateforme permet aux marques d'identifier des influenceurs à l'échelle mondiale, de surveiller les concurrents, de gérer intégralement les campagnes d'influence, d'unifier les campagnes à travers les différentes filiales et de rationaliser les dépenses marketing.

Outre sa couverture mondiale, Reech Influence Cloud se distingue par ses fonctionnalités spécifiques plébiscitées par le marché :

- ◆ Un large répertoire d'influenceurs sur l'ensemble des plateformes sociales, Facebook, Instagram, TikTok, Youtube, Pinterest et X (anciennement Twitter).
- ◆ La conformité totale avec les directives des médias sociaux et le RGPD.
- ◆ Sa collaboration avec l'ARPP pour mesurer le respect des réglementations publicitaires par les influenceurs en France.
- ◆ La validation de l'EASA, European Advertising Standards Alliance, qui œuvre pour promouvoir au niveau européen une publicité responsable.
- ◆ L'obtention des badges High Performer Europe de G2 et Top Influence Advertising Company & Top Social Media Marketing Company de Clutch.

Des marques mondiales renommées, telles que Club Med, Yves Rocher et ID Kids, font confiance à Reech Influence Cloud.



RocketLinks, plateforme de gestion des campagnes d'articles sponsorisés

RocketLinks a étendu son marché au Royaume-Uni et aux États-Unis, s'inscrivant dans le processus global d'internationalisation du Groupe. En 2022, RocketLinks a réalisé 10% de son chiffre d'affaires à l'international et accompagne son expansion depuis plusieurs mois en recrutant du personnel anglophone et en élargissant son catalogue avec plus de 80 000 médias, dont 45 000 sont étrangers. La société a également signé un partenariat commercial avec Primelis, leader du Search Marketing en France, et souhaite se développer davantage à l'étranger. La plateforme RocketLinks, leader en France dans l'achat d'articles sponsorisés, offre une solution unique pour optimiser les stratégies de netlinking en réduisant les coûts et en augmentant l'efficacité. Elle propose des options pour différents objectifs marketing, comme le SEO, la notoriété et la performance. La plateforme de recherche multi-critères de RocketLinks, la plus avancée du marché, permet de gagner du temps dans les recherches et offre des tarifs négociés, permettant aux clients d'économiser en moyenne 15% sur leur budget de netlinking.



Ividence développe la visibilité des marques dans les newsletters de médias

Ividence se distingue par la puissance de son réseau et l'efficacité de ses solutions de newsletters et de native advertising en leur sein, s'établissant comme une plateforme essentielle pour les marques souhaitant rayonner et toucher les lecteurs de médias.

Avec plus de 50 éditeurs premium et la gestion de 325 newsletters, Ividence livre 1,5 milliard d'impressions par mois. Ces

chiffres impressionnants donnent lieu à plus de 2 millions de visites sur sites chaque mois, attestant de l'efficacité de la plateforme.

Pour les annonceurs, la solution permet d'atteindre l'audience cible au sein d'un environnement éditorial premium. Pour les éditeurs, elle permet d'élargir leur audience et d'augmenter la notoriété de la marque grâce à des formats publicitaires créatifs et non

intrusifs. Les taux d'arrivée sont améliorés, le temps de visite sur site est prolongé et les visites sont de qualité.

Ividence est une plateforme technologique de pointe qui optimise en temps réel chaque ouverture d'email, garantissant une expérience de lecture enrichissante avec des campagnes adaptées aux abonnés. La variété des formats publicitaires, des bannières IAB standard aux expériences natives personnalisées, assure une intégration harmonieuse dans les newsletters.

En 2022, Ividence a réalisé 57% de son chiffre d'affaires à l'international.



► Nous faire connaître à l'international

Afin de développer la notoriété du Groupe DÉKUPLE et de nos solutions MarTech en Europe du Nord, nous diffusons depuis début mai sur LinkedIn une vidéo de présentation de nos activités de services en digital et data marketing.

Découvrez la vidéo MarTech en scannant le QR code ci-contre!



L'évolution de nos offres

► **Converteo accompagne et structure sa dynamique de forte croissance**

Converteo fait l'acquisition des actifs stratégiques de Synomia



Afin d'accompagner sa dynamique de croissance et de se renforcer dans le domaine de l'intelligence artificielle et de l'analyse sémantique, Converteo, cabinet de conseil pur player des enjeux data, annonce l'acquisition des actifs stratégiques de Synomia, entreprise française pionnière du secteur.

« Nous sommes très heureux d'accueillir les équipes de Synomia au sein de Converteo. L'identité de Synomia qui allie depuis ses débuts technologie et conseil, intelligence artificielle et intelligence humaine, correspond fortement à la culture de Converteo », se félicitent Thomas Faivre-Duboz et Raphaël Fétique, co-fondateurs de Converteo.

Le cabinet annonce également l'arrivée en tant que partner de David Spire à la tête d'une nouvelle practice dédiée au product management



Converteo, annonce l'arrivée de David Spire en tant que partner à la tête d'une nouvelle practice dédiée au Product Management. Il pilotera la structuration et le développement d'une nouvelle offre dédiée aux enjeux du management produit (discovery, delivery, design UX / UI, user research, organisation, etc.).

Après l'acquisition en avril dernier de Synomia (IA sémantique), le lancement de ses offres Data for sustainability et Pricing Strategy, Operations & Solutions, Converteo poursuit sa stratégie de diversification dans le métier du product management, où la maîtrise de la chaîne de valeur data représente un enjeu stratégique pour les entreprises.

◆ France Abonnements lance l'abonnement avec paiement mensualisé pour mieux gérer son budget tout en continuant à se faire plaisir

82% des Français sont très attachés à la lecture sur papier, plus particulièrement pour les magazines loisirs (59%), les magazines féminins (57%) et les hebdomadaires régionaux (48%). Près d'un Français sur deux (49%) admet s'informer tous les jours via la presse – sous format papier ou numérique.



La nouvelle offre d'abonnement à paiement mensualisé de France Abonnements permet au lecteur de lisser ses dépenses et de gérer son budget au fur et à mesure de sa consommation :

un budget maîtrisé, à son rythme.

Avec un catalogue de plus de 300 titres pour s'informer, découvrir, se divertir, France Abonnements présente

un large choix de magazines dans des univers variés tels que les actualités, les loisirs, la culture, la presse jeunesse, la presse féminine ou encore les programmes TV et vie pratique.

Les abonnements proposés s'accompagnent d'un accès gratuit à la version numérique du média. Si 66% des Français sont plus à même de lire un format papier pendant le week-end ou les vacances, l'accès à la version numérique offre d'autres usages : facilité d'accès lors de déplacements, praticité pour sauvegarder simplement et rapidement des informations qui ont retenu leur attention : recettes, dates de concert, etc.



Avec un catalogue de plus de 300 titres pour s'informer, découvrir, se divertir, France Abonnements présente un large choix de magazines



De nouveaux dispositifs data marketing

Cas Agence Dékuple

Identifier des insights pertinents grâce à la data



YOP souhaitait insuffler une nouvelle dynamique à sa relation avec sa cible de conquête : les adolescents.

La marque a confié à l'agence le développement d'une méthodologie originale permettant de capter et d'utiliser de la donnée de manière innovante, afin de récolter des insights plus proches de la réalité de la relation entre la marque et ses consommateurs prioritaires.

RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL DÉKUPLE 2023

Cas Reech

Yves Rocher optimise ses campagnes d'Influence Marketing à l'international grâce à Reech Influence Cloud

Yves Rocher avait pour objectif d'augmenter sa notoriété en ciblant un cluster géographique spécifique et en relançant une gamme de soins visage adaptée aux besoins des consommatrices. La campagne d'un mois s'est déployée en magasin et en ligne, visant à résoudre un problème de notoriété en Afrique et à capitaliser sur la réputation existante en République Dominicaine.



YVES ROCHER

La stratégie s'est basée sur l'influence marketing, avec l'activation de 64 influenceurs dont la pertinence des profils a été vérifiée via l'outil Reech Influence Cloud, solution technologique qui permet de rechercher des influenceurs dans

le monde, d'opérer les campagnes de A à Z, de gérer, de piloter et d'optimiser ses investissements.

La campagne a principalement utilisé Instagram et a généré un engagement significatif, touchant notamment les groupes d'âge de 18 à 24 ans (31%) et de 25 à 34 ans (58%).

Les résultats comprennent une communauté activée de 4,8 millions de personnes, 12,1 millions d'impressions, 4,9 millions de vues et 83 000 engagements, renforçant ainsi la notoriété et l'image de marque d'Yves Rocher dans les marchés ciblés.

Cas Brainsonic

Play Doh



Brainsonic a imaginé avec Play-Doh une collaboration inédite entre la marque et la cheffe Fanny Herpin. Deux sandwiches, qui reflètent parfaitement l'esprit ludique et créatif de Play-Doh, ont été imaginés, cuisinés et proposés à la livraison sur Deliveroo. Avec des recettes aux saveurs de gravlax de saumon d'Islande, de betterave, de halloumi, de patate douce ou de sirop d'érable pour les papilles et les yeux, accompagnées d'un kit pique-nique Play-Doh gratuit, pour proposer aux familles une activité gourmande et divertissante durant la période de vacances scolaires. Parallèlement, des événements en magasin ont été organisés pour permettre aux familles de devenir des chefs à leur tour grâce à la gamme Play-Doh.

Cas Agence Dékuple

Le geste d'attention

La Banque Postale souhaitait permettre à son réseau de conseillers de déclencher l'envoi de cadeaux aux clients, en toute autonomie, afin de compenser des insatisfactions lorsqu'elles sont justifiées et de valoriser la relation avec le client. L'Agence a mis en place une plateforme de traitement de l'insatisfaction client, facile d'utilisation, à la main des conseillers du réseau.



Cas Convertéo

Le server-side au service de la performance

Le server-side au service de la performance : l'exemple du déploiement de CAPI chez Accor

Traditionnellement, l'attribution des conversions se fait client-side. Cependant, avec les évolutions récentes, certaines données ne sont plus facilement accessibles, ce qui a un impact sur l'attribution des conversions. Dans ce contexte, la solution « Conversion API » (ou CAPI) permet de collecter et de transmettre les données de conversion directement à partir du serveur de l'annonceur.

Cette technologie permet la collecte des événements de site web que le pixel peut perdre en raison de problèmes de connectivité réseau, d'erreurs de chargement de page ou de limitations du navigateur... Chez Accor, le projet a été mis en place pour permettre une attribution plus précise des conversions pour des campagnes marketing.

Convertéo a accompagné le Groupe Accor :

- ◆ Mise en place d'une roadmap de migration sur plusieurs plateformes (Google Ads, Google Analytics, Tik Tok, Pinterest)

- ◆ Déploiement de CAPI pour Meta
- ◆ Intégration « server-side » dans Google Tag Manager
- ◆ Accompagnement sur les sujets collaboratifs, juridiques et techniques
- ◆ Pédagogie et accompagnement des équipes dans l'adoption de CAPI

Résultats :

- ◆ Hausse des conversions reportées (seul résultat quantifiable à jour).
- ◆ Amélioration de la précision des stratégies d'enchères, ce qui peut mener dans le futur à un incrément de conversions.
- ◆ Augmentation de la taille des audiences de remarketing.

Nos récompenses

► 13 prix remportés par Brainsonic



RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL DÉKUPLE 2023

Bescherelle

7 prix
pour la campagne
Bescherelle

orange bank

1 prix
pour la
« campagne DOOH »
avec Orange Bank

ThinkPad

1 prix
avec Lenovo
et la campagne
30 ans de ThinkPad

Play-Doh

1 prix
avec Play-Doh et
sa collaboration avec
la cheffe Fanny Herpin

RATP

2 prix
pour le Groupe RATP

UIMM
LA FABRIQUE
DE L'AVENIR

1 prix
pour la campagne
#FiersDeFaire
avec UIMM



► 4 prix pour l'Agence Dékuple



1 prix
pour But aux
Cas d'OR



2 prix
pour La Banque
Postale aux Cas d'Or
de l'Expérience Client



Grand prix
de la data
2023 dans la catégorie
Insight avec YOP

► Reech



Reech s'est vu décerner
le prix de l'agence de
l'année dans la catégorie
**Marketing
d'Influence.**

Un accomplissement
qui récompense avant tout
le travail des équipes qui
s'engagent au quotidien
pour créer et produire les
meilleures stratégies
d'influence marketing.

Reech décroche son badge Meta Business Partner

Reech franchit une nouvelle
étape, celle d'être certifiée
par Meta en devenant Meta
Business Partner.

Cette certification vient
récompenser l'expérience
et l'expertise de Reech pour
les campagnes d'influence
marketing qu'elle mène depuis
plusieurs années pour ses

clients sur les réseaux du groupe
Meta (Instagram et Facebook).

Cela contribue à positionner
Reech comme acteur de
confiance approuvé par Meta
pour son savoir-faire, ses
services techniques, ainsi que
pour sa capacité unique à
accompagner et aider ses
clients à se développer.

► Choose my Company



**L'Agence Dékuple
renouvelle
son accréditation
Happyindex® clients
2023 délivrée par
Choose my Company**

L'Agence Dékuple a renouvelé
son accréditation HappyIndex
Clients en 2023, avec un score
de 4,4/5 et un taux de
recommandation de 91,7%.

Cette accréditation délivrée par
ChooseMyCompany a été
obtenue suite au sondage de
l'ensemble des clients
de l'agence (plus de la moitié
doivent répondre), et démontre
l'engagement des équipes de
DÉKUPLE vis-à-vis
de leurs clients.

L'humain au cœur de nos activités

► Un cap significatif : DÉKUPLE poursuit son ascension

En ce premier semestre 2023, le Groupe a passé le cap des 1000 collaborateurs.

En 50 ans d'existence, le Groupe DÉKUPLE, a élargi le périmètre de ses activités au service de la performance marketing de ses clients. Le passage de la barre symbolique des 1000 collaborateurs, dont 10% d'entre eux situés à l'étranger (Espagne, Portugal et Chine), est l'illustration d'une gestion maîtrisée de la croissance, de la réussite d'un modèle d'intégration de multi-entrepreneurs et d'une internationalisation en marche pour un groupe qui comptait moins de 500 collaborateurs fin 2019.



RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL DÉKUPLE 2023

► Happy at work Converteo

« Converteo a été, pour la 3^e année consécutive, honoré de la première place au classement Happy At Work 2023 secteur conseil, dans notre catégorie d'effectif.

Nous sommes profondément fiers de cette distinction, qui découle de notre engagement indéfectible à créer un environnement de travail à la fois agréable et enrichissant pour nos équipes.

Nous sommes convaincus que l'instauration d'un climat positif au sein de notre entreprise est une pierre angulaire de la performance de nos

équipes et, par extension, de notre succès global.

Le cabinet poursuivant sa forte croissance, notre engagement à améliorer continuellement le bien-être de nos collaborateurs demeure inchangé. Nous sommes déterminés à ce que chacun se sente heureux et épanoui au sein de Converteo. »



FLORA HERBET,
DIRECTRICE RESSOURCES
HUMAINES CONVERTEO



► Construire le futur du Groupe DÉKUPLE grâce aux alternants et stagiaires

Au cœur de l'ADN du Groupe DÉKUPLE, la formation et l'intégration des jeunes talents ont toujours été des piliers fondamentaux.

Nous sommes fiers de notre politique d'alternance et de stage, qui ne se limite pas simplement à répondre à nos besoins en matière de recrutement.

80
alternants et

16
stagiaires

L'alternance est pour nous une opportunité unique de préparer l'avenir du Groupe.

Elle nous permet d'intégrer des jeunes talents, de les former à nos métiers tout en leur offrant une première expérience professionnelle riche et valorisante.

En retour, ces alternants et ces stagiaires apportent un souffle nouveau, de nouvelles perspectives, un regard neuf

et souvent une approche novatrice à nos méthodes de travail.

En intégrant ces talents au sein de nos équipes, nous faisons le choix d'une collaboration intergénérationnelle riche en échanges et en apprentissages mutuels. C'est une démarche qui nous permet de construire ensemble le futur du Groupe DÉKUPLE, tout en renforçant notre position en tant qu'employeur de choix pour les jeunes talents.

► Sobriété énergétique

En octobre 2022, afin de réduire la consommation énergétique nous avons mis en œuvre des plans de sobriété énergétique sur nos différents sites.

Les consignes de températures en hiver avec le chauffage, ou en été avec la climatisation ont été partagées aux équipes.

Les bonnes pratiques ont été rappelées à tous.

Les efforts de tous ont permis, par exemple, entre octobre 2022 et juillet 2023, une économie moyenne de 15 % de nos consommations énergétiques sur nos sites de Chantilly et Montreuil.

► Sponsoring voile

Le partenariat avec William Mathelin-Moreau se poursuit en 2023. Ce sponsoring prend plusieurs formes comme l'accompagnement du programme de courses ou encore la mobilisation des collaborateurs.

Le Groupe DÉKUPLE et William Mathelin-Moreaux sont en parfaite harmonie grâce à leurs valeurs communes qui sont l'esprit de conquête, le respect et l'entraide. Depuis le début de leur collaboration en juin 2022, toutes les attentes ont été

satisfaites, notamment à travers l'augmentation de la visibilité de la marque DÉKUPLE.

Cette année, notre skipper est accompagné d'un co-skipper, Pietro Luciani qui rejoint l'équipage du Class40 DÉKUPLE.

Le duo a d'ailleurs bien commencé l'année en arrivant à la seconde position à Rolex Fastnet Race. Ils prendront le départ de la prestigieuse course Transat Jacques Vabre le 29 octobre 2023.



DÉKUPLE prend une participation majoritaire dans Le Nouveau Béliet

ANTOINE JUBERT, STÉPHANE DUVERGER-NEDELLEC ET BERTRAND LAURIOZ.

RAPPORT FINANCIER SEMESTRIEL DÉKUPLE 2023

Fondée avec une vision audacieuse en 2008, l'agence Le Nouveau Béliet est une agence conseil en communication globale qui réunit 25 collaborateurs. Dès son origine, elle s'est positionnée sur le secteur du Retail et s'est établie comme référent de la stratégie publicitaire des acteurs de cet univers. Son ambition a toujours été de bâtir pour ses annonceurs des marques enseignes fortes dans la durée.

Elle se définit comme le « sparring partner » de ses clients. L'une de ses particularités consiste ainsi à totalement s'immerger dans leur culture d'enseigne. Vivre l'expérience de l'annonceur, au sein de son réseau de distribution, sur le terrain, c'est avant tout mieux le comprendre, pour le conseiller, le challenger et créer des concepts publicitaires émergents et justes.

En tant que partenaire de croissance des annonceurs Retail, Le Nouveau Béliet les accompagne autour de 3 missions :

- ◆ Business consulting afin de définir des stratégies marketing performantes et innovantes,
- ◆ Creative thinking avec des idées créatives stimulatrices de business,

- ◆ Lead activation pour déployer le territoire de communication sur l'ensemble des points de contacts (TV, digital, radio, affichage, POS, ...)

Convaincue qu'il ne suffit pas d'avoir une idée, et qu'il faut savoir avant tout l'appliquer, lui donner vie, l'agence s'engage avec la même attention dans le déploiement de la stratégie sur l'ensemble des leviers de communication et se distingue ainsi par son excellence opérationnelle reconnue dans la conduite des projets.

En combinant créativité et expertise pointue du marché, Le Nouveau Béliet a bâti une réputation solide en élaborant des campagnes publicitaires à succès pour de grandes enseignes : Darty, Gamm Vert, Interflora, Supermarchés Match, METRO, Euromaster, Florajet, Histoire d'Or, Lapeyre...

L'association avec le Groupe DÉKUPLE ouvre de nouvelles perspectives pour la création de stratégies publicitaires et marketing, conçues et fiabilisées par les données et guidées par l'innovation.

◆ 3 questions à Stéphane Duverger- Nedellec & Antoine Jubert, co-fondateurs du Nouveau Béliet

COMMENT PERCEVEZ-VOUS CETTE ASSOCIATION AVEC LE GROUPE DÉKUPLE POUR L'AVENIR DE L'AGENCE LE NOUVEAU BÉLIER ?

**Stéphane Duverger-
Nedellec & Antoine Jubert.**

Avec l'ensemble des équipes, nous nous réjouissons de ce rapprochement qui est une formidable opportunité pour franchir une nouvelle étape pour l'agence. Il va nous permettre de muscler notre approche conseil auprès de nos annonceurs Retailers en s'appuyant notamment sur les capacités avancées en data marketing de DÉKUPLE. Notre position sur le marché sera ainsi renforcée et plus que jamais nous deviendrons incontournables pour les acteurs du Retail.

COMMENT ENVISAGEZ-VOUS DE COMBINER VOTRE EXPERTISE EN STRATÉGIE PUBLICITAIRE AVEC LES SOLUTIONS DATA MARKETING AVANCÉES DU GROUPE ?

SDN & AJ. Le digital et la data sont devenus des éléments essentiels dans la stratégie globale des annonceurs. Notre adossement avec DÉKUPLE va nous permettre d'intégrer des insights issus de la data dans nos stratégies publicitaires et des solutions technologiques dans nos dispositifs opérationnels, ce qui favorisera la conception de campagnes encore plus innovantes et impactantes, mais également adaptées à la transformation actuelle du marché qui ne cesse de s'accélérer avec l'IA.

QUEL IMPACT CETTE UNION AURA-T-ELLE SUR VOS CLIENTS ACTUELS ET FUTURS ?

SDN & AJ. L'union fait la force ; nos annonceurs vont bénéficier directement de ce rapprochement. Au-delà de la dimension stratégique et créative apportée aujourd'hui par les équipes du Nouveau Béliet, ils auront accès à des solutions plus globales et technologiquement avancées, ce qui renforcera encore la qualité et la performance de nos campagnes publicitaires. Pour nos prospects, notre rôle de conseil en communication et marketing omnicanal sera encore plus complet, et permettra d'allier la créativité, l'expertise publicitaire et des solutions data marketing performantes.

◆ Le Point de vue de Bertrand Laurioz, PDG du Groupe DÉKUPLE

POURQUOI AVOIR CHOISI DE PRENDRE UNE PARTICIPATION MAJORITAIRE DANS LE NOUVEAU BÉLIER ?

Bertrand Laurioz. Nous observons une évolution des besoins des annonceurs qui demandent une convergence entre la stratégie, la créativité, la data et la technologie. C'est particulièrement le cas dans le secteur du Retail qui représente chez DÉKUPLE le 1^{er} secteur d'activité en termes de chiffre d'affaires. Le Nouveau Béliet, avec son expertise éprouvée en

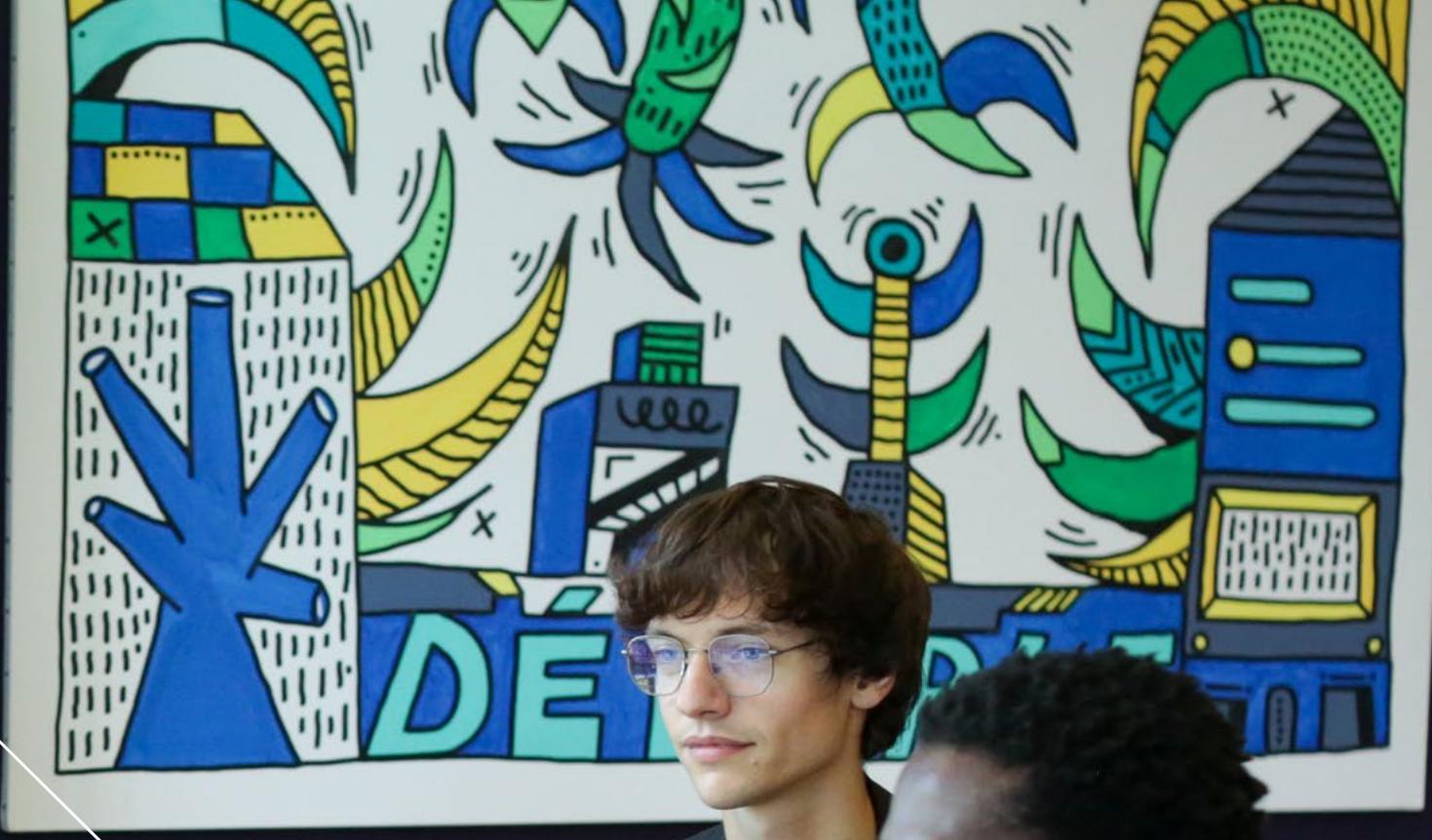
stratégie publicitaire pour le Retail, représente pour nous une pièce essentielle dans notre stratégie pour devenir le leader du data marketing en Europe d'ici 2025.

COMMENT ENVISAGEZ-VOUS D'INTÉGRER L'EXPERTISE DU NOUVEAU BÉLIER AU SEIN DE DÉKUPLE ?

BL. Notre objectif est de proposer une approche intégrée et efficace pour le Retail dans le prolongement de l'offre Rethink & Reboost Retail Marketing que nous avons lancé en début

d'année. L'intégration du Nouveau Béliet nous permettra de couvrir plus largement les besoins des annonceurs en matière de marque, publicité et marketing, en capitalisant sur la créativité, la data et la technologie. Nous aspirons à offrir aux retailers une approche complète, couvrant tous les aspects du marketing, de la publicité au data-driven marketing, permettant de répondre aux défis évolutifs du secteur.





CAHIER FINANCIER

SOMMAIRE

1.	RAPPORT SEMESTRIEL D'ACTIVITE	33
1.1.	Présentation générale.....	33
1.2.	Faits marquants du premier semestre 2023	34
1.3.	Evolution des activités	35
1.4.	Les comptes semestriels.....	42
1.5.	Transactions avec les parties liées.....	43
1.6.	Principaux facteurs de risques et incertitudes	43
1.7.	Evénements postérieurs à la clôture des comptes et perspectives.....	44
1.8.	L'actionnariat et la vie boursiere	45
2.	ETATS FINANCIERS	46
2.1.	Comptes consolidés.....	46
2.2.	Annexe aux états financiers consolidés résumés d'ADLPartner au 30 juin 2023.....	52
3.	RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'INFORMATION SEMESTRIELLE	60
4.	ATTESTATION DU RESPONSABLE DU RAPPORT SEMESTRIEL 2023	62

1. RAPPORT SEMESTRIEL D'ACTIVITE

1.1. PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Créé en 1972, DÉKUPLE est un acteur majeur européen du data marketing cross-canal. Ses expertises associant conseil, créativité, data et technologie lui permettent d'accompagner les marques dans la transformation de leur marketing, au service de la performance business. Le Groupe conçoit et met en œuvre, pour ses partenaires et clients, des dispositifs d'acquisition, de fidélisation et d'animation de la relation client sur l'ensemble des canaux de distribution. Le Groupe travaille aujourd'hui avec plus de 500 marques de grands groupes ou ETI, en Europe et à l'international. Présent en Europe et en Chine, le Groupe emploie plus de 1 000 collaborateurs animés par des valeurs communes : l'esprit de conquête, le respect et l'entraide.

Le Groupe regroupe des activités aux business models fortement complémentaires, avec des activités BtoC à portefeuilles - abonnements et souscriptions - qui permettent de générer des revenus réguliers, associées à des activités BtoB - prestations de services marketing clé en main - avec des solutions de conseil et d'accompagnement en data marketing.

Le Groupe commercialise **trois offres principales** :

1. Magazines (38 % du chiffre d'affaires consolidé au premier semestre 2023)

Leader européen de la fidélisation de clients par la presse magazine, le Groupe commercialise des abonnements magazines depuis plus de 40 ans. Diffusé principalement en marque blanche, l'abonnement à durée libre est la ligne de produits principale de cette activité.

2. Assurances (4 % du chiffre d'affaires consolidé au premier semestre 2023)

Via sa filiale ADLP Assurances, le Groupe propose des produits d'assurance par marketing direct à ses clients et prospects et à ceux de ses partenaires. Cette offre s'appuie sur les savoir-faire historiques du Groupe dans la vente directe de services récurrents pour l'adapter au marché de l'assurance.

3. Marketing digital (58 % du chiffre d'affaires consolidé au premier semestre 2023)

Ces offres regroupent les activités de Conseil & Technologie, mises en œuvre par Converteo, et les activités d'Agences & Solutions d'ingénierie marketing, mises en œuvre par les agences du Groupe (Brainsonic, Le Nouveau Béliet, Reech, Dékuple Ingénierie Marketing B2B, Intelligence Senior, Dékuple Iberia et l'agence Dékuple) et leurs solutions (Leoo, RocketLinks, Ividence et Smart Traffik). L'ensemble de leurs compétences permet de proposer des dispositifs cross-canal sur mesure et novateurs afin d'accompagner les entreprises dans leur création de valeur en maximisant la performance de leurs actions marketing et la valorisation de la connaissance client.

À l'horizon 2025, le Groupe a pour ambition de devenir un leader du data marketing en Europe.

DÉKUPLE est la marque commerciale d'ADLPartner SA, société mère du Groupe cotée sur le marché réglementé d'Euronext Paris – Compartiment C. La présentation du présent rapport concerne tant le Groupe que cette société, sauf indication contraire.

1.2. FAITS MARQUANTS DU PREMIER SEMESTRE 2023

Au premier semestre 2023, malgré une conjoncture économique difficile, Le Groupe DÉKUPLE enregistre une croissance solide tirée par l'expansion continue de ses activités de marketing digital.

Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe s'établit à 96,1 M€ en progression de + 7,9 % par rapport au premier semestre 2022. Le Volume d'Affaires Brut ressort à 166,5 M€, en hausse de + 1,7 % par rapport à l'année précédente, tandis que la marge brute du Groupe s'établit à 78,9 M€, en croissance de + 9,6 %.

Les activités de marketing digital, qui représentent 57,7 % du chiffre d'affaires consolidé contre 50,8 % il y a un an, confirme leur forte croissance avec une marge brute, en progression de +35,9 %. Elles sont portées par le dynamisme du marché du data marketing et par l'attractivité croissante des offres multi-expertes en data marketing proposées par le Groupe au service de la performance business des marques.

Les activités à portefeuille maintiennent des investissements commerciaux significatifs afin de soutenir leur portefeuille d'abonnements générateurs de revenus récurrents. Dans une conjoncture difficile pour la presse, l'activité Magazines, en retrait de - 8,2 %, est impactée par la baisse du pouvoir d'achat des Français et l'augmentation des coûts d'acquisition. Parallèlement, l'activité Assurances consolide sa croissance par rapport à une base de comparaison élevée en 2022 qui avait été stimulée par le développement réussi de l'offre de complémentaire santé.

Sur l'ensemble du semestre, les ventes du Groupe par offre ont évolué comme suit :

Chiffre d'affaires			
En M€	S1 2023	S1 2022	Variation
Marketing digital	55,5	45,2	+22,6 %
Magazines	36,5	39,7	-8,2 %
Assurances	4,2	4,1	+1,0 %
Total semestriel	96,1	89,1	+7,9 %

Marge brute			
En M€	S1 2023	S1 2022	Variation
Marketing digital	38,2	28,1	+35,9 %
Magazines	36,5	39,7	-8,2 %
Assurances	4,2	4,1	+1,0 %
Total semestriel	78,9	72,0	+9,6 %

1.3. EVOLUTION DES ACTIVITÉS

1.3.1. Marketing digital

Les activités de marketing digital (Conseil & Technologie et d'Agences & Solutions d'ingénierie marketing) représentent la principale contribution du Groupe (57,7 % du chiffre d'affaires consolidé du premier semestre 2023 contre 50,8 % au premier semestre 2022). Ces activités ont poursuivi leur dynamique de forte croissance en enregistrant une marge brute de 38,2 M€ en progression de +35,9 % par rapport à un premier semestre 2022 qui était lui-même en progression de +45,8 %.

D'une part, cette dynamique s'appuie sur l'expansion des activités de Conseil et de leur position stratégique pour accompagner les marques dans la transformation digitale et IT de leur organisation marketing. D'autre part, elle est relayée par l'extension du périmètre des activités d'Agences & Solutions d'ingénierie marketing à la suite des croissances externes réalisées au cours du dernier exercice.

Sur l'ensemble du semestre, la marge brute des activités de marketing digital du Groupe par offre a évolué comme suit :

Marge brute – Marketing digital			
En M€	S1 2023	S1 2022	Variation
Conseil & Technologie	20,7	17,8	+ 16,2 %
Agences & Solutions marketing – France	15,9	8,1	+ 96,1 %
Agences & Solutions marketing – Espagne	1,7	2,2	- 25,6 %
Total annuel	38,2	28,1	+ 35,9 %

1. Conseil et Technologie

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Conseil et Technologie, est actionnaire de la société Converteo depuis avril 2014 et en détient 74 % à fin juin 2023.

Fondé en 2007, Converteo est un acteur de référence du conseil en stratégie data et digital. Spécialisé dans la transformation digitale et data permettant aux entreprises d'accélérer leur performance business, ce cabinet de conseil accompagne ses clients dans le management de leurs projets en digital, cross-canal et data : stratégie, transformation, organisation, rédaction du cahier des charges, gestion de projet, reporting et optimisation. Converteo intervient en assistance à la maîtrise d'ouvrage dans les dossiers nécessitant des choix technologiques clés.

Au premier semestre 2023, la marge brute des activités de conseil a enregistré une croissance de + 16,2 % à 20,7 M€. Cette forte croissance organique de Converteo a été portée par le développement de ses équipes de plus de 400 consultants pour répondre aux attentes d'un marché marqué par les enjeux de digitalisation et de datafication des entreprises, et en particulier de leur marketing.

Pour accompagner sa croissance et se renforcer dans le domaine de l'intelligence artificielle et de l'analyse sémantique, Converteo a fait l'acquisition en avril 2023 des actifs stratégiques de Synomia, entreprise française pionnière de l'analyse sémantique par intelligence artificielle. Cette croissance externe ouvre la voie à la création de nouvelles offres à destination de toutes les fonctions de l'entreprise.

La qualité de la marque employeur de Converteo permet également de recruter les meilleurs experts pour accompagner le développement de ses quatre pratiques principales (Data x Business Consulting, Analytics x Digital Products, Media x CRM, Technologie x Data) auprès de grands groupes du CAC 40 et de nombreuses ETI, soit sous forme de régie accompagnant les équipes marketing et digitales en interne, soit sous forme de forfaits à haute valeur ajoutée pour définir et soutenir la stratégie Digitale/Data.

Pour la troisième année consécutive, Converteo est la 1^{ère} entreprise du secteur Conseil au classement HappyIndex® AtWork distinguant les entreprises les mieux notées par leurs salariés. Cette distinction permet au cabinet de continuer à attirer les meilleurs talents.

2. Agences et Solutions d'ingénierie marketing – France

Les offres d'Agences & Solutions marketing en France ont progressé essentiellement sous l'effet de la consolidation de Brainsonic (agence de communication leader de l'engagement) depuis septembre 2022, et de Smart Traffik (société technologique de présence management et de mesure de l'impact des investissements marketing sur le trafic et les ventes) depuis décembre 2022. Le développement des offres à destination du secteur Retail sera renforcé au second semestre 2023 avec l'intégration de la société Le Nouveau Béliet acquise au troisième trimestre de l'exercice (cf. chapitre 1.7. événements postérieurs à la clôture des comptes et perspectives).

Au premier semestre 2023, la marge brute des offres d'Agences & Solutions marketing en France est en croissance de + 96,1 % pour s'établir à 15,9 M€, incluant un effet de périmètre de 8,1 M€. À périmètre constant, les activités sont en retrait de - 4,1 % en raison de la réduction des campagnes de certains annonceurs face aux incertitudes économiques.

Au 30 juin 2023, les offres d'Agences & Solutions marketing en France s'appuient principalement sur des agences et les solutions technologiques suivantes :

AGENCES

L'agence Dékuple

L'agence Dékuple a été créée en octobre 2021, en regroupant les activités de prestations de services marketing pour les annonceurs (Pschhh, E-Data, Codes for Gifts). Son positionnement repose sur la création de dispositifs qui associent « Brand et Marketing Performance » pour répondre à des objectifs d'acquisition, d'activation marketing et de fidélisation.

Au cours du premier semestre 2023, l'agence Dékuple a poursuivi son travail de structuration et construction de sa notoriété auprès des annonceurs. L'agence a également conçu et mis en place de nouveaux programmes, notamment pour les marques Relais & Châteaux, Courtepaille et Fuze Tea, ainsi que les marques Henri, Testuz et Murailles du Groupe Schenk.

Par ailleurs, à destination du secteur Retail, l'agence Dékuple a lancé au premier semestre 2023 plusieurs offres :

- Shopping BOOSTER. Cette solution permet d'offrir une expérience locale ou en lien avec l'activité de l'enseigne aux consommateurs situés dans la zone de chalandise. Cette solution clé-en main associe les savoir-faire de l'agence Dékuple en génération de trafic en point de vente et en fidélité émotionnelle.
- Catalogue BOOSTER : dans le contexte OUIPUB, cette solution clé en main, rapide à mettre en place, permet de digitaliser un catalogue, de le diffuser à la plus large audience du marché et de mesurer les performances de trafic en ligne, en magasin et en click & collect.
- Drive to Store Monitor : cet outil de pilotage complet permet à la fois de centraliser toutes les données des campagnes des retailers ; évaluer leur performance et visualiser le parcours d'achat ; analyser leurs flux de trafic et identifier des cibles potentielles ; choisir les leviers les plus performants ; cibler des prospects et les « sosies » des clients ; paramétrer et déployer des campagnes. La plateforme est présente au sein de la plateforme Retail Dékuple Suite, composée d'un panel d'outils et de solutions (solutions de connaissance clients, activation clients, mesure des performances et fidélisation).

Dékuple Ingénierie Marketing B2B

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, est actionnaire depuis juillet 2020 de la société AWE, rebaptisée en 2021 Dékuple Ingénierie Marketing B2B, et en détient 60,4 % du capital à fin juin 2023.

Basée à Paris, Dékuple Ingénierie Marketing B2B est une agence conseil spécialiste du marketing digital BtoB dont les solutions répondent aux 2 principales problématiques des entreprises BtoB : i) l'acquisition de prospects online et ii) la mesure de la performance commerciale des actions marketing. Dékuple Ingénierie Marketing B2B se positionne comme un support pour les forces de vente en permettant de générer des leads qualifiés.

Cette filiale permet au Groupe de proposer des expertises en marketing BtoB, notamment auprès des secteurs de l'industrie, de la technologie, et des services, à travers des dispositifs innovants d'acquisition de leads innovants et performants.

Au premier semestre 2023, Dékuple Ingénierie Marketing B2B a signé de nouveaux clients importants, comme Bureau Veritas, Harmonie Mutuelle, Idemia, Ingenico, LexisNexis, Vetoquinol ou Sumitomo.

Sa filiale à Shanghai, Dékuple Marketing Engineering China, accompagne depuis 2019 de grandes entreprises sur des sujets de stratégies marketing BtoB, Lead Generation, Data Management, Content Marketing et Marketing Automation.

Reech

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, est actionnaire de la société Reech (Rocket Marketing) depuis juillet 2021 et en détient 59,6 % du capital à fin juin 2023.

Fondée en 2015 par Guillaume & Maxime Doki-Thonon, Reech (Rocket Marketing) est une entreprise experte du Marketing d'Influence et pionnière sur son marché. La société propose aux annonceurs différentes offres. D'abord, elle élabore et déploie - à la manière d'une agence - les stratégies d'influence des plus grandes marques (Kellogg's, Coca-Cola, Philips, Carrefour, Boulanger, Nature & Découvertes, Groupe Galeries Lafayette, Spontex, etc.). Technologie & data composant son ADN depuis les origines, l'entreprise commercialise également sa solution SaaS d'influence « Reech Influence Cloud » qui permet à plus de 50 organisations, à l'instar d'Yves Rocher, de piloter en toute autonomie l'ensemble de leurs actions d'influence. Enfin, RocketLinks, offre historique de la société, est la première plateforme d'achat et de vente d'articles sponsorisés avec 80 000 blogs et médias partenaires en France et à l'international permettant à 6 000 annonceurs de booster leur notoriété et leur trafic.

Au cours du premier semestre 2023, Reech a étendu ses marchés à l'international, en particulier au Royaume-Uni et aux États-Unis, à travers notamment sa solution MarTech en SaaS, Reech Influence Cloud, et sa plateforme de gestion des campagnes d'articles sponsorisés, RocketLinks. Ces développements s'inscrivent dans le processus global d'internationalisation du Groupe.

Reech a été élue Agence d'influence de l'année 2022 lors du 43^{ème} Grand Prix des Agences de l'Année. L'agence a également obtenu 15 récompenses pour les campagnes d'influence marketing de MACIF.

Enfin, à l'été 2023, Reech a reçu la certification Meta Business Partner. Cette certification vient récompenser l'expérience et l'expertise de Reech, pour les campagnes d'influence marketing qu'elle mène depuis plusieurs années pour ses clients sur les réseaux de Meta (Instagram et Facebook). Cette certification positionne Reech comme acteur de confiance approuvée par Meta pour son savoir-faire, ses services techniques ainsi que pour sa capacité unique d'accompagner et d'aider ses clients à se développer. Les partenaires font partie d'une communauté internationale respectée et bénéficient d'avantages uniques, tels que des formations, une assistance, des rapports d'analyse et des possibilités de contact avec la clientèle.

Intelligence senior

Le Groupe est actionnaire de la société Intelligence Senior (ex-Grand Mercredi) depuis 15 février 2021 et en détient 49,0 % du capital à fin juin 2023.

Créé en 2016, Intelligence Senior est la première agence media et marketing en France à se positionner sur le marché des seniors. Son approche moderne et innovante pour parler à la cible senior, couplée au savoir-faire du Groupe en data marketing cross-canal, permet de créer un acteur majeur capable d'accompagner tout le tissu économique et social sur les enjeux seniors.

Au cours du premier semestre 2023, Intelligence Senior a poursuivi son développement et mené de nouvelles opérations, notamment pour Flik Flak, EDF ou Ravensburger.

ENGAGEMENT MARKETING

Brainsonic

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, est actionnaire de la société Brainsonic depuis septembre 2022 et en détient 72,6 % du capital à fin juin 2023.

Fondée en 2003, Brainsonic, *The Engagement Agency*, est une agence de communication multi-métiers de plus de 120 talents, qui proposent et mettent en exécution des stratégies et des créations destinées à engager les audiences des marques (BtoC, BtoB et collaborateurs). Brainsonic compte un large portefeuille de clients issus de secteurs différents tels que la grande distribution, les banques-assurances, les médias, le BTP, les industries, la high-tech, le retail, etc., qu'elle accompagne de manière globale grâce à ses expertises multiples (digital, social media, événementiel, publicitaire, corporate, éditorial, etc.).

Au cours du premier semestre 2023, Brainsonic a gagné plusieurs nouveaux comptes, tels que Yomoni (campagne 360), Hasbro (campagne d'activations), Gifas (campagne 360), et a remporté plus d'une dizaine de prix qui permettent de valoriser ses expertises et savoir-faire auprès d'un nombre élargi d'annonceurs.

Pionnier dans l'usage de l'IA générative, Brainsonic a également lancé son offre de formation dédiée. Animées par des experts du domaine qui exploitent l'IA au quotidien, ces formations ont pour objectif de sensibiliser les comités de direction ou comités exécutifs aux apports de l'IA générative et d'outiller les professionnels de la communication, du marketing et de l'événementiel en leur permettant d'identifier des actions concrètes à intégrer à leurs pratiques actuelles, tout en se préparant pour l'avenir.

SOLUTIONS

Leoo

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, est actionnaire de la société Leoo depuis 2015 et en détient 100 % depuis décembre 2019.

Fondée en 2009, Leoo est spécialisée dans la conception et l'animation pour ses clients de programmes de fidélisation, de parrainage, de rétention et de gratification aussi bien dans le domaine BtoC (clients consommateurs) que BtoB (clients entreprises).

Son modèle marketing et technologique innovant permet de traiter des données marketing client multicanal, de les analyser efficacement et d'augmenter la performance business des programmes de fidélisation et d'activation, ainsi que la performance commerciale des marques. Les plateformes digitales relationnelles innovantes, conçues et animées par Leoo, contribuent à enrichir l'Expérience Client en mettant la puissance de la technologie et de la data au service des stratégies marketing de ses clients.

Au premier semestre 2023, Leoo a poursuivi ses développements technologiques visant à augmenter ses capacités de collecte et de traitement de la data issue de ses programmes relationnels. Les domaines fonctionnels traités ont été également enrichis. Aux parrainage et Club à points existants, a été ajoutée la gestion de programmes relationnels basés sur un Club Avantages permettant aux marques de faire bénéficier leurs clients de prix ou de services exclusifs pour les fidéliser.

Ividence

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, a acquis en janvier 2020 le fonds de commerce et les actifs de la société Ividence.

Spécialiste de la publicité native au sein des newsletters, Ividence enrichit le marketing digital des marques en valorisant les atouts des éditeurs et annonceurs partenaires prestigieux comme Prisma Media, 20Minutes, Outbrain... Elle permet au Groupe d'adresser un segment de marché en forte croissance et de renforcer ses activités de génération de trafic et de leads qualifiés pour ses marques clientes et de monétisation d'audience pour les éditeurs.

Au premier semestre 2023, Ividence a connu une forte croissance de son activité de CRM pour le compte de grandes marques médias, en les accompagnant sur la collecte, la construction de newsletters et la génération de trafic sur site. L'outil « CRM Factory » s'appuyant massivement sur le machine learning afin d'automatiser les stratégies CRM de l'activité a été déployé. Ainsi, plus de 20 millions de visites ont été générées chez nos 50 partenaires au cours du premier semestre.

Enfin, Ividence a lancé son offre Display Native proposant aux éditeurs médias un nouveau format sur leur site web en complément des newsletters.

Smart Traffik

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, est actionnaire depuis décembre 2022 de la société Smart Traffik et en détient 50,9 % du capital à fin juin 2023.

Fondée en 2012 par Laurent Simonin, Emmanuel Isnard et Yann Gilquin, Smart Traffik est un éditeur de solutions Web-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 intégration au cours du semestre a permis de renforcer les expertises du Groupe dans le conseil et la mise en œuvre de dispositifs data-marketing pour le Retail et d'apporter de nouvelles solutions innovantes en réponse aux fortes mutations de ce secteur.

Ses solutions innovantes activables rapidement s'articulent autour de 2 axes principaux :

1/ La génération de leads qualifiés en magasins via :

- le Presence Management pour donner de la visibilité on-line aux points de vente,
- le Click and Collect pour rendre accessible les produits depuis les carrefours d'audience (Local Product),
- la prise de rendez-vous en ligne multi-plateforme pour les services des retailers (Smart reserve).

2/ La mesure omnicanale de l'efficacité des investissements média, l'attribution marketing et l'optimisation des campagnes publicitaires (oKube).

La société est consolidée dans les comptes du Groupe depuis le 31 décembre 2022.

3. Agences et Solutions marketing - Iberia

Le Groupe est présent en Espagne à travers sa filiale détenue à 100 % ADLPartner Hispania. Cette filiale propose des prestations marketing aux annonceurs, principalement constituées d'opérations de promotion des ventes, de gratification, de fidélisation et de rétention client. Une activité de services de presse est opérée marginalement.

Gérée de façon conjointe avec la filiale espagnole, la société ADLPERFORMANCE, UNIPessoal LDA, filiale à 100 % de ADLPartner SA depuis 2016, permet au Groupe d'être présent au Portugal où il développe son offre de services de promotion et de fidélisation.

Au premier semestre 2023, ADLPartner Hispania & Portugal a enregistré une baisse de - 37,2 % de son chiffre d'affaires (services de presse inclus) qui s'établit à 5,6 M€ contre 8,9 M€ un an plus tôt. Dans une conjoncture espagnole difficile, la marge brute des offres Agences et Solutions marketing est en retrait (- 25,6 % à 1,7 M€) du fait de la diminution des opérations commerciales. La filiale contribue négativement (- 0,5 M€) au résultat net consolidé.

1.3.2. Magazines

Les activités historiques d'abonnements magazines (37,9 % du chiffre d'affaires consolidé au premier semestre 2023) focalisent essentiellement leurs opérations sur l'abonnement à durée libre (ADL) en partenariat. Cette offre, fondée sur la commercialisation à distance d'abonnements à la presse magazine, est plus créatrice de valeur que l'abonnement classique.

À partir de cette offre, le Groupe développe des dispositifs sur-mesure, multi-canaux, clés en main, pour ses marques partenaires, afin de nourrir leur relation client de façon différenciée et ainsi fidéliser leurs clients. Le Groupe dispose d'une expertise forte sur l'enrichissement de la relation client en utilisant l'abonnement à la presse comme levier marketing et en misant sur la Data et le Digital pour développer un marketing affinitaire et répondre aux évolutions des usages de la consommation.

Au cours du semestre, le Groupe a maintenu des investissements commerciaux significatifs dans des opérations visant à soutenir son portefeuille d'abonnements. De nouvelles opérations de fidélisation avec de grandes marques partenaires sont ainsi déployées et de nouvelles offres tenant compte des dernières tendances de consommation des lecteurs sont lancées, telles la relance de l'offre « France Abonnements » ou « A Vos Kids », afin d'améliorer les recrutements de nouveaux abonnés sur les segments de clientèle les plus rentables.

Néanmoins, dans un contexte global de baisse de la diffusion de la presse magazine, l'offre magazines a enregistré au premier semestre 2023 un chiffre d'affaires en retrait de -8,2 % à 36,5 M€, tandis que le Volume d'Affaires Brut¹ s'établissait à 97,3 M€ en baisse de -9,0 % par rapport au premier semestre 2022. Cette évolution s'explique principalement par une conjoncture économique défavorable du fait de la baisse du pouvoir d'achat des consommateurs et de l'augmentation des coûts d'acquisition de nouveaux abonnés.

Dans le prolongement, le portefeuille d'ADL a baissé de -10,8 % par rapport à l'année précédente : au 30 juin 2023, le nombre d'ADL gérés en portefeuille s'établissait à 2 113 634 abonnements contre 2 370 388 un an plus tôt. La bonne tenue de la marge moyenne enregistrée sur ces abonnements a permis de soutenir la valeur globale du portefeuille, qui s'élevait à fin juin 2023 à 106,7 M€, contre 110,2 M€ à fin 2022.

¹ Le volume d'affaires brut (VAB) représente la valeur des abonnements et autres produits commercialisés. Il est égal au chiffre d'affaires en ce qui concerne les activités d'assurances et de marketing digital.

1.3.3. Assurances

L'activité Assurance du Groupe DÉKUPLE (4,3 % du chiffre d'affaires consolidé au premier semestre 2023) a construit au fil des ans un modèle disruptif de courtier généraliste de produits d'assurances affinitaires, grâce à la data et aux technologies marketing.

ADLP Assurances exerce depuis sa création en 2013, une activité de courtage en assurance et est, à ce titre, inscrite à l'ORIAS dans la catégorie des courtiers d'assurance. Elle développe sous le nom AvoCotés une gamme diversifiée de produits d'assurance et d'assistance du particulier, destinés à apporter des solutions aux incidents ou accidents de la vie quotidienne : dépannage d'urgence à domicile, assurances en cas de blessure ou d'accident, protection juridique, assurance vol des effets personnels, cyber-assurance du particulier, perte d'autonomie, santé.

Ces produits sont commercialisés exclusivement à distance, dans une approche cross-canal, en utilisant tous les canaux de distribution (courrier, téléphone, courriel, sites internet, publicité et/ou asilage). ADLP Assurances développe des partenariats avec des entreprises de divers secteurs (Distribution, Services, Vente à Distance, Éditeurs de presse), détentrices de larges bases de clients, et avec des professionnels de l'assurance (compagnies d'assurance, mutuelles, institutions de prévoyance, courtiers...) pour développer leur taux d'équipement.

Au premier semestre 2023, le chiffre d'affaires de la filiale ADLP Assurances (4,2 M€) a progressé de +1 % au regard d'une base de comparaison élevée en 2022, qui était en hausse de + 27 %, stimulée par l'intégration des actifs de l'AssurTech Qape et de sa complémentaire santé KOVERS.

ADLP Assurances a poursuivi ses investissements commerciaux, engagés en partenariat, à partir de ses fichiers en propre ou à travers des dispositifs digitaux, afin de développer son portefeuille de contrats générateurs de revenus récurrents. Celui-ci est soutenu par la poursuite de la croissance de l'offre d'assurance santé.

1.4. LES COMPTES SEMESTRIELS

1.4.1. Les comptes consolidés

Par rapport au 31 décembre 2022, le périmètre de consolidation a évolué en raison de l'acquisition complémentaire de titres le 12 janvier 2023 de la filiale Decide.AI détenue à 100 % par Dékuple Ingénierie Marketing B2B, la livraison d'actions gratuites le 1^{er} juin 2023 de la filiale Ividence désormais détenue à 92,5 % par le Groupe, la livraison d'actions gratuites de la filiale AWE Hong Kong désormais détenue à 51 % par Dékuple Ingénierie Marketing B2B et la livraison d'actions gratuites de la filiale Rocket Marketing désormais détenue à 59,6 % par Dékuple Ingénierie Marketing. Le périmètre de consolidation a également évolué avec la dissolution de la société Laboratoires Yssena le 30 avril 2023 à la suite de la Transmission Universelle de Patrimoine à ADLPartner et la déconsolidation de la filiale ADL Servicios de Fidelização car non significatif.

Le chiffre d'affaires semestriel du Groupe s'établit à 96,1 M€ en hausse de +7,0 M€, soit +7,9 % par rapport au premier semestre 2022. La marge brute du semestre est en hausse de 9,6 % à 78,9 M€, contre 72,0 M€ au premier semestre 2022.

Dans un contexte d'investissements importants, l'EBITDA retraité² s'élève à 10,7 M€, en retrait de - 1,8 M€ par rapport à l'année précédente, pour représenter 13,6 % de la marge brute du semestre contre 17,5 % un an plus tôt.

Le résultat opérationnel atteint 7,1 M€ au premier semestre 2023 contre 9,7 M€ au premier semestre 2022, soit une baisse de - 26,7 %. Cette évolution s'explique principalement par i) le maintien d'investissements commerciaux significatifs dans l'offre Magazines, ii) l'intégration dans les résultats des offres Marketing Digital des investissements de structuration nécessaires pour accompagner leur dynamique de forte croissance (renforcement des fonctions support et partners en Conseil notamment), et iii) une contribution négative de la filiale espagnole au résultat consolidé. En sens positif, la filiale ADLP Assurances confirme l'amélioration de sa rentabilité.

La charge d'impôt au premier semestre 2023 s'établit à 2,2 M€ contre 2,4 M€ au premier semestre 2022.

Dans ces conditions, et après prise en compte du résultat net des participations mises en équivalence, le résultat net consolidé du Groupe ressort, pour le premier semestre 2023, à 4,9 M€ contre 6,9 M€ au premier semestre 2022. Le résultat net part du Groupe est de 5,0 M€ une fois pris en compte les intérêts des minoritaires.

Après prise en compte du résultat du semestre et de la distribution du dividende ordinaire de 3,5 M€ effectué en juin 2023 par la société ADLPartner, les capitaux propres du Groupe au 30 juin 2023 progressent de 0,4 M€ pour s'établir à 37,7 M€, contre 37,3 M€ au 31 décembre 2022.

Malgré un contexte d'investissements soutenus, la trésorerie nette du Groupe se maintient à 58,4 M€ au 30 juin 2023, contre 58,5 M€ au 31 décembre 2022 et 40,2 M€ au 30 juin 2022. Le tableau des flux de trésorerie nette (au chapitre 2.1.4.) traduit de façon détaillée ces variations.

1.4.2. Le portefeuille d'abonnements à durée libre

Le portefeuille d'abonnements à durée libre gérés par le Groupe était de 2 247 k unités au 31 décembre 2022 ; il atteignait 2 114 k abonnements au 30 juin 2023. Notons que le Groupe détient les droits financiers afférents à chaque abonnement à durée libre.

La valeur du portefeuille d'abonnements à durée libre, nette d'impôts (part du groupe), passe de 110,2 M€ au 31 décembre 2022 à 106,7 M€ au 30 juin 2023.

² L'EBITDA (résultat opérationnel courant avant dotation aux amortissements, impôts et taxes) est retraité de l'impact IFRS2 des attributions d'actions gratuites et de l'impact IFRS16 lié au retraitement des charges de loyers. L'EBITDA retraité permet de mieux refléter la performance opérationnelle de la société, indépendamment de sa politique d'attraction et de fidélisation de ses collaborateurs.

Cette évolution de la valeur de l'actif réel n'est pas prise en compte dans les états comptables consolidés.

La valeur du portefeuille d'abonnements à durée libre est calculée en actualisant les revenus nets futurs que vont générer ces abonnements tout au long de leur durée de vie grâce à la connaissance statistique que la société a accumulée depuis plusieurs années du comportement de ces abonnements en France et dans ses filiales.

La courbe de vie des abonnements recrutés par une opération promotionnelle permet de déterminer à tout moment l'espérance de vie résiduelle des abonnements restants. En appliquant au nombre des abonnements restant à servir le revenu moyen constaté et la marge sur coûts directs (déduction faite des remises à payer), on obtient la contribution nette restant à recevoir des abonnements résiduels correspondant à une opération.

L'actualisation de cette contribution, à un taux, fonction du coût de l'argent et d'une prime de risque, donne la valeur de ce portefeuille d'abonnements. Celle-ci est ensuite corrigée de l'impôt latent.

Le détail des valeurs de portefeuille d'abonnements à durée libre, nettes d'impôts (part du groupe), se présente ainsi :

En k€	Valeur du portefeuille ADL (nette d'impôts) (part du groupe)	
	au 30/06/2023*	au 31/12/2022*
France	106 282	109 773
Espagne	406	470
Total	106 688	110 243

* valeur de portefeuille selon la norme IFRS15

1.5. TRANSACTIONS AVEC LES PARTIES LIÉES

Il n'y a pas eu de nouvelles transactions entre parties liées durant le premier semestre 2023, qui ont influé significativement sur la situation financière ou les résultats du Groupe et de la société au cours de cette période. Pendant cette même période, aucune modification n'affectant les transactions entre parties liées décrites dans le dernier rapport annuel, qui pourrait influencer significativement sur la situation financière ou les résultats du Groupe et de la société, n'est intervenue.

1.6. PRINCIPAUX FACTEURS DE RISQUES ET INCERTITUDES

Les risques relatifs à l'activité du Groupe et de ses filiales sont décrits en détail au chapitre 1.4. du rapport financier annuel 2022. Cette analyse reste valable pour l'appréciation des principaux risques et incertitudes auxquels le Groupe pourrait être confronté dans les six mois restants de l'exercice. A la date de publication du présent rapport, la persistance d'une conjoncture macroéconomique difficile engendre des incertitudes sur l'activité, la performance et les perspectives du Groupe.

1.7. EVÉNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE DES COMPTES ET PERSPECTIVES

1.7.1. Événements postérieurs

1. Prise de participation majoritaire au capital de la société Le Nouveau Bélier

Au cours du troisième trimestre 2023, le Groupe a conclu une prise de participation majoritaire au capital de la société Le Nouveau Bélier, référence du conseil en stratégie publicitaire, experte du Retail.

Fondée en 2008, l'agence Le Nouveau Bélier, composée de 25 talents, s'est établie comme un des experts incontestés dans le domaine de la stratégie publicitaire dans le secteur du Retail. En combinant créativité et expertise pointue du marché, Le Nouveau Bélier a bâti une réputation solide en élaborant des campagnes publicitaires à succès pour de grandes marques de distribution (Gamm Vert, Interflora, Match, Metro, Euromaster, Florajet, Darty...).

En rejoignant l'écosystème du Groupe DÉKUPLE, l'agence Le Nouveau Bélier bénéficiera d'un accès privilégié aux expertises et solutions data-marketing avancées du Groupe. L'intégration des stratégies publicitaires et marketing cross-canal basées sur le digital et la data permettra à l'agence d'augmenter considérablement son spectre d'accompagnement et de renforcer son statut d'agence conseil lead 360 auprès des marques du Retail.

Pour le Groupe DÉKUPLE, c'est une nouvelle étape franchie dans son ambition d'accompagner largement les annonceurs du Retail en couvrant les sujets de marque, de publicité et de marketing et en s'appuyant sur la créativité, la data et la technologie. Plus globalement, cette nouvelle opération de croissance externe s'inscrit dans la stratégie du Groupe visant à devenir un leader du data marketing en Europe d'ici 2025.

Le Nouveau Bélier est une société rentable, qui réalise plus de 3 M€ de marge brute annuelle. La société sera consolidée dans les comptes du Groupe DÉKUPLE à compter du 1^{er} juillet 2023.

2. Prise de contrôle de la société Intelligence Senior

Au cours du troisième trimestre 2023, le Groupe a pris le contrôle de la société Intelligence Senior (ex-Grand Mercredi) à travers une augmentation de capital souscrite par compensation de créances. Le Groupe en détient désormais 67,4 % du capital. Cette opération confirme la volonté du Groupe de développer des approches marketing de plus en plus affinitaires sur des cibles spécifiques, comme les + de 50 ans, pour créer davantage de "customer engagement".

1.7.2. Perspectives

Malgré les incertitudes liées à la conjoncture économique, Le Groupe DÉKUPLE maintient le cap de sa stratégie « Ambition 2025 » visant à devenir un leader européen du data marketing. Ses ressources financières lui permettent, d'une part, de poursuivre ses investissements commerciaux dans ses activités Magazines et Assurances afin de développer ses portefeuilles de contrats générateurs de revenus récurrents, et d'autre part, de soutenir le développement de ses offres de Marketing Digital par croissance organique et croissance externe.

1.8. L'ACTIONNARIAT ET LA VIE BOUSIERE

L'action DÉKUPLE a enregistré à fin juin 2023 un cours de clôture de 31,20 € (contre 30,00 € à la clôture de 2022), après avoir atteint un cours maximum de 32,80 € le 20 juin 2023.

La société a publié ses comptes annuels 2022 le 3 avril 2023, tandis que les comptes du premier semestre 2023 ont été publiés le 29 septembre 2023. En outre, plusieurs réunions et rencontres avec des investisseurs ont eu lieu au cours du semestre.

2. ETATS FINANCIERS

2.1. COMPTES CONSOLIDÉS

2.1.1. Bilan consolidé semestriel résumé

1. ACTIF

(en k€)	30/06/2023	31/12/2022
Actifs non-courants		
Ecart d'acquisition	31 408	31 031
Droits d'utilisation contrats de location	16 129	15 356
Immobilisations incorporelles	4 908	4 775
Immobilisations corporelles	4 359	4 664
Participations dans les entreprises associées	1 374	1 500
Titres non consolidés	0	109
Autres actifs financiers	2 298	2 074
Actifs d'impôts différés	3 076	3 098
Sous-Total Actifs non-courants	63 551	62 607
Actifs courants		
Stocks	2 125	4 330
Clients et autres débiteurs	51 822	53 555
Autres actifs	2 690	2 489
Trésorerie et équivalents de trésorerie	58 558	60 589
Sous-Total Actifs courants	115 194	120 962
Actifs destinés à être cédés	0	0
TOTAL ACTIFS	178 746	183 569

2. PASSIF

(en k€)	30/06/2023	31/12/2022
Capital	6 479	6 479
Réserves consolidées	26 356	19 460
Résultat consolidé	4 911	11 398
Capitaux Propres	37 746	37 337
Dont		
Part du groupe	24 119	23 916
Intérêts minoritaires	13 627	13 421
Passifs non-courants		
Provisions à long terme	2 206	1 967
Passifs financiers	42 361	44 816
Dette de loyers	13 010	12 420
Passifs d'impôts différés	261	268
Sous-Total Passifs non-courants	57 838	59 470
Passifs courants		
Provisions à court terme	265	274
Dettes fiscales et sociales	20 980	21 797
Fournisseurs et autres créditeurs	46 890	47 709
Passifs financiers	4 405	6 104
Dette de loyers	3 487	3 255
Autres passifs	7 133	7 622
Sous-Total Passifs courants	83 161	86 762
Passifs destinés à être cédés	0	0
TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS	178 746	183 569

2.1.2. Compte de résultat consolidé semestriel résumé

(En k€)	1er Semestre 2023	1er Semestre 2022
Chiffre d'Affaires Net HT	96 110	89 076
Achats consommés	(11 314)	(16 096)
Charges de personnel	(40 974)	(31 794)
Charges externes	(32 301)	(29 293)
Impôts et taxes	(1 418)	(1 407)
Dotations aux amortissements des immobilisations	(3 399)	(2 313)
Autres produits et charges d'exploitation	376	1 491
Résultat opérationnel courant	7 080	9 663
Autres produits et charges	0	0
Résultat opérationnel	7 080	9 663
Produits de trésorerie et d'équivalents de trésorerie	368	3
Coût de l'endettement financier brut	(244)	(130)
Charges financières / Produits financiers nets	124	(127)
Autres produits et charges financiers	(12)	(4)
Charge d'impôt	(2 154)	(2 378)
Quote-part du résultat net des sociétés mises en équivalence	(127)	(267)
Résultat des activités poursuivies	4 911	6 887
Résultat net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession	0	0
Résultat net	4 911	6 887
. Part du groupe	5 007	6 581
. Intérêts minoritaires	(96)	306
Résultat net part du groupe de base par action en €	1,26	1,65
Résultat net part du groupe dilué par action en €	1,23	1,62

ETAT DE RESULTAT GLOBAL	1er Semestre 2023	1er Semestre 2022
Résultat net	4 911	6 887
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres :		
Ecart de change liés à la conversion des activités à l'étranger	3	(8)
Engagements de retraite (IAS 19 révisée) : Ecart actuariel brut	(48)	12
Engagements de retraite (IAS 19 révisée) : Impôts sur écarts actuariels	12	(3)
Engagements de retraite (IAS 19 révisée) : Ecart actuariel net	(36)	9
Résultat net global	4 879	6 889
. Part du groupe	4 973	6 588
. Intérêts minoritaires	(94)	301

2.1.3. EBITDA Retraité

(En k€)	1er Semestre 2023	1er Semestre 2022
Résultat opérationnel courant	7 080	9 663
+ Dotations aux amortissements des immobilisations	3 399	2 313
+ Impôts et taxes	1 418	1 407
- Retraitement de l'impact IFRS16 des charges de loyers	(1 911)	(1 273)
+ Retraitement de l'impact IFRS2 des attributions d'actions gratuites	746	469
EBITDA Retraité	10 732	12 580

2.1.4. Tableau des flux de trésorerie nette consolidés semestriel résumé

En k€	1er Semestre 2023	1er Semestre 2022
Résultat net consolidé (y compris intérêts minoritaires)	4 911	6 887
+ / - Dotations nettes aux amortissements et provisions (à l'exclusion de celles liées à l'actif circulant)	3 547	2 424
- / + Gains et pertes latents liés aux variations de juste valeur		
+ / - Charges et produits calculés liés aux stock-options et assimilés	464	422
- / + Autres produits et charges calculés		
- / + Plus et moins-values de cession	(146)	8
- / + Profits et pertes de dilution		
+ / - Quote-part de résultat liée aux sociétés mises en équivalence	127	267
- Dividendes (titres non consolidés)		
Capacité d'autofinancement après produits financiers nets et impôt société	8 903	10 009
+ / - Charges et produits financiers nets	(124)	127
+ / - Charge d'impôt société (y compris impôts différés)	2 154	2 378
Capacité d'autofinancement avant produits financiers nets et impôt société (A)	10 933	12 514
- Impôt société versé (B)	(981)	(1 862)
+ / - Variation du B.F.R. lié à l'activité (y compris dette liée aux avantages au personnel) (C)	570	(7 988)
= FLUX NET DE TRESORERIE GENERALE PAR L'ACTIVITE (D) = (A + B + C)	10 522	2 664
- Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(1 521)	(1 198)
+ Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	150	4
- Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières (titres non consolidés)		
+ Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières (titres non consolidés)	0	1
+ / - Incidence des variations de périmètre	(3)	(1 150)
+ Dividendes reçus (sociétés mises en équivalence, titres non consolidés)		
+ / - Variation des prêts et avances consentis	(15)	(850)
+ Subventions d'investissement reçues		
+ / - Autres flux liés aux opérations d'investissement	(236)	(708)
= FLUX NET DE TRESORERIE LIE AUX OPERATIONS D'INVESTISSEMENT (E)	(1 626)	(3 902)
+ Sommes reçues des actionnaires lors d'augmentations de capital		
. Versées par les actionnaires de la société mère		
. Versées par les minoritaires des sociétés intégrées		
+ Sommes reçues lors de l'exercice des stock-options		30
- / + Rachats et reventes d'actions propres	(1 653)	(19)
- Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice		
. Dividendes versés aux actionnaires de la société mère	(3 499)	(3 510)
. Dividendes versés aux minoritaires de sociétés intégrées		
+ Encaissements liés aux nouveaux emprunts	0	8 001
- Remboursements d'emprunts	(3 971)	(1 708)
- / + Charges et produits financiers nets versés ou reçus	173	(114)
+ / - Autres flux liés aux opérations de financement	(2)	(11)
= FLUX NET DE TRESORERIE LIE AUX OPERATIONS DE FINANCEMENT (F)	(8 951)	2 669
+ / - Incidence des variations des cours des devises (G)	13	(8)
= VARIATION DE LA TRESORERIE NETTE (D + E + F + G)	(42)	1 423
Trésorerie d'ouverture	58 457	38 762
Trésorerie de clôture	58 415	40 186
Trésorerie active	58 558	41 634
Trésorerie passive	(142)	(1 448)
Trésorerie nette	58 415	40 186

2.1.5. Variation des capitaux propres consolidés

en k€	Part du groupe				TOTAL	Intérêts minoritaires	TOTAL ENSEMBLE CONSOLIDE
	Capital	Réserves liées au capital (1)	Réserves consolidées (2)	Résultat net de la période			
CAPITAUX PROPRES AU 31/12/2021	6 479	56 088	-50 301	8 491	20 757	10 011	30 769
Résultat net de la période				6 581	6 581	306	6 887
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres :							
Ecart de change liés à la conversion des activités à l'étranger			-3		-3	-5	-8
Engagements de retraite : Ecarts actuariels non recyclables en résultat			9		9	0	9
Résultat global de la période	0	0	6	6 581	6 588	301	6 889
Affectation du résultat	0	13 304	-4 812	-8 491	0	0	0
Distribution dividendes ADLPartner	0	-3 510	0	0	-3 510	0	-3 510
Impacts actions propres et attributions gratuites d'actions	0	0	439	0	439	16	455
Impacts puts sur minoritaires et earn out	0	0	1 188	0	1 188	0	1 188
Impacts goodwill	0	0	0	0	0	0	0
Impacts variations de périmètre et changements de méthode de consolidation	0	0	-770	0	-770	-417	-1 187
CAPITAUX PROPRES AU 30/06/2022	6 479	65 882	-54 250	6 581	24 693	9 912	34 605
CAPITAUX PROPRES AU 31/12/2022	6 479	65 882	-59 337	10 891	23 916	13 421	37 337
Résultat net de la période				5 007	5 007	-96	4 911
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres :							
Ecart de change liés à la conversion des activités à l'étranger			1		1	2	3
Engagements de retraite : Ecarts actuariels non recyclables en résultat			-36		-36		-36
Résultat global de la période	0	0	-35	5 007	4 973	-94	4 879
Affectation du résultat	0	8 586	2 306	-10 891	0	0	0
Distribution dividendes ADLPartner	0	-3 499	0	0	-3 499	0	-3 499
Impacts actions propres et attributions gratuites d'actions	0	0	-1 100	0	-1 100	16	-1 084
Impacts puts sur minoritaires et earn out	0	0	0	0	0	0	0
Impacts goodwill	0	0	0	0	0	116	116
Impacts variations de périmètre et changements de méthode	0	0	-170	0	-170	168	-2
CAPITAUX PROPRES AU 30/06/2023	6 479	70 969	-58 336	5 007	24 119	13 627	37 746

(1) Primes d'émission, d'apport, de fusion + réserve légale + autres réserves + report à nouveau se retrouvant dans les comptes sociaux d'ADLPartner

(2) Réserves groupe + écart de conversion

2.2. ANNEXE AUX ÉTATS FINANCIERS CONSOLIDÉS RÉSUMÉS D'ADLPARTNER AU 30 JUIN 2023

TABLE DES MATIERES DE L'ANNEXE AUX ETATS FINANCIERS

1. INFORMATIONS GÉNÉRALES.....	52	4.2. Impôt sur les sociétés	57
2. RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES.....	53	5. INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES.....	58
3. NOTES RELATIVES AU BILAN.....	55	5.1. Engagements donnés et reçus.....	58
3.1. Distribution de dividendes.....	55	5.2. Événements postérieurs à la clôture	58
3.2. Goodwill & Immobilisations incorporelles	55	5.3. Passif éventuel	58
3.3. Participation dans les entreprises associées	55	6. INFORMATIONS SECTORIELLES	58
3.4. Passifs financiers.....	56	7. TRANSACTION AVEC LES PARTIES LIÉES..	59
4. NOTES RELATIVES AU COMPTE DE RESULTAT	56		
4.1. Chiffre d'Affaires.....	56		

1. INFORMATIONS GÉNÉRALES

Le Groupe ADLPartner (dont la marque commerciale est Groupe DEKUPLE), conçoit, commercialise et met en œuvre des services de fidélisation et d'animation de la relation clients sur l'ensemble des canaux de distribution. Le Groupe se structure autour de trois activités principales :

- Magazines services de presse,
- Marketing Digital (Conseil, Ingénierie Marketing France et Espagne)
- Courtage d'assurances.

La clientèle prospectée sur les Activités Magazines et Courtage d'Assurances est issue :

- Soit de fichiers de noms détenus en propre,
- Soit de fichiers fournis par des enseignes partenaires dans le cadre d'opérations de marketing de fidélisation.

La clientèle de l'activité Marketing Digital est constituée d'entreprises, le Groupe travaille avec la plupart des entreprises du SBF 120.

La société tête de groupe est ADLPartner, SA à conseil d'administration de droit français au capital de 6 478 836,00 €, ayant son siège social 3 avenue de Chartres - 60 500 Chantilly, immatriculée sous le numéro RCS Compiègne 393 376 801, dont les actions sont négociées sur Euronext Paris - compartiment C - Isin FR0000062978.

Le conseil d'administration a donné son autorisation de publication des états financiers consolidés au 30 juin 2023, le 29 septembre 2023.

Faits significatifs du 1^{er} semestre 2023

Le chiffre d'affaires consolidé du Groupe est en hausse de +7,0 M€ (soit + 7,9 %) pour s'établir à 96,1 M€ au premier semestre 2023 contre 89,1 M€ au premier semestre 2022. Cette augmentation s'appuie sur une forte croissance des activités de Marketing Digital, qui représentent au premier semestre 57,8 % du chiffre d'affaires contre 50,8 % pour la même période de 2022.

La société Laboratoires Yssena a fait l'objet d'une Transmission Universelle de Patrimoine dans la société ADLP Partner au 30 avril. La société Converteo a acquis le fonds de commerce de la société Synomia pour une valeur de 125 K€. Cette acquisition a engendré la comptabilisation d'un goodwill complémentaire du même montant.

Aucun autre évènement significatif n'est intervenu au cours du 1^{er} semestre 2023.

2. REGLES ET METHODES COMPTABLES

2.1 Principes de préparation des états financiers consolidés résumés

Les états financiers consolidés semestriels résumés ont été préparés en conformité avec la norme IAS 34 – Information financière intermédiaire. Ils doivent donc être lus en relation avec les états financiers consolidés du Groupe au 31 décembre 2022, établis conformément aux normes internationales d'information financière (IFRS).

Les états financiers consolidés résumés au 30 juin 2023, sont établis selon les principes et méthodes comptables appliqués par le groupe aux états financiers consolidés de l'exercice 2022, à l'exception des normes et interprétations adoptées par l'Union européenne applicables pour le groupe à compter du 1^{er} janvier 2023 et décrites ci-après.

Nouvelles normes et interprétations applicables

Nouvelles normes, interprétations et amendements d'application obligatoire en 2023 :

Les normes et nouveaux amendements d'application obligatoires au 1^{er} janvier 2023 n'ont pas eu d'impact significatif sur les comptes du Groupe au 30 juin 2023.

- IFRS 17 & Amendement à IFRS 17 : Contrat d'assurance
- Amendements à IAS 1 : Information à fournir sur les principes comptables ;
- Amendements à IAS 8 : Définition d'une estimation comptable
- Amendements à IAS 12 : Réforme internationale Pilier II – Taux d'imposition local minimum de 15 % pour les grandes entreprises

Nouvelles normes, amendements ou interprétations applicables par anticipation dès l'exercice 2023

En 2023, le Groupe n'a pas opté pour une application anticipée de normes.

Nouvelles normes, interprétations et amendements non encore applicables au 30 juin 2023 :

Les textes potentiellement applicables au groupe, publiés par l'IASB, mais non encore adoptés par l'Union Européenne sont décrits ci-dessous. Ils ne seront applicables que sous réserve de leur approbation par l'Union Européenne :

- Amendements à IAS 1 : Classement des passifs courants ou non courants ;
- Amendements à IAS 1 : Présentation des méthodes comptables ;
- Amendements à IFRS 16 : Clarification concernant la comptabilisation ultérieure d'un loyer variable sur les accords de cession-bail ;
- Amendements à IAS 7 et IFRS 7 : Information concernant les accords de financement des fournisseurs y compris le reverse factoring

L'établissement des comptes consolidés, conformément aux principes établis par les IFRS, implique que la Direction procède à un certain nombre d'estimations et retienne certaines hypothèses qui ont une incidence sur les montants portés à l'actif et au passif, et sur les montants portés aux comptes de produits et de charges au cours de la période. Ces estimations sont basées sur l'hypothèse de la continuité d'exploitation et sont établies en fonction des informations disponibles lors de leur établissement.

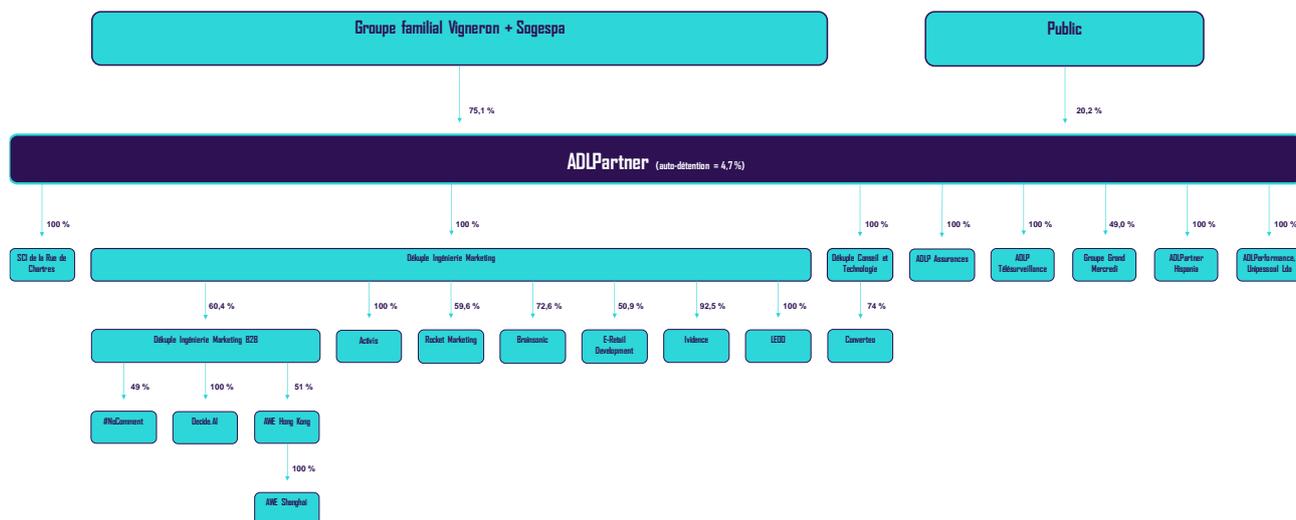
Les principales estimations faites par la Direction lors de l'établissement des états financiers portent notamment sur les hypothèses retenues pour le calcul des engagements de retraites, les hypothèses retenues pour le calcul des puts sur minoritaires, le taux d'impôt théorique pour le calcul des impôts différés, le montant des provisions retenues pour les litiges par exemple. Ces estimations et hypothèses sont décrites dans l'annexe aux comptes consolidés au 31 décembre 2022.

2.2 Informations relatives au périmètre de consolidation

Par rapport au 31 décembre 2022, le périmètre de consolidation a évolué de la façon suivante :

- La société Laboratoires Yssena a été dissoute le 30 avril 2023 à la suite de la Transmission Universelle de Patrimoine à ADLPartner.
- Livraison d'actions gratuites le 1^{er} juin 2023 de la filiale Ividence désormais détenue à 92,5 % par le groupe.
- Acquisition complémentaire de titres le 12 janvier 2023 de la filiale Decide.AI détenue à 100 % par Dékuple Ingénierie Marketing B2B.
- Livraison d'actions gratuites de la filiale AWE Hong Kong désormais détenue à 51 % par Dékuple Ingénierie Marketing
- Livraison d'actions gratuites de la filiale Rocket Marketing désormais détenue à 59,6 % par Dékuple Ingénierie Marketing
- Déconsolidation de la filiale ADL Servicos de Fidelização car non significatif

L'organigramme au 30 juin 2023 se présente comme suit :



Les titres auto-détenus représentent 4,7 % du capital d'ADLPartner.

3. NOTES RELATIVES AU BILAN

3.1. Distribution de dividendes

Une distribution de dividendes de 0,88 € par action a été votée par l'assemblée générale du 16 juin 2023, et mise en paiement le 23 juin 2023.

3.2. Goodwill & Immobilisations incorporelles

Au 30 juin 2023, la revue des principales hypothèses à partir des données réelles constatées au cours du premier semestre 2023 n'a pas conduit à l'identification d'un indice de perte de valeur nécessitant la constatation d'une dépréciation.

En k€	Valeur nette comptable au 30/06/2023	Valeur nette comptable au 31/12/2022
ADLPartner	0	0
ADLP Assurances	190	190
Dékuple Ingénierie Marketing	23 874	23 621
Dékuple Conseil et Technologie	7 344	7 220
Goodwill	31 408	31 031

Les goodwill sont testés annuellement dans le cadre des unités génératrices de trésorerie (UGT) auxquels ils sont alloués.

Marque OFUP	0	0
Autres immobilisations incorporelles	4 908	4 775
Immobilisations incorporelles	4 908	4 775

3.3. Participation dans les entreprises associées

Le groupe détient des participations dans des entreprises associées comptabilisées selon la méthode de la mise en équivalence dans les états financiers consolidés.

En K€	30/06/2023	31/12/2022
Goodwill	1 393	1 393
Quote-part de capitaux propres	108	207
Résultat des sociétés mises en équivalence	-127	-100
Titres mis en équivalence	1 374	1 500

3.4. Passifs financiers

Les passifs financiers regroupent les découverts bancaires, emprunts bancaires et emprunts et dettes financières diverses.

En k€

Passifs financiers non-courants	30/06/2023	31/12/2022
Découverts bancaires	0	0
Emprunts bancaires	22 262	24 717
Emprunts et dettes financières diverses	20 099	20 099
TOTAL	42 361	44 816

Les « Emprunts et dettes financières diverses » sont constitués par la juste valeur de l'engagement de rachat auprès des actionnaires minoritaires de Converteo, de Dékuple Ingénierie Marketing B2B, de Rocket Marketing, de Groupe Grand Mercredi, de Brainsonic et de Smart Traffik.

En k€

Passifs financiers courants	30/06/2023	31/12/2022
Découverts bancaires	142	2 132
Emprunts bancaires	4 228	3 935
Emprunts et dettes financières diverses	35	37
TOTAL	4 405	6 104

4. NOTES RELATIVES AU COMPTE DE RESULTAT

4.1. Chiffre d'Affaires

Le volume d'affaires brut du Groupe est constitué par les ventes d'abonnements, de livres et d'autres produits culturels, de contrats d'assurances, de prestations de services marketing et de conseil.

Dans le cas des ventes d'abonnements, le chiffre d'affaires (dont la détermination repose sur le statut français de commissionnaire de presse) est évalué à la juste valeur de la contrepartie reçue ou à recevoir, nette de la quote-part éditeurs, des annulations clients, des remises accordées et des taxes basées sur les ventes ; il correspond donc en réalité à une marge brute. ADLPartner joue un rôle d'agent entre les abonnés et les éditeurs suivant les dispositions d'IFRS 15.

Le chiffre d'affaires relatif à la vente d'Abonnements à Durée Libre (ADL) est comptabilisé au fur et à mesure du service des abonnements par les éditeurs.

Le chiffre d'affaires relatif à la vente d'Abonnements à Durée Déterminée (ADD) est comptabilisé lors de la transmission des avis de mise en service auprès des éditeurs. Dans le cas des ventes de Livres, Objets, Audio Vidéo (LOAV), le chiffre d'affaires est évalué à la juste valeur de la contrepartie reçue ou à recevoir, nette des annulations, des remises accordées et des taxes basées sur les ventes. Il est comptabilisé lors de la transmission au prestataire des avis de livraison aux clients.

Pour les offres ADL et ADD, le chiffre d'affaires est reconnu à hauteur du recouvrement probable. Ce montant est approximé en comptabilisant en diminution du chiffre d'affaires, les commissions dues non reçues, du fait d'un défaut de l'abonné, constatées sur l'année.

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.

Pour les prestations de services, le chiffre d'affaires est comptabilisé au fur et à mesure de sa réalisation en fonction du degré d'avancement des contrats.

Le chiffre d'affaires net hors taxes, conforme à la définition imposée par les IFRS, se présente, par zone géographique, comme suit :

En k€	S1 2023	S1 2022	Variation
France	90 262	79 851	13,0 %
International	5 848	9 225	-36,6 %
TOTAL	96 110	89 076	7,9 %

4.2. Impôt sur les sociétés

En k€	S1 2023	S1 2022
Résultat opérationnel	7 080	9 663
Charges financières / Produits financiers nets	124	-127
Autres produits et charges financiers	-12	-4
Résultat avant impôts des activités poursuivies et avant résultat des sociétés mise en équivalence	7 192	9 533

En k€	S1 2023	S1 2022
Résultat avant impôts des activités poursuivies et résultat de mise en équivalence	7 192	9 533
Charge d'impôt	2 154	2 378
Taux d'imposition	29,9 %	24,9 %

À fin juin 2023, conformément à IAS 34, le taux effectif d'impôt est déterminé sur une base annuelle : la charge d'impôt est calculée en appliquant au résultat avant impôt de la période le taux moyen estimé pour l'exercice 2023.

5. INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

5.1. Engagements donnés et reçus

5.1.1. Engagements donnés

Aucune évolution significative par rapport au 31 décembre 2022 n'est à signaler.

5.1.2. Engagements reçus

Aucune évolution significative par rapport au 31 décembre 2022 n'est à signaler.

5.2. Évènements postérieurs à la clôture

Le 1^{er} juillet, le Groupe a procédé à la Transmission Universelle de Patrimoine de Decide AI dans Dékuple Ingénierie Marketing B2B.

Le 10 juillet, la participation minoritaire dans l'entité #No Comment a été cédée à son actionnaire majoritaire. La structure est sortie du périmètre du Groupe à cette date.

Le 28 juillet, la participation du Groupe dans Groupe Grand Mercredi est passée de 48,96 % à 67,38 % à la suite du rachat d'actionnaires minoritaires. Cette opération conduit le Groupe à une participation majoritaire. La société sera consolidée par intégration globale à partir du 1^{er} juillet alors qu'elle était précédemment mise en équivalence.

Le 2 août, le Groupe a pris une participation majoritaire dans la société Nextocom (nom commercial Le Nouveau Béliet) à hauteur de 70,00 % de son capital. Par ailleurs, le Groupe a donné aux actionnaires de la société Nextocom un engagement de rachat de leur participation dans le futur.

Fondée en 2008, Nextocom est une agence de publicité d'une trentaine de talents, spécialisée dans le retail, qui propose et met en exécution du conseil et des créations destinées aux acteurs BtoB essentiellement dans la grande distribution.

5.3. Passif éventuel

Aucun autre engagement significatif susceptible d'engendrer un accroissement des dettes par rapport à la situation du 30 juin 2023, n'a été pris postérieurement à la clôture des comptes, autres que ceux mentionnés au paragraphe 5.2.

6. INFORMATIONS SECTORIELLES

Les résultats semestriels par zone géographique sont détaillés ci-après :

	France		International		Interzone		Consolidé	
	S1 2023	S1 2022	S1 2023	S1 2022	S1 2023	S1 2022	S1 2023	S1 2022
Chiffre d'affaires net HT	90 300	79 854	5 991	9 306	-181	-84	96 110	89 076
Résultat opérationnel	7 521	9 754	-441	-91	0	0	7 080	9 663
Résultat net	5 391	7 016	-480	-129	0	0	4 911	6 887

7. TRANSACTION AVEC LES PARTIES LIEES

Aucune évolution significative par rapport au 31 décembre 2022 n'est à signaler.

3. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR L'INFORMATION SEMESTRIELLE

Période du 1^{er} janvier 2023 au 30 juin 2023

Aux Actionnaires,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale et en application de l'article L. 451-1-2 III du Code monétaire et financier, nous avons procédé à :

- L'examen limité des comptes consolidés résumés semestriels de la société ADLPartner S.A, relatifs à la période du 1^{er} janvier 2023 au 30 juin 2023, tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité.

Ces comptes semestriels consolidés résumés ont été établis sous la responsabilité du conseil d'administration. Il nous appartient, sur la base de notre examen limité, d'exprimer notre conclusion sur ces comptes.

1 Conclusion sur les comptes

Nous avons effectué notre examen limité selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. Un examen limité consiste essentiellement à s'entretenir avec les membres de la direction en charge des aspects comptables et financiers et à mettre en œuvre des procédures analytiques. Ces travaux sont moins étendus que ceux requis pour un audit effectué selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. En conséquence, l'assurance que les comptes, pris dans leur ensemble, ne comportent pas d'anomalies significatives obtenue dans le cadre d'un examen limité est une assurance modérée, moins élevée que celle obtenue dans le cadre d'un audit.

Sur la base de notre examen limité, nous n'avons pas relevé d'anomalies significatives de nature à remettre en cause la conformité des comptes consolidés résumés semestriels avec la norme IAS 34 – norme du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne relative à l'information financière intermédiaire.

2 Vérification spécifique

Nous avons également procédé à la vérification des informations données dans le rapport semestriel d'activité commentant les comptes consolidés résumés semestriels sur lesquels a porté notre examen limité.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur leur sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés résumés semestriels.

Neuilly-sur-Seine et Paris, le 29 septembre 2023

Les Commissaires aux Comptes

Grant Thornton
Membre français de Grant Thornton International

RSM Paris
Membre de RSM International

Christophe BONTE
Associé

Adrien FRICOT
Associé

4. ATTESTATION DU RESPONSABLE DU RAPPORT SEMESTRIEL 2023

J'atteste qu'à ma connaissance, les comptes consolidés résumés pour le semestre écoulé sont établis conformément aux normes comptables applicables et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière et du résultat de la société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation et que le rapport semestriel d'activité ci-dessus présente une image fidèle des événements importants survenus pendant les six premiers mois de l'exercice, de leur incidence sur les comptes, des principales transactions entre parties liées, ainsi qu'une description des principaux risques et des principales incertitudes pour les six mois restants de l'exercice.

Montreuil, le 29 septembre 2023

Bertrand Laurioz

Président du conseil d'administration

DÉKUPLE sponsorise cette année encore le Class40 Dékuple et son skipper William Mathelin-Moreaux.

Après une 2^e place sur la Rolex Fastnet Race, remportée avec son co-skipper Pietro Luciani, le duo se prépare pour la Transat Jacques Vabre qui partira le 29 octobre 2023.

Suivez l'aventure sur :
www.dekuple.com/sailing-team/

