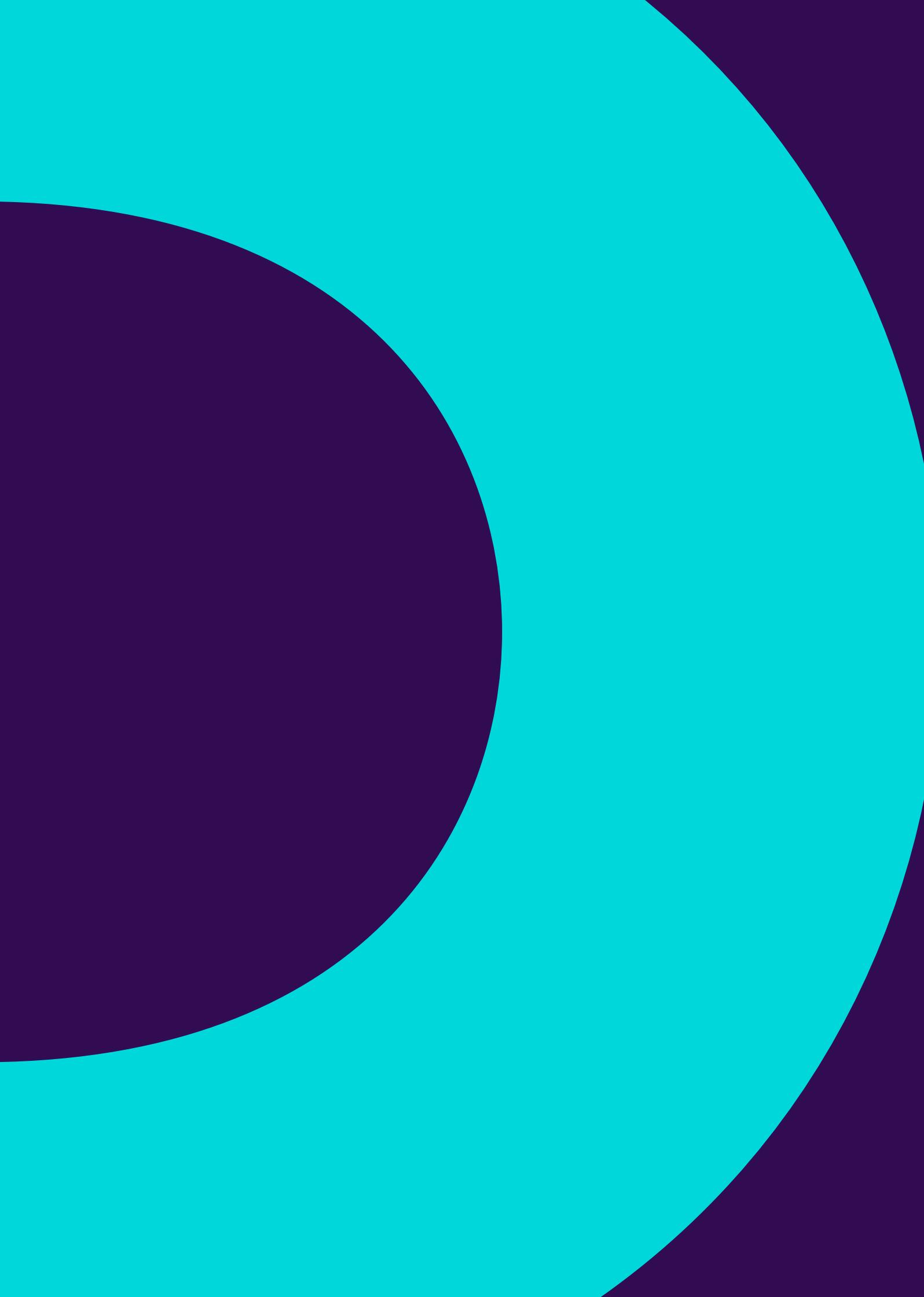




# Rapport Annuel 2023



4 Le mot de Bertrand Laurioz,  
Président Directeur Général

8 Notre modèle d'affaires

10 Notre Histoire

14 Notre organisation  
en 6 pôles commerciaux

16 Ambition 2025

18 Rétrospective 2023

46 Nos récompenses

48 Les marques qui  
nous font confiance

56 Les principaux enjeux  
RH et RSE de 2024

66 Analyse financière et  
stratégie d'investissement

68 Nos chiffres clés annuels

70 Cahier financier

# LE MESSAGE DE BERTRAND LAURIOZ

Président Directeur  
Général de DÉKUPLE



Mesdames, Messieurs, chers Actionnaires,

**Avec un chiffre d'affaires de 199,7 M€ (+10%), un résultat net part du Groupe de 12,4 M€ (+14%) et plus de 1000 collaborateurs, le Groupe franchit en 2023 une étape majeure de son plan Ambition 2025!**

L'année 2023 a été très positive pour notre Groupe. Après les crises économiques démarrées en 2022 sur l'énergie, le pouvoir d'achat et l'Ukraine, la situation géopolitique mondiale est restée très instable, mais le Groupe a résisté avec succès à ces nouveaux défis. La montée en puissance rapide de l'Intelligence Artificielle Générative a favorisé la prise de conscience par nos clients de la nécessité de renforcer la digitalisation de leur marketing et de leurs ventes, ce qui est le cœur de l'activité du Groupe DÉKUPLE. Bien que de nombreuses entreprises aient dû faire face à des pressions sur leur trésorerie, entraînant une prudence accrue dans leurs investissements marketing, notre Groupe a maintenu une trajectoire de croissance robuste et poursuivi sa transformation.

Notre chiffre d'affaires consolidé a augmenté de +10% cette année, porté principalement par la très forte croissance du Marketing Digital, qui représente maintenant 60% du chiffre d'affaires total du Groupe, contre 36% en 2020, et a enregistré une hausse soutenue de sa marge brute de +39%. Notre résultat net (part du Groupe) a progressé de +14% pour atteindre 12,4 M€, démontrant ainsi la pertinence de nos offres et l'amélioration de l'efficacité de nos opérations.

## Nos activités

◆ Notre cabinet de conseil Converteo a poursuivi sa très belle trajectoire, avec une croissance de sa marge brute de **+19,9% au cours de l'année écoulée**. Fin 2023, il comptait près de 430 consultants experts au service de nos prestigieux clients, incluant deux tiers des entreprises du CAC40. Pour accompagner cette croissance, nous avons poursuivi la structuration de Converteo en nommant de nouveaux Partners et en créant de nouvelles activités axées sur le Pricing et le Product Management. De plus, l'achat des actifs stratégiques de Synomia par Converteo a renforcé notre position de pionnier sur l'IA.

◆ Nous avons étendu nos activités d'Agences & Solutions d'ingénierie Marketing, en France, en Espagne et en Chine. En dépit de l'impact de la réduction ou du décalage de certaines campagnes subi par l'ensemble du marché, la marge brute a fortement progressé **(+76,6% en France et +11% en Espagne)**, principalement grâce à la croissance externe, avec l'intégration réussie du Nouveau Bélier et de Smart Traffik. Brainsonic et Reech ont continué leur très belle croissance, renforçant ainsi leur position de leaders dans leur domaine grâce à leurs offres différenciantes.

◆ Le marché de la presse est resté très difficile dans un contexte de consommation défavorable. Nous avons néanmoins maintenu des investissements commerciaux significatifs avec de nouvelles offres et de nouveaux partenaires, afin de soutenir notre portefeuille de contrats et consolider notre rôle vital pour les éditeurs de presse. Dans ce contexte, le chiffre d'affaires de notre activité magazines a baissé de -7,8%.



**“Notre chiffre d'affaires consolidé a augmenté de +10% cette année, démontrant ainsi la pertinence de nos offres et l'efficacité de nos opérations.”**



◆ L'activité assurance est restée stable (-1,1%, comparé à une base élevée qui était en hausse de +14,7% en 2022) et a poursuivi sa diversification avec le développement de l'offre de complémentaire santé.

### **Une capacité d'innovation renforcée grâce à la technologie et à l'IA**

Nous sommes convaincus que pour poursuivre leur développement, les marques auront besoin de plus en plus d'une parfaite intégration entre la stratégie marketing, la créativité, la communication, la data, la performance et la technologie. C'est le choix que nous avons annoncé dans notre plan Ambition 2025 et que nous poursuivons avec détermination.

Cette année a été pour le Groupe l'occasion d'une avancée considérable dans le domaine de l'Intelligence Artificielle. Dès janvier 2023, nous avons mis en œuvre un plan de formations internes visant à familiariser nos 1000 collaborateurs avec les usages et les contraintes de ces nouveaux outils de façon à irriguer l'ensemble de nos activités. Grâce à de nombreuses formations physiques et en ligne, ainsi qu'à des newsletters internes bimensuelles et à la nomination d'un « AI Evangelist » Groupe chargé d'animer les 30 « AI champions » désignés dans chacun des services du Groupe, nous avons profondément transformé notre fonctionnement et une grande partie de nos offres. Cet effort sans précédent se poursuivra en 2024.

Cette compétence majeure a été mise au service de nos clients et partenaires à travers l'adaptation et la création de nouvelles offres, la formation de plus de 50 comités exécutifs chez nos clients et la mise en place d'« AI factories » chez

# LE MESSAGE DE BERTRAND LAURIOZ

Converteo et Brainsonic pour accompagner la transformation des marques et des organisations.

Nous poursuivons par ailleurs la plateforme de nos offres pour outiller nos prestations en tirant parti de nos atouts technologiques et de notre capacité unique à exploiter des données propriétaires ou partenaires. Des avancées majeures dans ce domaine sont prévues pour 2024.

## Le Groupe DÉKUPLE devient de plus en plus visible en France et en Europe

Grâce à la pertinence et à la compétence de nos 1000 experts, nous avons gagné un nombre record de 61 prix en 2023, signe de la montée en puissance de notre créativité sur le marché. Le Groupe a été classé à la douzième position dans le classement Stratégies/Altarès.

Nous avons poursuivi notre partenariat voile avec le sponsoring du bateau Class 40 de William Mathelin-Moreaux, que nous renouvelons en 2024 pour la troisième année consécutive, avec un premier départ d'une course transatlantique en avril depuis Belle-Île-en-Mer. Ce parrainage est un moteur d'animation interne du Groupe, mais aussi une opportunité d'échanges avec les clients et partenaires.

Nous avons intensifié notre visibilité en Europe en participant à des salons, en renforçant notre communication digitale et en développant commercialement l'exportation de plusieurs de nos solutions technologiques. Des discussions sont en cours au niveau européen pour développer des partenariats étroits avec des agences leaders dans leur pays afin de renforcer le leadership européen du Groupe DÉKUPLE.

**“ Nous avons la chance de travailler dans un secteur dynamique et de pouvoir compter sur les compétences exceptionnelles de nos 1000 collaborateurs.”**



## Responsabilité Sociétale et Environnementale

Groupe familial de plus de 50 ans, nous avons toujours placé notre intégration dans nos écosystèmes au service du bien commun au cœur de nos préoccupations. C'est la profonde conviction de nos actionnaires, de notre management, de nos collaborateurs, et de nos clients et partenaires.

Au cours de 2023, nous avons poursuivi notre politique de Responsabilité Sociétale des Entreprises en ligne avec notre adhésion au Global Compact de l'ONU. Nous avons, en particulier, renouvelé notre certification ISO 14001 dans nos activités de fidélisation, poursuivi notre collaboration avec My Job Glasses. Pour la 3<sup>e</sup> année consécutive, Converteo est dans le Top 10 du classement Happy Index®AtWork secteur

conseil, à la 2<sup>e</sup> place. Nous avons également mis en œuvre les plans d'actions décidés en 2022 suite à l'évaluation de notre empreinte carbone scope 3 dans nos différentes activités. Au sein de nos principales filiales, nous avons développé des ateliers de sensibilisation sur le climat, appelés « Fresques du climat », tandis que la plateforme « Vendredi », déployée au niveau du Groupe, a renforcé l'engagement de nos collaborateurs sur les enjeux cruciaux de la RSE.

La gouvernance RSE a également été renforcée en 2023, avec la création d'un comité dédié au sein du conseil d'administration et la création d'un comité au niveau du Groupe et de nos principales activités.

### **Nous confirmons la poursuite de notre plan de croissance en 2024 et pour les années qui viennent**

La situation économique générale de ce début 2024 reste incertaine, mais nous sommes convaincus que la digitalisation et la datafication des entreprises, en particulier de leur marketing, vont poursuivre leur accélération.

Notre Groupe est parfaitement positionné pour répondre à ces enjeux. Nous abordons cette année 2024 de façon confiante, et nos équipes sont mobilisées pour poursuivre la trajectoire de croissance rentable de nos activités, en particulier des activités de marketing digital dont le poids dans le Groupe continuera à progresser fortement.

Nous assurerons cette croissance de manière organique, mais également par des acquisitions d'entreprises pouvant nous apporter des compétences complémentaires, en fonction des opportunités, en France et en Europe.

Dans le cadre de notre plan 2025, nous allons renforcer notre capacité d'innovation et mieux utiliser les nombreuses compétences technologiques du Groupe. Sur le plan social et environnemental, nous pouvons capitaliser sur les actions menées ces dernières années : marque employeur, formation de qualité, consommation et production responsables, attention au bien-être et à la santé au travail, égalité entre les sexes et plus largement la diversité des collaborateurs. En 2024, nous souhaitons nous engager encore davantage, à la mesure de l'enjeu et de l'impact que peut avoir un Groupe comme le nôtre avec ses 1000 collaborateurs.

Je suis très confiant dans notre capacité à nous adapter, à poursuivre notre croissance, à améliorer sans cesse la pertinence de nos offres et la qualité de nos livrables.

Nous avons la chance de travailler dans un secteur dynamique et de pouvoir compter sur les compétences exceptionnelles de nos 1000 collaborateurs au service de nos clients et partenaires. Nous formons un Groupe unique par son actionnariat familial stable, son organisation en groupe de multi-entrepreneurs, sa vision long terme, et la diversité de ses compétences. Nous saurons faire de 2024 une nouvelle année de succès.

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

**Bertrand Laurioz**  
**Président Directeur Général**



# Notre modèle d'affaires

## Nos ressources

### Notre écosystème diversifié d'expertises ayant pour socle le data marketing

- Entités complémentaires
- Acquisitions stratégiques
- Expertises en data marketing cross-canal
- Solutions technologiques propriétaires

### Notre capital humain

- 1001 collaborateurs engagés
- 7,5% de l'effectif à l'international
- Âge moyen : 35,7 ans
- 5,3 ans d'ancienneté moyenne
- Parité hommes femmes 53% / 47%

### Notre organisation/ gouvernance

- Groupe familial avec une forte culture entrepreneuriale
- Conseil d'administration équilibré et diversifié avec 10 membres – 65% d'indépendants – dont 4 femmes



## Nos métiers / notre stratégie

### ◆ Ambition 2025

Devenir un leader européen du data marketing cross-canal.

### ◆ Notre mission

Atteindre l'excellence data, ingénierie marketing & consulting au service de la performance business des marques dans un contexte de digitalisation et de datafication des entreprises.

### ◆ Nos offres

Conseil et service en data marketing

Mise en œuvre de dispositifs en data marketing (acquisition, activation, fidélisation, valorisation)

Analyse et mesure des performances et du ROI (image, notoriété, engagement, business)



## Partage de la valeur créée

### Clients et partenaires

- Développement des assets digitaux et data
- Apport et partage de valeur dans une relation partenariale durable
- Prestations pour plus de 500 marques BtoB et BtoC (2/3 du CAC 40 et 1/3 du SBF 120)
- Un portefeuille de 2,2 millions d'abonnements actifs à durée libre à la presse magazine
- Investissement de 2,5% du CA en R&D de solutions innovantes

### Fournisseurs

- Vigilance croissante envers les engagements RSE
- Évaluation et suivi

### Collaborateurs

- 233 recrutements en CDI en 2023
- Masse salariale globale : 51,85 M€
- 664 collaborateurs en France bénéficiant de la participation et/ou de l'intéressement
- Qualité de vie au travail
- 87% de collaborateurs formés (Plan de formations Groupe sur l'IA)

### Actionnaires et investisseurs

- Dividende proposé à l'assemblée générale : 1,04 € / action
- Progression de l'action au 31/12/2023 de +133,2% sur 5 ans
- 161,2M€ de Marge brute
- 24,9M€ d'EBITDA retraité soit 15,5% de la marge brute

### Planète

- Certification ISO 14001 pour les activités de fidélisation

- Ancrage à Montreuil et Chantilly + 8 autres implantations nationales et 3 internationales

### Nos engagements/ nos valeurs

- Valeurs et code de conduite DÉKUPLE
- Adhérent au Global

- Compact
- Charte de la diversité
  - Partenariat My Job Glasses
  - Respect RGPD et sécurisation des données

### Notre situation financière solide

- Fonds propres : 51,1 M€
- Trésorerie : 63,6 M€
- Capacité d'autofinancement avant impôts : 26,4 M€

Rémunération honoraires/forfaits/acquisition



Conseil en stratégie digitale et data (25 % du CA 2023)



Agences et solutions (35 % du CA 2023)

Financement en propre de l'acquisition de clients et partage de revenus



Fidélisation par la presse magazine (35,8 % du CA 2023)



Courtage d'assurance (4,2 % du CA 2023)

### Nos piliers RSE

- Renforcer notre éthique et notre transparence
- Favoriser l'attraction et la rétention des talents
- Être un acteur social en cohérence avec nos valeurs
- Aligner nos activités sur les enjeux environnementaux

- Réduction des émissions de GES et bilan carbone
- Éco-conception des campagnes et dispositifs marketing offline et online
- Consommation énergétique maîtrisée

### État et société civile

- Relations avec la société civile : 13 ans de partenariat ONF, sponsoring voile

### Contributions



# Découvrez l'histoire du Groupe DÉKUPLE

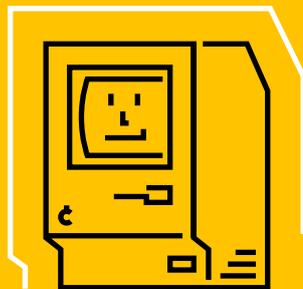
## LES ANNÉES 1970

- 1972** Création de la société France Abonnements par Philippe Vigneron
- 1978** Création de la première base CRM



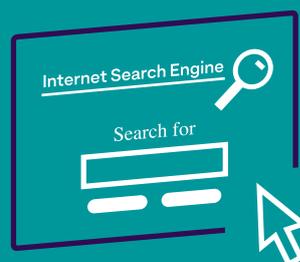
## LES ANNÉES 1980

- 1988** Lancement de l'abonnement magazine à durée libre
- 1989** Premiers partenariats en marque blanche



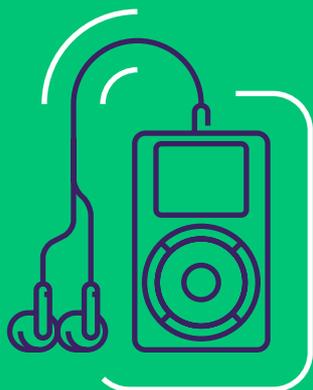
## LES ANNÉES 1990

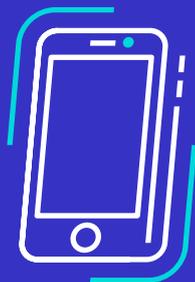
- 1994** Création d'ADLPartner
- 1998** Première opération de marketing par e-mail et introduction en bourse d'ADLPartner (raison sociale)



## LES ANNÉES 2000

- 2005** Première opération de marketing SMS. Fusion d'ADLPartner et France Abonnements  
Jean-Marie Vigneron prend la Présidence du Directoire d'ADLPartner
- 2006** Première opération de géo-targeting
- 2008** Création du pôle data ADLPartner





## LES ANNÉES 2010

- 2012** Activis rejoint le Groupe
- 2013** Création du courtier ADLP Assurances
- 2014** Converteo rejoint le Groupe
- 2015** Leoo rejoint le Groupe
- 2016** Création de la marque commerciale ADLPerformance
- 2018** Création de Converteo Technology
- 2019** Bertrand Laurioz prend la Présidence du Directoire du Groupe ADLPerformance (3<sup>e</sup> dirigeant familial)



## LES ANNÉES 2020

**2020** ADLPartner devient une SA à conseil d'administration. Bertrand Laurioz est nommé Président Directeur Général

Ividence, Pschhh et AWE rejoignent le Groupe

**2021** ADLPerformance devient DÉKUPLE

Lancement de DÉKUPLE Ingénierie Marketing

DÉKUPLE prend une participation majoritaire dans Reech, agence de Marketing d'influence

Lancement de la Customer Data Platform Decide AI

Lancement de l'offre d'achat média internalisé: Shift by Converteo

DÉKUPLE entre au capital du Groupe Grand-Mercredi

L'AssurTech Qape/KOVERS rejoint DÉKUPLE

**2022** DÉKUPLE fête ses 50 ans

DÉKUPLE sponsorise le skipper William Mathelin-Moreaux pour la Route du Rhum 2022

DÉKUPLE prend une participation majoritaire dans Brainsonic, agence de marketing d'engagement

DÉKUPLE prend une participation majoritaire dans Smart Traffik et renforce ses solutions au service des marques du Retail

**2023**

Le Nouveau Béliet, agence conseil en stratégie publicitaire, experte du Retail, rejoint le Groupe DÉKUPLE

Le Groupe lance ses formations sur l'Intelligence Artificielle Générative

Converteo fait l'acquisition des actifs stratégiques de Synomia

DÉKUPLE lance ReThink & ReBoost Retail Marketing

# Groupe de multi-entrepreneurs



+ de  
**1000**  
collaborateurs



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 199,7 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2023. Présent en Europe et en Chine, le Groupe emploie plus de 1000 collaborateurs animés par des valeurs communes : l'esprit de conquête, le respect et l'entraide.

+ de  
**500**  
clients dont  
**150**  
marques de  
Retail



Retail:  
**1er**  
secteur  
du Groupe



**12<sup>e</sup>**  
au classement  
Stratégies/  
Altarès 2023



# Notre organisation en 6 pôles commerciaux

## Conseil et services en marketing digital

### 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, le cabinet œuvre pour le transfert de compétences.

### Engagement marketing



Brainsonic est une « blended agency » de plus de 120 talents de tous horizons, qui combine étroitement compétences éditoriales, créatives et techniques. L'agence imagine des dispositifs destinés à engager les audiences (BtoC, BtoB et collaborateurs).

### 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 pour maximiser les performances data marketing.

### 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.

## Activités marketing à portefeuille BtoC

### Courtage en Assurance



DÉKUPLE assurance propose des produits d'assurance par marketing direct via la marque BtoC AvoCotés Assurances. Le pôle développe également également des programmes de fidélisation à destination des clients et prospects de marques partenaires.

Enfin, il propose nos services à des assureurs, mutuelles...

### 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 Pôle commercialise également une offre de services ludo-éducatifs à destination des familles.

# Notre conseil d'administration



**Bertrand Laurioz**  
Président Directeur Général  
Président du comité  
du développement



**Claire Vigneron Brunel**  
Administratrice  
Présidente du comité RSE



**Caroline Desaegher**  
Administratrice  
Membre du comité RSE  
Membre indépendant



**Roland Massenet**  
Administrateur  
Président du comité d'audit  
Membre du comité  
du développement  
Membre indépendant



**Marc Vigneron**  
Administrateur



**Isabelle Vigneron  
Laurioz**  
Administratrice  
Membre du comité RSE



**Delphine Grison**  
Administratrice  
Membre du comité d'audit  
Membre du comité des  
nominations et rémunérations  
Membre indépendant



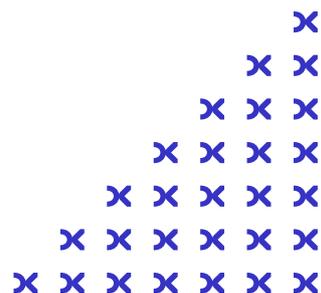
**Stéphane Treppoz**  
Administrateur  
Membre du comité  
du développement  
Membre indépendant



**Xavier Gandillot**  
Administrateur  
Président du comité  
des nominations  
et rémunérations  
Membre indépendant



**Dinesh Katiyar**  
Censeur  
Membre du comité  
du développement  
Membre indépendant



# Ambition 2025

## Devenir un leader européen du data marketing cross-canal

- ◆ **Poursuivre une croissance coordonnée des 6 pôles** en conservant notre profil diversifié et résilient avec des activités récurrentes et de croissance en BtoB et en BtoC.
- ◆ **Continuer à nous diversifier autour de la data, du digital et du marketing** par croissance organique & croissance externe.
- ◆ **Mutualiser nos compétences** data marketing.
- ◆ **Investir dans la technologie** comme vecteur de transformation et de différenciation.
- ◆ **Renforcer notre ancrage européen.**
- ◆ **Doubler notre chiffre d'affaires** entre 2020 et 2025.



### Pôle conseil & technologie (Converteo)

- **Intensifier** le développement des 6 practices: Data & Business Consulting, Analytics et conversion, media, Data technologies, Product management et CRM.
- **Développer** de nouvelles activités: internalisation média, conseil Product

Management.

- **Se doter** d'un asset data technologique: analytics sur abonnement.
- **Diversifier** nos expertises data pour le marketing et les autres départements de l'entreprise.



### Pôle engagement marketing (Brainsonic)

- **Continuer à développer** nos 5 pôles d'expertises: Brand, Corp, Content, Social, Event pour nourrir nos approches 360°.
- **Développer nos approches** data-driven grâce aux expertises et solutions du Groupe.

- **Devenir** une des agences 360° majeures du marché pour être choisie comme "Agence lead" par de grandes marques sur leurs stratégies d'engagement marketing (BtoC, BtoB et collaborateurs) utilisant l'ensemble de nos expertises.



### Pôle agences et solutions France

- **Être l'agence** de services marketing, one-stop-shop des décideurs marketing sur des problématiques BtoC et BtoB.
- **Nous hisser** au niveau des grandes agences du marché.
- **Poursuivre** la construction d'assets

technologiques permettant de consolider nos data afin d'être toujours plus pertinent et performant.

- **Poursuivre** nos acquisitions de sociétés spécialisées et complémentaires.



### Pôle agences et solutions Iberia

- **Devenir** le leader des services de promotion et de fidélisation en Espagne et au Portugal.
- **Développer** de nouveaux secteurs.
- **Industrialiser** et automatiser davantage nos programmes.

- **Étendre** nos services aux sujets de Customer Expérience 360°, par croissance organique ou externe.
- **Enrichir** notre catalogue de cadeaux et d'expériences.



### Pôle solutions abonnements

- **Poursuivre** l'accompagnement des éditeurs dans leurs enjeux de digitalisation et de diversification.
- **Renforcer** le nombre de nos marques partenaires, en leur apportant un service affinitaire et fidélisant.

- **Innover** en termes de mix-marketing et de data marketing.
- **Faire évoluer et diversifier** nos offres en fonction des cibles et de l'évolution des usages.



### Pôle assurance

- **Poursuivre** notre développement en tant que courtier généraliste, en créant des assurances conçues pour nos cibles et distribuées sous la marque AvoCotés.
- **Continuer** à aider nos partenaires

assureurs en distribuant, en marque blanche, leurs produits.

- **Développer** la distribution d'assurances plus affinitaires, en partenariat ou pour notre propre compte.

# Ce que nous avons fait en 2023

- ◆ **Croissance de +10,2% en 2023**, nous permettant de maintenir notre ambition de doublement du chiffre d'affaires consolidé entre 2020 et 2025.
- ◆ **Le marketing digital** représente désormais 60% du chiffre d'affaires du Groupe.
- ◆ **Prise de participation dans Le Nouveau Béliér**, agence conseil en stratégie publicitaire, experte du Retail
- ◆ **Acquisition des actifs de Synomia**, entreprise pionnière dans le domaine de l'Intelligence Artificielle et de l'analyse sémantique.
- ◆ **Poursuite de notre programme d'innovation.**
- ◆ **Product Management**: mise en œuvre de notre stratégie sur nos offres technologiques initiée en 2022.
- ◆ **Intelligence Artificielle**: programmes de formations internes et externes et mise en œuvre de projets internes et de projets clients intégrant l'IA.
- ◆ **61 récompenses** pour les projets marketing menés pour nos clients.

- ◆ **Croissance de +19,9% de la marge brute en 2023.**
- ◆ **Acquisition de Synomia**, entreprise pionnière dans le domaine de l'Intelligence Artificielle et de l'analyse sémantique.
- ◆ **Organisation du cabinet en 6 pratiques principales** (Data x Business Consulting, Analytics x Conversion, Product management, Media, CRM, Data Technologies).
- ◆ **Lancement d'une nouvelle offre Pricing Strategy**, Opérations & Solutions.
- ◆ **Développement des sujets IA** autour de projets de création de contenus personnalisés à l'échelle, gestion de la relation client, amélioration de la qualité des données, knowledge management, analyses de données, optimisation de processus...
- ◆ **Pour la 3<sup>e</sup> année consécutive, Convertteo est dans le Top 10** du classement Happy Index® AtWork secteur conseil, à la 2<sup>e</sup> place.

- ◆ **Croissance de +9,5% de la marge brute en 2023.**
- ◆ **Gain de 11 nouveaux clients** parmi lesquels Céréral Bio, Yomoni, Tediber, UGC dont Brainsonic est agence lead.
- ◆ **Lancement de l'offre NO TREND** pour accompagner les marques à bâtir des stratégies de contenus pérennes et efficaces sur TikTok.
- ◆ **Transformation de l'agence autour des IA génératives**, faisant de Brainsonic l'agence de communication "IA Centric" du marché.
- ◆ **Obtention de 45 récompenses créatives.**

- ◆ **Croissance de +33,3% de la marge brute** notamment grâce à la pleine intégration de Smart Traffik et de l'agence Le Nouveau Béliér.
- ◆ **Lancement de l'offre «Reech Learning Program»** permettant de former les professionnels à l'influence. En outre, Reech a été certifié par Meta en devenant Meta Business Partner.
- ◆ **Croissance forte des activités de DÉKUPLE Ingénierie Marketing B2B en Chine (+63%)** où nous accompagnons le développement de grandes entreprises françaises sur ce marché.
- ◆ **Obtention de 15 prix** témoignant de l'expertise de ses agences.

- ◆ **Réorganisation de l'équipe et adaptation des effectifs** au volume d'activité avec une amélioration significative de la marge brute malgré la réduction du volume d'affaires.
- ◆ **Consolidation de notre activité d'influence marketing en synergie avec Reech**, en développant des campagnes avec des grandes marques. En 2023, nous avons réalisé plusieurs campagnes avec DECIMAS, Burger King, Alain Afflelou et AEG-Electrolux.
- ◆ **Allocation de ressources et d'effectifs** à la recherche de synergies commerciales et opérationnelles avec le Groupe.

- ◆ **Relance de la marque France Abonnements** avec une nouvelle offre pour séduire les plus jeunes.
- ◆ **Lancement du premier portail ludo-éducatif "A Vos Kids".**
- ◆ **Sophistication de nos modèles data** pour soutenir l'accélération de notre marketing de précision.
- ◆ **Fort développement du e-commerce dans nos parcours.**
- ◆ **Premiers tests IA** (vérification de la mise à jour des couvertures de magazines, génération de contenu).

- ◆ **Amélioration de la rentabilité du pôle.**
- ◆ **Augmentation des opérations sur la santé** et du portefeuille constitué.
- ◆ **Lancement de l'application MaTension** en phase de test sur 2023.
- ◆ **Utilisation de la data et du digital renforcée.**
- ◆ **Lancement d'un partenariat affinitaire.**
- ◆ **Partenaire de la FG2A et d'Assur'nCo** pour renforcer notre position d'acteur au service de l'assurance.





# RÉTRO-SPECTIVE 2023

# En 2023, une avancée considérable dans le secteur du Retail

**DÉKUPLE a lancé son offre "Rethink & Reboost" en mars 2023, une solution innovante pour transformer le marketing retail. Face à un marché en mutation, marqué par la digitalisation et de nouveaux comportements de consommation, cette offre répond aux enjeux actuels en intégrant data et stratégies digitales. Elle vise à maximiser le ROI, redéfinir le mix marketing, et valoriser le capital client. Adaptée à l'ère post-Covid, elle conjugue efficacement Drive-To-Store digital, fidélisation client, et activation omnicanale, tout en optimisant les investissements marketing pour des performances accrues.**

## ► Le Nouveau Béliér

Le Groupe DÉKUPLE, a pris une participation majoritaire dans l'agence Le Nouveau Béliér, renforçant ainsi son expertise en stratégie publicitaire pour le Retail. Cette acquisition crée une synergie unique entre les compétences data-driven de DÉKUPLE et la créativité publicitaire du Nouveau Béliér, offrant une offre marketing globale aux acteurs du Retail.

Le Nouveau Béliér, reconnu pour son expertise dans la construction de marques et l'élaboration de stratégies publicitaires novatrices, complète parfaitement l'approche data et digitale de DÉKUPLE.

Ce rapprochement permet de proposer des stratégies marketing et publicitaires intégrées et personnalisées, répondant aux enjeux actuels du marché en pleine évolution.

Cette association stratégique positionne le Groupe DÉKUPLE comme un acteur clé, capable de répondre efficacement aux besoins en branding et marketing des distributeurs grâce à une combinaison optimale de créativité, data et technologie.



## De nouvelles solutions créées en 2023

### ► Catalogue Booster



Catalogue Booster permet une digitalisation efficace des catalogues pour une diffusion optimale et une mesure précise des performances. L'arrêt du prospectus papier par de nombreuses enseignes, sous l'influence du OUI Pub et des contraintes

économiques et écologiques, souligne l'importance de la digitalisation. La solution

proposée convertit les catalogues en HTML5 pour une accessibilité sur tous les appareils, enrichie de fonctionnalités interactives. Elle assure également une large diffusion grâce à une base de données étendue et des stratégies de médiatisation diversifiées, garantissant ainsi d'excellents KPI et ROI. La mesure omnicanale des performances des prospectus digitaux permet d'optimiser les budgets marketing et de justifier le retour sur investissement des campagnes.

### ► Drive-To-Store monitor



Drive-To-Store monitor est un outil intégré pour optimiser le marketing local des retailers. Il offre mesure et compréhension approfondies

des performances des campagnes par magasin. En demandant une démo et un accès freemium, les utilisateurs peuvent exploiter cet outil pour analyser les impacts des leviers marketing, évaluer la performance des magasins individuellement, et ajuster efficacement le budget média selon les résultats obtenus. La solution garantit une vision claire des principaux KPIs, des visites, et des conversions en magasin, permettant ainsi une optimisation spécifique par magasin.

### ► GeoTARGET



La solution GeoTARGET révolutionne le géomarketing avec une approche Drive-To-Store, en exploitant un large éventail de données géographiques et socio-démographiques. Elle offre un soutien décisif

dans l'élaboration des stratégies marketing grâce à l'analyse précise des zones IRIS. GeoTARGET permet d'éviter le gaspillage publicitaire, de cibler efficacement les zones de diffusion, d'approfondir la connaissance des clients et d'analyser la concurrence. L'intégration de l'Intelligence Artificielle garantit une optimisation du retour sur investissement. Les fonctionnalités clés incluent l'analyse de la provenance des clients, le suivi du parcours client, l'optimisation du ciblage publicitaire, et un accès complet aux indicateurs de performance via un dashboard. Avec GeoTARGET, les entreprises peuvent affiner leur communication et leurs stratégies de marketing pour une efficacité maximale.

# Nous accompagnons Les acteurs du retail

RAPPORT ANNUEL DÉKUPLE 2023



## ► BUT

### Acquérir de nouveaux clients par le SMS avec un pilotage full funnel.

Dans un contexte de digitalisation de son catalogue, BUT a su trouver depuis 2021 avec DÉKUPLE un nouveau levier de remplacement : le SMS. Avec des performances de visites approuvées par l'enseigne, ce levier est devenu un vrai dispositif d'acquisition de nouveaux clients pour BUT. En 2023, l'enseigne a souhaité piloter cette stratégie sur tout le funnel.

La réponse de DÉKUPLE : Apporter une mesure des performances à 5 niveaux :

- ◆ 1. Les performances de clics du SMS
- ◆ 2. Les visites en magasin : taux et coût de visite en point de vente
- ◆ 3. Le taux de conversion des visites
- ◆ 4. Le ROI (avec le taux de répétition)
- ◆ 5. La valeur du panier moyen d'achat

#### RÉSULTATS:

**BUT pilote sa stratégie d'acquisition à différents niveaux. Attention des prospects, intérêt de venir en magasin, intention d'achat, suivi des ventes et repeat business par client.**

**15** campagnes DTS au niveau national, + de 8 millions de SMS envoyés avec un retour sur investissement au-dessus des objectifs attendus par l'enseigne.



## ► Bigmat

**BigMat, acteur majeur dans la distribution de matériaux de rénovation, a ciblé le marché des particuliers en collaboration avec l'Agence DÉKUPLE.**

L'objectif était de dynamiser la marque, d'attirer l'attention du grand public et de stimuler les visites dans ses 289 points de vente. Pour y parvenir, l'Agence DÉKUPLE a lancé une campagne de marque d'une durée d'un mois, centrée sur la rénovation et soutenue par un jeu concours et une stratégie multi-leviers (social ads, native ads, newsletters, display in-app, SMS géociblés).

Cette approche a permis de mesurer l'efficacité à travers une augmentation significative des achats réalisés par les particuliers, qui sont passés de 20% à plus de 50%, et de toucher plus de 5 millions de personnes.





## ► Florajet

**Le Nouveau Béliet a été retenu par Florajet, l'enseigne de livraison de fleurs avec plus de 5000 fleuristes créateurs, pour définir sa nouvelle plateforme de marque et déployer sa communication.**

Le Nouveau Béliet signe une première campagne visant à booster la présence à l'esprit de Florajet sur une période très courte et développer le sens de la marque autour du territoire des émotions: "Bien plus que livrer des bouquets de fleuristes, Florajet livre des émotions!" Avec un code de communication décalé, humoristique et une écriture résolument contemporaine, les films (22s et 15s produits par Ganache Studio et réalisés par Remy Cayuela) visent à constituer une marque encore plus désirable pour créer la préférence et installer le réflexe: livraison de fleurs = Florajet.



## ► Cash and Repair

**Cash and Repair, entreprise française de réparation électronique, a cherché à augmenter sa visibilité locale, surtout pour ses ateliers situés dans les centres commerciaux.**

L'objectif était de se faire connaître auprès d'un public plus large, au-delà des visiteurs réguliers des centres commerciaux, et d'améliorer la visibilité sur les moteurs de recherche, sachant que la majorité des recherches locales aboutissent à une visite en magasin le jour même. Pour cela, Cash and Repair a opté pour le Store Locator de Smart Traffik, une solution spécialisée remplaçant leur système interne. Cette solution a permis de créer des pages locales optimisées, tant en termes de référencement naturel que d'expérience utilisateur, en simplifiant le parcours d'achat et en réduisant le nombre de clics nécessaires. En outre, le Store Locator a facilité la mise à jour en temps réel des informations des points de vente sur toutes les plateformes digitales, offrant ainsi des informations fiables et à jour aux clients potentiels.

### RÉSULTATS:

**20%**  
**d'augmentation de la visibilité locale sur mobile en 3 mois d'implémentation de la solution de Store Locator.**

**10%**  
**de visibilité en plus sur les fiches Google (réseau global).**

# 2023, une année sous le signe de l'Intelligence Artificielle Générative

En 2023, DÉKUPLE a franchi un palier décisif dans le domaine de l'Intelligence Artificielle, marquant une année de transformation et d'innovation remarquable. Nous avons pleinement engagé nos collaborateurs dans cette aventure, en leur proposant des formations, leur permettant de maîtriser et d'intégrer l'IA dans leur quotidien. Cette stratégie a permis une intégration fluide de l'IA dans nos solutions de marketing, offrant des réponses toujours plus pertinentes et personnalisées à nos clients. De plus, conscients de l'importance de l'utilisation de l'IAG, nous avons développé des programmes de formations destinés aux dirigeants d'entreprises et leurs équipes, leur fournissant les outils et les connaissances nécessaires pour comprendre et intégrer dans leurs process ces nouveaux outils.

RAPPORT ANNUEL DÉKUPLE 2023



**Le Groupe DÉKUPLE a lancé des formations expertes sur l'Intelligence Artificielle Générative destinées aux dirigeants**



Le Groupe DÉKUPLE dont la diversité des compétences s'appuient sur la créativité, la data et la technologie, est au cœur des applications de l'IAG. Nous avons créé des formations spécialisées visant à sensibiliser et former les comités de direction, exécutifs et leurs dirigeants, aux enjeux cruciaux de l'Intelligence Artificielle Générative. Ces formations sont délivrées via quatre entités : Brainsonic, Converteo, l'Agence DÉKUPLE et DÉKUPLE Ingénierie Marketing B2B, chacune proposant une approche unique et complémentaire couvrant un large spectre de connaissances et de cas d'usage.

+ de **4000**  
personnes formées

près de  
**50**  
entreprises tous  
secteurs

**4**  
formations expertes  
dans le Groupe

## ► Usage de l'IA au sein de Yoplait



Bien que l'Intelligence Artificielle n'occupe pas encore une place centrale dans les activités de Yoplait, de plus en plus de collaborateurs commencent à l'utiliser dans leur domaine de compétences. C'est aussi un sujet d'intérêt majeur pour les équipes dirigeantes qui considèrent l'apport potentiel de cette technologie à la stratégie d'entreprise.



**Je crois que l'Intelligence Artificielle est un moteur essentiel de notre transformation digitale et c'est pourquoi nous commençons à explorer comment l'IA peut optimiser nos process et opérations et améliorer l'expérience de nos clients et consommateurs.**

BEAUVAL ARNAUD - E COMMERCE DIRECTOR  
FRANCE & UK - YOPLAIT



### Stratégie de déploiement

De plus en plus de collaborateurs au sein de Yoplait demandaient à être formés à l'IA. L'Intelligence Artificielle pouvant être facilement mise en place, l'enjeu principal était essentiellement d'accompagner ce changement et de former les équipes à comprendre ce que c'est et comment l'utiliser.

Dans le cadre d'une feuille de route digitale, le Comité de Direction a dans un premier temps été formé. Yoplait a opté pour une approche pratique basée sur des cas d'usages. Ils ont ainsi mieux appréhendé ce que l'IA pouvait apporter, comment elle pouvait être utilisée tant au sein de l'entreprise que dans le quotidien de leurs clients ou consommateurs. Cela a été aussi l'occasion d'aborder les problématiques liées aux enjeux de confidentialité des données, à l'impact sur les organisations, ou encore aux domaines éthiques.

Après cette première phase, le programme a été ouvert à une douzaine de collaborateurs représentant la diversité des métiers de l'entreprise, soit une

communauté de « Digital Champions » représentant les équipes marketing, commerciales, ressources humaines, R&D et communication. L'objectif était de s'appuyer sur ces « Champions » pour identifier des cas d'usages au sein de leurs fonctions respectives. Cela a permis par la suite de promouvoir l'utilisation de l'IA au sein de leurs équipes et d'accompagner leurs collègues dans cette démarche de transformation.

### Objectifs de la formation

La culture Yoplait est basée sur l'engagement de tous dans leurs ambitions stratégiques. Ce programme vise à former et inspirer les « Digital Champions » pour qu'ils soient ambassadeurs et qu'ils puissent ainsi proposer un maximum de cas d'usages. L'objectif est de les encourager à soumettre un maximum d'idées qui seront ensuite revues en Comité de Direction pour sélectionner les projets à mettre en oeuvre, avec pour ambition d'améliorer l'efficacité opérationnelle des équipes ou d'accélérer la stratégie de croissance du Groupe Yoplait, en octroyant les ressources nécessaires pour déployer les meilleures idées au cours de l'année 2024.

# Le Groupe DÉKUPLE forme ses collaborateurs à l'Intelligence Artificielle Générative



**Le Groupe a développé une approche de l'IAG qui correspond à ses valeurs: la volonté de maximiser l'employabilité de l'ensemble des collaborateurs à l'aune des bouleversements créés par l'émergence et le déploiement rapide des IAG dans le monde du travail.**

**Cette approche du Groupe DÉKUPLE se matérialise autour de 3 axes:**

- ◆ **Accompagner et embarquer l'ensemble des collaborateurs**
- ◆ **Leur permettre de monter en expertise et en compétence**
- ◆ **Garder intacte leur motivation dans un monde mouvant**

## Formations internes

Chez DÉKUPLE, l'Intelligence Artificielle est perçue comme une chance précieuse pour améliorer nos compétences et élargir nos activités. C'est dans cet esprit qu'un programme de formation interne dédié à l'IAG a été lancé dès mars 2023, visant à former l'ensemble des collaborateurs du Groupe. Suite à une initiation générale aux outils tels que MidJourney et ChatGPT, il est devenu évident qu'il fallait accélérer l'adoption de cette technologie par tous nos collaborateurs. Notre but est de transformer cette évolution en un atout majeur pour le Groupe et pour chaque individu.

Pour faciliter l'implantation rapide et l'utilisation des IAG au sein du Groupe, nous avons créé le poste de « AI Evangelist ». Cette fonction a pour mission initiale de mener les efforts de sensibilisation, de communication et de formation de nos collaborateurs, puis d'assister chaque Pôle, Entité et Service dans l'adoption de l'IA et le développement de projets y afférents.

Dans le cadre de cette initiative, des « AI Champions » ont été désignés au sein de chaque pôle, entité et service. Leur rôle est de diffuser cette innovation et d'assister dans sa mise en œuvre au plus près des activités. Ces champions sont coordonnés par l'AI Evangelist.

“En tant qu'AI Evangelist, je facilite l'acculturation à l'IA Générative au sein de notre Groupe, en rendant cette technologie accessible à tous. J'organise des formations, crée du contenu éducatif et soutiens les projets d'intégration de l'IA. Mon but est de démystifier l'IA et d'encourager son utilisation innovante, pour transformer notre approche du travail et stimuler la créativité. Mon rôle est essentiel pour assurer que l'IA devienne une compétence fondamentale et un moteur d'innovation au sein de notre entreprise”

THOMAS GERVASONI



En 2023, nous avons initié les "Showcases IA", où nos champions de l'Intelligence Artificielle, guidés par l'AI Evangelist, partagent leurs projets avec les collaborateurs. Ces sessions visent à présenter des cas d'usage concrets de l'IA, offrant ainsi des exemples pratiques de son application dans nos activités. L'objectif est de fournir une meilleure compréhension de l'IAG et d'encourager son intégration dans nos processus de travail.

## ► Nos collaborateurs témoignent

### Sandrine Hassan

“J’ai créé un système de benchmarking qui utilise l’IA pour analyser les performances des campagnes marketing selon différents secteurs. Cela permet de fournir des insights comparatifs très précieux. En outre, cet outil peut générer des recommandations sur la façon d’améliorer les campagnes, en s’appuyant sur l’analyse de données.

J’ai également développé un assistant marketing virtuel. Celui-ci automatise la création de contenus pour les emails et les SMS. Ce qui est fascinant, c’est qu’il propose différentes versions de contenu adaptées à la campagne en cours, en s’appuyant sur des appels API pour diversifier les réponses. L’optimisation du contenu pour augmenter l’engagement des destinataires est une autre fonctionnalité clé de cet outil.”

SANDRINE HASSAN  
DÉVELOPPEUSE DSI DÉKUPLE



### Clarisse Cortés

“L’IA est passée d’un outil expérimental à une partie intégrante de mon flux de travail quotidien. Je l’utilise principalement pour la création de contenu écrit, ce qui a considérablement changé ma manière de travailler. Je peux produire du contenu plus rapidement et avec plus de diversité dans les idées. Cela m’a aussi permis de dépasser certaines de mes limites créatives en proposant des concepts et des jeux de mots que je n’aurais pas envisagés par moi-même.”

CLARISSE CORTES  
CHARGÉE DES RESSOURCES  
HUMAINES ET MARQUE  
EMPLOYEUR CONVERTEO



# Le Groupe se déploie en Europe



Ividence est une plateforme qui joue un rôle crucial dans l'augmentation de la visibilité des marques au sein des newsletters des médias. Sa puissance réside dans son réseau étendu et dans l'efficacité de ses solutions de newsletters et de publicité native, ce qui en fait une plateforme incontournable pour les marques cherchant à toucher les lecteurs de médias et à accroître leur rayonnement.

Avec plus de 50 éditeurs de premier plan et la gestion de 325 newsletters, Ividence génère 1,5 milliard d'impressions par mois. Ces chiffres impressionnants se traduisent par plus de 2 millions de visites sur les sites chaque mois, ce qui témoigne de l'efficacité de la plateforme.

Pour les annonceurs, la solution offerte par Ividence permet d'atteindre leur audience cible au sein d'un environnement éditorial de qualité. Pour les éditeurs, elle permet d'élargir leur audience et d'accroître la notoriété de leur marque grâce à des formats publicitaires créatifs et non intrusifs. En outre, les taux d'arrivée sont améliorés, le temps passé sur le site est prolongé, et les visites sont de qualité.

Ividence se distingue également par sa technologie de pointe, qui optimise en temps réel chaque ouverture d'email, garantissant ainsi une expérience de lecture enrichissante avec des campagnes adaptées aux abonnés. La variété des formats publicitaires

L'ambition du Groupe DÉKUPLE de devenir un leader du data marketing en Europe se matérialise par son engagement à accompagner les entreprises françaises et européennes sur différents marchés internationaux. Le Groupe vise à offrir des solutions innovantes et adaptées, basées sur une compréhension approfondie des dynamiques du marché.

**Dans notre démarche d'internationalisation, nous avons accentué notre présence en Europe en nous engageant dans plusieurs actions stratégiques. Nous avons étendu notre visibilité en participant activement à des salons internationaux, tout en consolidant notre communication digitale pour atteindre un public mondial. Parallèlement, nous avons développé commercialement l'exportation de plusieurs de nos solutions technologiques, adaptées aux besoins des marchés européens.**

proposés, allant des bannières IAB standard aux expériences natives personnalisées, assure une intégration harmonieuse dans les newsletters.

En 2023, Ividence a réalisé 46% de son chiffre d'affaires à l'international, ce qui souligne sa portée et son succès sur le marché international.

En 2023,  
Ividence a réalisé

**46%**  
de son chiffre d'affaires  
à l'international



**Le chiffre d'affaires  
réalisé à l'international  
a été multiplié par**

**2,4**  
par rapport à 2022



Pour RocketLinks, plateforme d'achat d'articles sponsorisés et de netlinking du Groupe DÉKUPLE, 2023 a été l'année de l'internationalisation. Le chiffre d'affaires réalisé à l'international a été multiplié par 2,4 par rapport à 2022. Plusieurs profils anglophones ont été recrutés à la fois pour développer leur portefeuille clients mais aussi pour alimenter le catalogue média. RocketLinks continue de proposer une offre complète alliant performances SEO et branding pour aider ses clients à atteindre leurs objectifs marketing.



**REECH  
INFLUENCE  
CLOUD™**

Reech Influence Cloud, a continué en 2023 son expansion internationale en aidant les grandes marques et institutions à internaliser et rationaliser leurs stratégies d'influence marketing à l'échelle mondiale.

La plateforme offre une gamme complète de fonctionnalités permettant de rechercher des influenceurs à travers le monde, de surveiller les campagnes des concurrents, de gérer les campagnes de A à Z, d'harmoniser les campagnes de marque, de piloter les investissements, et plus encore. 60% des licences de Reech Influence Cloud sont utilisées avec l'option internationale.

Reech Influence Cloud se distingue par sa conformité aux règles des réseaux sociaux et au RGPD, et à travers sa reconnaissance par des instances régulatrices telles que l'ARPP et l'EASA. La plateforme est utilisée par des marques renommées telles que Club Med, Yves Rocher, ID Kids...

Pour soutenir sa croissance, Reech Influence Cloud prévoit d'augmenter ses effectifs internationaux à Paris et de continuer à s'appuyer sur le soutien du Groupe DÉKUPLE pour étendre son influence sur les marchés européens et locaux.

**60%**  
des licences de  
Reech Influence Cloud  
sont utilisées avec  
l'option Internationale

# Les innovations du Groupe en 2023

## Converteo a créé une nouvelle practice

Converteo a annoncé la nomination de David Spire en tant que partner pour diriger une nouvelle practice dédiée au Product Management. Cette initiative vise à structurer et développer des offres autour des enjeux du product management, incluant la découverte, la livraison, le design UX/UI, la recherche utilisateur et l'organisation. David Spire, reconnu pour son expertise, rejoint Converteo pour renforcer ses services de conseil en gestion de produit axée sur les données. Entrepreneur et leader reconnu du product management, il a piloté de nombreux projets d'innovation, de transformation numérique et de lancement de

produits digitaux, notamment au sein de l'un des leaders mondiaux du tourisme, TUI, puis chez B&B Hotels Group où il dirigeait les équipes produit.



## CRM as a service

Conçu par Ividence, "CRM as a service" permet aux marques média de mettre en place des stratégies d'acquisition d'audience à la performance, répondant à la baisse des audiences sur Google Explorer et à la diminution du référencement. Comptant actuellement une base de plus de 1,7 million d'interlocuteurs, ce CRM a facilité cette année l'envoi de plus de 200 millions de mails, générant ainsi 4 millions de clics sur les sites des médias. Cette solution se distingue

par son modèle de paiement à la performance, aligné sur les résultats concrets générés pour ses clients. De plus, son algorithme innovant automatise la sélection des profils et la personnalisation du contenu en temps réel, ouvrant la voie à des perspectives prometteuses en matière de contenus personnalisés pour l'année 2024.



# Hackathon de l'influence

Reech a lancé son "Reech Learning Program", une initiative pionnière en matière de formation au marketing d'influence, tirant parti de plus de dix ans d'expérience et d'innovation dans le domaine. L'événement phare de ce programme, le Hackathon de l'Influence, est une immersion de trois jours où la théorie rencontre la pratique dans un cadre dynamique et interactif. Les participants bénéficient d'un accès privilégié aux experts et leaders du secteur, leur permettant de développer des stratégies d'influence marketing efficaces et pertinentes



pour le monde réel. Pour sa première édition, le Hackathon de l'influence a été un vrai succès, avec plus de 180 préinscriptions, 20 participants tirés au sort, 9 coaches de Reech, 5 intervenants et 14 formations dispensées.

# Smart Traffik mesure l'impact des campagnes TV sur le trafic en magasin

**SmartTraffik** 

Smart Traffik a annoncé sa capacité à mesurer l'impact des campagnes TV sur le trafic en magasin en temps réel avec sa solution oKube. Cette offre combine la mesure instantanée, l'omnicanalité et la technologie avancée pour analyser les retombées des investissements médias. Elle permet d'obtenir des données précises dès le lendemain de la première visite, couvrant le volume de visites, l'efficacité des impressions et la rentabilité. oKube vise à fournir une évaluation détaillée de la performance des campagnes, facilitant ainsi la génération de rapports automatiques pour ajuster les stratégies marketing.

# Le développement des pôles

PAROLES DE DIRIGEANTS



**Raphaël Fétique**  
**Thomas Faivre-Duboz**

Co-fondateurs

**Jérémie Levy**

Directeur général

## QUEL BILAN FAITES-VOUS DE L'ANNÉE 2023 ?

**Raphaël Fétique, Thomas Faivre-Duboz, Jérémie Levy.**

L'année 2023 a été structurante pour Converteo. Le cabinet a enregistré une croissance forte de 20% malgré un contexte économique sous pression, marqué par un fort ralentissement du marché du conseil. Pourtant, Converteo a confirmé sa position de partenaire incontournable du conseil en data auprès des grands comptes comme L'Oréal, Carrefour, Samsung ou encore LVMH. Ces comptes affichent de très fortes performances en 2023 allant de 40 à 70% de croissance. Malgré les incertitudes, nos clients ont continué de nous accorder leur confiance pour mener à bien leur transformation data et IA en lien direct avec leur direction générale. Sur le plan sectoriel, l'année a marqué un changement significatif dans nos secteurs porteurs de croissance: le secteur du luxe beauté a surpassé le retail, avec une croissance passant de 22 à 27% de

notre chiffre d'affaires, contre 24 à 20% pour le retail. Nous notons également une montée en puissance des groupes BtoB qui ont entamé des projets structurants autour de la distribution et du pricing. Malgré un contexte macro-économique incertain (inflation, remontée des taux directeurs...), Converteo a accéléré sa diversification en 2023 en poursuivant le lancement de nouvelles activités pour accompagner nos clients actuels et futurs sur l'ensemble de leurs problématiques data. Le cabinet a fait l'acquisition de Synomia, entreprise pionnière dans le domaine de l'Intelligence Artificielle et de l'analyse sémantique. L'équipe Data Technologies dont les activités sont le prolongement technologique indispensable de nos accompagnements métiers, a évolué pour mettre en œuvre des projets d'intégration d'ampleur. On peut citer par exemple le déploiement à l'échelle mondiale de solutions de pricing ou bien des projets de data platform nouvelle génération qui rassemblent l'ensemble des données d'une entreprise au même endroit, avec une gouvernance adaptée pour ensuite activer différents cas d'usage. 2023 a vu des résultats concrets d'offres lancées ces derniers mois. C'est le

cas du Marketing Mix Modeling, un sujet essentiel pour mesurer le retour sur investissement du marketing dans un monde marqué par de profondes mutations dans la disponibilité de la donnée et la capacité des annonceurs à appréhender la performance de leurs canaux d'acquisition. La certification par Google et Meta sur le MMM nous conforte dans notre approche méthodologique et nous place aujourd'hui comme l'un des acteurs les plus crédibles sur ce sujet. Notre nouvelle offre Pricing Strategy, Operations & Solutions, déployée dans un contexte de forte inflation, enregistre également une hausse significative de son chiffre d'affaires et promet de belles perspectives pour 2024. Le lancement de notre practice dédiée au Product Management, et l'arrivée de David Spire comme partner pour la piloter, sont la suite logique de nos expertises historiques sur l'optimisation de la conversion et des parcours digitaux. Nous sommes en situation, désormais d'accompagner plus de clients dans la réalisation de leur stratégie produit, en plaçant la data et l'IA au cœur de notre approche. Les premiers recrutements effectués en 2023 permettront de développer l'activité de la practice en 2024.



## “Nous avons pleinement appréhendé l’impact de l’IA sur nos métiers et son potentiel pour apporter une valeur significative à nos clients.”

Enfin, la barre des 400 collaborateurs a été franchie et pour soutenir cette croissance, un effort important a été porté sur la structuration des fonctions supports, avec notamment l’arrivée d’une Directrice Administrative et Financière, Marine Bertrand, d’une directrice staffing, Lan Florentin, et d’un directeur marketing, Laurent Nicolas-Guennoc.

### 2023 A ÉTÉ MARQUÉE PAR L’ÉCLOSION DES TECHNOLOGIES D’IA GÉNÉRATIVES: COMMENT CONVERTEO S’EST ADAPTÉ À CETTE NOUVELLE DONNEE?

**RTJ.** Nous avons pleinement appréhendé l’impact de l’IA sur nos métiers et son potentiel pour apporter une valeur significative à nos clients.

Charles Letaillieur a rejoint nos rangs pour piloter les initiatives liées à l’IA générative au sein de Converteo, créant une communauté d’experts autour de lui.

Un changement de paradigme s’est opéré chez nos clients. L’IA ouvre de vastes opportunités pour

automatiser et améliorer la productivité de divers besoins, que ce soit à travers des projets d’acculturations, d’expérimentations ou industriels. Ces projets couvrent de nombreux cas d’usage: création de contenus personnalisés à l’échelle, gestion de la relation client, amélioration de la qualité des données, knowledge management, analyses de données et optimisation de processus...

Converteo consolide sa visibilité dans ces domaines, notamment avec le lancement de notre newsletter spécialisée, Filter.IA. La certification de nos équipes sur Google Cloud Platform (GCP) et notre partenariat avec Amazon Web Services (AWS) scellé en 2023 et annoncé début janvier 2024, témoignent de notre engagement continu dans ce domaine.

En interne, l’IA générative améliore déjà notre efficacité en nous permettant de capitaliser sur les connaissances accumulées lors de nos

missions, facilitant ainsi notre capacité à répondre rapidement aux besoins de nos clients.

### QUELLE EST L’AMBITION DU CABINET POUR 2024?

**RTJ.** Nous avons confiance en notre positionnement et affirmons notre ambition de devenir le leader européen sur les enjeux de la data et de l’IA au service de la performance durable d’ici à 2030.

Dans cette perspective, le développement international constitue une étape incontournable avec l’ambition d’ouvrir au minimum 2 bureaux hors d’Europe avant 2025 pour accompagner nos clients mondiaux.

Converteo a prévu de diversifier ses activités sur de nouvelles verticales afin de partager notre expertise data à l’ensemble des métiers comme la supply chain, les ressources humaines, ou encore la finance.

Enfin, Converteo poursuit son offre de conseil Data For Sustainability, afin d’aider les grandes entreprises à définir, déployer et piloter des projets à impact, compatibles avec la stratégie bas carbone et les nouvelles obligations réglementaires:

e-commerce responsable, économie circulaire, collecte et structure des données RSE.

## Le développement des pôles

PAROLES DE DIRIGEANTS

**brainsonic**

THE ENGAGEMENT AGENCY

**Guillaume Mikowski**

Co-fondateur et Président de Brainsonic

**QUEL BILAN FAITES VOUS DE L'ANNÉE 2023 ?****Guillaume Mikowski.**

Le bilan de l'année 2023 pour Brainsonic est extrêmement positif. Nous avons su consolider nos positions chez nos grands clients et nous avons été très visibles avec 45 prix créatifs, notamment pour nos campagnes pour Bescherelle, Lenovo et Groupe RATP. Cette réussite souligne notre engagement continu en faveur de la créativité, qui demeure au cœur de notre proposition de valeur. L'année a également été marquée par l'arrivée de Jean François Goize (ex Publicis) en tant que nouveau directeur de la création. La carrière de Jean-François est jalonnée de nombreuses récompenses en France comme à l'international, c'est une réelle chance de l'avoir à nos côtés.

**2023 A ÉTÉ MARQUÉE PAR L'ÉCLOSION DES TECHNOLOGIES D'IA GÉNÉRATIVES : COMMENT BRAINSONIC S'EST ADAPTÉ À CETTE NOUVELLE DONNE ?**

**GM.** Les technologies d'Intelligence Artificielle générative ont été une réalité quotidienne au sein de nos équipes en 2023, et nous pouvons dire aujourd'hui que nous sommes une agence

totallement « AI Centric ». Si je reviens un peu en arrière, nous avons démarré en janvier 2023 avec le déploiement d'une politique de formation qui est devenue continue pour l'ensemble de nos équipes. Nous déployons chaque mois des nouveaux outils pour intensifier les usages, transformer nos métiers. Leur utilisation a été remarquable dans l'inspiration de nouvelles idées, comme dans le cas de la campagne La Maison Peugeot, la refonte de l'identité visuelle d'UGC, ou encore la gestion des réseaux sociaux pour le compte de nos différents clients.

**QUELLES SONT LES PERSPECTIVES POUR 2024 ?**

**GM.** En 2024, l'ambition de

l'agence est de renforcer notre engagement auprès de nos clients. Ces derniers évoluent dans un nouveau monde et notre devoir est de les aider à saisir toutes les opportunités des IA génératives. Il y a déjà des annonceurs avec qui nous avons réinventé notre manière de travailler ensemble, avec des équipes internes formées, des moyens de production optimisés, plus de temps pour les idées etc. Pour concrétiser tout cela, nous lançons cette année un cabinet de transformation, Brainsonic AI, dédié à l'Intelligence Artificielle générative, consacré aux problématiques contemporaines de communication et de marketing des entreprises.





**Claude Charpin**  
Directeur Général de l'Agence DÉKUPLE

**EN 2023, L'AGENCE A FÊTÉ SES DEUX ANS, QUE RETENEZ-VOUS DE CETTE ANNÉE ?**

**Claude Charpin.** L'année 2023 a été une étape cruciale pour notre agence, marquant notre deuxième anniversaire. Nous le savons, il y a une forte attente de la part des annonceurs pour une approche intégrée du branding et de la performance marketing. Nous avons acquis de belles références, avec de belles campagnes, conjuguant ces deux aspects du marketing, qui nous ont d'ailleurs valu 11 prix marketing, avec BUT, Yoplait, MMV ou encore Lipton. Ces succès illustrent bien notre positionnement unique sur le marché, une

sorte d'hybridation symbolisée par notre mascotte, le "lapin/tortue", qui représente la combinaison d'actions court terme et long terme. Un autre élément clé a été le renforcement de notre offre retail, "Rethink and Reboost". Nous avons développé des solutions complètes pour accompagner les retailers dans leurs stratégies publicitaires, en intégrant des services allant du ciblage précis à la mesure de performance, en passant par l'activation multicanale incluant le SMS et les canaux digitaux et print. Un aspect particulièrement important a été le lancement de nos nouvelles offres Drive-To-Store, notamment "Drive-to-Store Monitor", "Catalogue Booster", "GeoTarget", et "Multitouch". Ces outils ont été conçus pour optimiser l'efficacité des campagnes drive-to-store de nos clients, en leur fournissant des moyens plus sophistiqués de ciblage et de suivi. Sur le plan du branding, nous avons considérablement renforcé nos capacités de planning stratégique, enrichi par l'analyse de données. Grâce à des outils comme Listen & Watch, nous avons pu affiner notre compréhension des cibles de nos clients, alimentant ainsi nos stratégies de manière plus efficace et personnalisée. Ces efforts ont été complétés par des résultats impressionnants en termes de satisfaction client, avec

100% de nos clients exprimant leur appréciation pour nos relations et 91,7% prêts à nous recommander.

**QUELLES SONT LES PERSPECTIVES POUR 2024 ?**

**CC.** En 2024, nous allons continuer de développer et d'enrichir nos offres pour le retail. Nous cherchons également à élargir notre champ d'action en proposant des solutions innovantes pour d'autres secteurs, comme par exemple les biens de consommation courante (FMCG) et le secteur des vins et spiritueux. Ces marchés présentent des opportunités uniques et des défis spécifiques, et nous sommes convaincus que notre expertise en marketing digital et en stratégie de marque peut apporter une valeur considérable. Nous sommes également en train d'augmenter l'intégration de l'Intelligence Artificielle dans nos recommandations et nos outils, afin d'offrir des solutions plus personnalisées et performantes à nos clients. Nous allons aussi renforcer notre offre en termes de fidélisation et de CRM. C'est un domaine clé pour accompagner nos clients dans les défis actuels, en particulier en période économique incertaine. Nous visons à élaborer des stratégies de fidélisation sur mesure qui répondent aux besoins spécifiques de chaque client, en utilisant des insights et des données pour renforcer leurs relations avec leur audience.

## Le développement des pôles

PAROLES DE DIRIGEANTS



### Alexandre Garnier

Fondateur et CEO de DÉKUPLE  
Ingénierie Marketing B2B

**EN 2024, VOS PRINCIPAUX CLIENTS INDUSTRIELS ONT TOUS RENOUVELÉ LEUR CONFIANCE EN VOS SERVICES. QU'EST-CE QUI, SELON VOUS, A ÉTÉ DÉTERMINANT DANS CETTE FIDÉLISATION ?**

**Alexandre Garnier.**

La fidélité de nos clients s'explique principalement par les résultats mesurables que nous leur apportons : augmentation du nombre de leads qualifiés et augmentation du nombre

d'opportunités commerciales en provenance du digital. 80% du parcours décisionnel d'un acheteur professionnel se fait désormais online. Nous accompagnons nos clients dans leur transformation pour capter cette demande. Une opportunité d'autant plus importante que les industriels réalisent 70% de leur chiffre d'affaires à l'export. Le digital est donc un levier stratégique pour eux, plus efficace et moins cher que les modèles commerciaux traditionnels. Notre méthodologie s'articule autour de 3 axes : la connaissance client, l'automatisation et la mesure du retour sur investissement.

**EN 2023, VOUS AVEZ ÉGALEMENT PUBLIÉ UNE ÉTUDE AVEC VOS CLIENTS SUR LA TRANSFORMATION DES PROCESSUS COMMERCIAUX DANS L'INDUSTRIE. QUELS EN SONT LES ENSEIGNEMENTS PRINCIPAUX ?**

**AG.** Cette étude, basée sur les témoignages de nos clients, met en lumière les principaux défis que le digital permet de relever : la prospection et l'acquisition de clients sur de nouveaux marchés, le développement client via l'account based marketing, et la fidélisation et l'upsell à partir des bases clients dans les CRM. Nous y découvrons aussi les premières initiatives d'utilisation de l'IA pour automatiser certains processus dans les dispositifs de génération de leads.

**VOUS AVEZ AUSSI ÉTENDU VOS OPÉRATIONS À L'INTERNATIONAL, NOTAMMENT EN CHINE. QUELLES ONT ÉTÉ LES MOTIVATIONS ET LES RÉSULTATS DE CETTE EXPANSION ?**

**AG.** Il y a trois ans, nous avons ouvert un bureau à Shanghai pour répondre aux enjeux commerciaux des groupes industriels français sur le marché chinois. Notre objectif est d'apporter une expertise forte dans un écosystème digital radicalement différent. Nous avons développé un partenariat fort avec Business France en Chine, qui nous permet désormais de proposer aux marques chinoises de s'appuyer sur DÉKUPLE pour implanter leur business en Europe.

**QUELLES SONT LES PROCHAINES ÉTAPES POUR DÉKUPLE INGÉNIERIE MARKETING B2B DANS CE PAYSAGE INDUSTRIEL EN CONSTANTE ÉVOLUTION ?**

**AG.** Nous continuerons à innover et à faire évoluer nos offres pour répondre aux attentes de nos clients : faire du digital un levier d'accélération commerciale. Le marché chinois offre de nouvelles opportunités que nous sommes prêts à saisir, dans le secteur industriel, mais également dans la pharma, l'éducation et le luxe, où nous accompagnons déjà de grands acteurs comme Sinodis, les laboratoires Ethypharm, l'Ecole Hôtelière de Lausanne et la marque Boucheron du groupe Kering.



## **Benoit Raoult**

Vice-Président de DÉKUPLE China



### **QUEL BILAN FAITES-VOUS DE 2023 ?**

**Benoit Raoult.** L'année 2023 étant celle de la sortie du Covid pour la Chine, il nous fut nécessaire d'entreprendre une transformation significative. Ainsi, nous avons lancé avec force notre nouvelle identité, "DÉKUPLE China" et repensé nos espaces de travail pour les aligner sur une approche de management adaptée à l'ère post-pandémie. Cette évolution a renforcé notre positionnement et nous a permis d'explorer de nouveaux horizons et modèles économiques.

Cette période nous a également permis de consolider nos secteurs d'activité principaux, à savoir l'industrie avec Elkem, le service alimentaire avec SINODIS, et l'enseignement supérieur avec l'École Hôtelière de Lausanne. Notons que le secteur de la santé, notamment avec Ethypharm, se révèle fort prometteur. L'arrivée de Cyril Nawawi en tant que General Manager a joué un rôle clé dans notre succès, grâce à son leadership efficace sur notre équipe de 30 professionnels et à la structuration de nos trois divisions : conseil, stratégie et agence. Sa contribution a été particulièrement notable dans le succès de notre nouvelle offre ESN, confirmant ainsi le potentiel de croissance et d'innovation de notre entreprise.

### **QUELLES SONT LES PERSPECTIVES POUR 2024 ?**

**BR.** Pour 2024, notre axe stratégique est de nous positionner comme un pilier pour les entreprises établies en Chine, visant à protéger leurs actifs tout en les guidant à travers les défis de la transformation numérique. Notre mission est de fournir un soutien spécialisé durant les étapes clés de cette transformation, en mettant l'accent sur la maîtrise des coûts et l'optimisation des ressources humaines. Nous mobilisons nos équipes pour offrir une assistance rapide et efficace dans l'implémentation de

solutions technologiques adaptées, afin d'accroître l'efficacité et maximiser les retours sur investissements pour nos clients. Étant conscient de la singularité de l'écosystème numérique chinois, encapsulé par sa propre "Grande Muraille" numérique, DÉKUPLE China excelle dans l'accompagnement des marques pour les aider à relever les défis et identifier les opportunités en Chine. Notre expertise s'étend au conseil des marques, notamment françaises et européennes, pour leur permettre de s'adapter aux spécificités du paysage numérique chinois. L'importance de l'expertise numérique interculturelle est au cœur de notre approche tant les différences en matière d'outils, de plateformes et de cadres juridiques entre l'Europe et la Chine nécessitent d'être bien informé pour construire une stratégie nuancée et performante. Enfin, DÉKUPLE China joue un rôle crucial dans la compréhension et l'adaptation aux cadres légaux, tels que le RGPD en Europe et le PIPL en Chine, en fournissant des conseils essentiels pour assurer la conformité et le succès des initiatives numériques à l'échelle internationale. Notre objectif est de garantir une transition numérique fluide et efficace pour nos clients, en tenant compte des perspectives à la fois européennes et chinoises.

## Le développement des pôles

PAROLES DE DIRIGEANTS

Stéphane Duverger-Nedellec  
Antoine Jubert

Co-fondateurs



RAPPORT ANNUEL DÉKUPLE 2023

**QUELS SONT LES FAITS  
MARQUANTS POUR LE  
NOUVEAU BÉLIÈRE EN 2023 ?**

**Stéphane Duverger-Nedellec.** L'année 2023 a été marquée par notre rapprochement avec le Groupe DÉKUPLE. Cette association représente une évolution stratégique, nous permettant de créer une offre d'accompagnement globale unique, enrichie par les compétences data-driven du Groupe. Ensemble, nous pouvons désormais offrir une approche plus complète et intégrée, combinant stratégie publicitaire, créativité

et analyse de données, nous permettant de fournir des solutions plus personnalisées et efficaces à nos annonceurs.

**Antoine Jubert.** En outre, nous sommes convaincus que l'Intelligence Artificielle détient le pouvoir, non seulement de révolutionner, mais aussi et surtout d'humaniser le secteur du retail. Notre approche consiste à utiliser l'IA comme un outil pour approfondir la compréhension des attentes des consommateurs, permettant ainsi de concevoir des expériences véritablement personnalisées. En anticipant de manière proactive leurs besoins, nous pouvons créer des points de contact plus empathiques et enrichissants, renforçant le lien entre les enseignes et leurs clients.

**QUELLES SONT LES PREMIÈRES  
SYNERGIES AVEC LE GROUPE,  
ET COMMENT CELA AMÉLIORE-  
T-IL VOTRE OFFRE ?**

**AJ.** Les synergies entre nos expertises en branding et publicité et les compétences data-driven de DÉKUPLE sont considérables. Nous pouvons désormais intégrer des stratégies marketing cross-canal basées sur le digital et la data, ce qui

élargit significativement notre capacité à accompagner les marques dans leur transformation marketing. L'accès aux solutions data-marketing avancées de DÉKUPLE nous permet d'affiner nos campagnes avec une précision sans précédent, améliorant ainsi les performances et l'impact pour nos clients.

**QUELLES SONT LES  
PERSPECTIVES POUR 2024 ?**

**SDN.** L'avenir de la communication dans le retail est incroyablement dynamique. Les enseignes doivent non seulement s'adapter aux nouvelles technologies, aux changements de comportement des consommateurs, mais aussi intégrer des enjeux sociétaux et environnementaux dans leur communication.

Le Nouveau Bélière, avec le soutien de DÉKUPLE, est idéalement positionné pour guider les enseignes à travers ces défis. Notre ambition est de continuer à innover et à fournir des stratégies qui non seulement répondent aux besoins actuels des consommateurs mais les anticipent, en créant des expériences de marque mémorables et significatives.

**Sophie Gaillet**

CEO Groupe Grand-Mercredi

**QUELS ONT ÉTÉ LES FAITS  
MARQUANTS DE 2023 ?**

**Sophie Gaillet.** En 2023, notre équipe a été très sollicitée sur deux fronts majeurs. Tout d'abord, nous avons dû faire face à des problématiques de performances de nos médias, cherchant à maintenir une qualité constante pour répondre aux attentes de notre audience croissante. En parallèle, nous avons accordé une grande attention aux préoccupations de nos clients, cherchant à améliorer leur satisfaction globale afin de renforcer notre position sur le marché. En effet, avec le marché des seniors en croissance constante, il est crucial pour nous de rester pertinents et attrayants pour notre public existant tout en attirant de nouveaux grands-parents. De plus, nous avons pris conscience des défis croissants liés au vieillissement de nos lecteurs, ce qui nous a amenés à développer des contenus et des services plus adaptés à leurs besoins spécifiques. Nos clients ont exprimé un besoin croissant de gagner du temps dans leurs interactions avec nos plateformes. Cela a renforcé notre engagement à garantir un niveau de service élevé, une connaissance approfondie du secteur et une approche créative pour



répondre à leurs attentes dans un marché souvent sous-estimé.

**QUELS SONT LES  
PERSPECTIVES POUR 2024 ?**

**SG.** Nous continuons de faire un travail important sur la croissance de nos médias et prenons un virage significatif sur les contenus puisque nous allons commencer à livrer de vraies enquêtes sur le marché des seniors. L'ambition étant de faire avancer la silver économie à notre niveau et grâce à nos

datas et nos retours lecteurs. Nous allons passer 48H en résidences seniors, tester les check up auditifs, pousser les portes des organismes seniors, et même tester les services de la SNCF pour les seniors, et les plateaux téléphoniques des mutuelles. L'idée est d'apporter un œil authentique, neuf, parfois même critique pour faire avancer le marché du bien vieillir en France par lequel nous sommes tous concernés.

## Le développement des pôles

PAROLES DE DIRIGEANTS

### SmartTraffik

#### Laurent Simonin

Co-fondateur et CEO de Smart Traffik

#### QUELS SONT LES FAITS MARQUANTS POUR SMART TRAFFIK 2023 ?

##### Laurent Simonin.

L'intégration au sein d'un groupe est un processus complexe avec notamment la nécessité d'une communication efficace, une gestion proactive du changement et l'identification de synergies. Nous avons su être flexibles face aux défis posés par cette intégration et il me semble que nous avons réussi à en tirer un certain nombre de bénéfices mutuels. En tant que dirigeant de Smart Traffik, je peux dire aujourd'hui, que notre société est plus forte et plus compétitive. Cela se traduit par une augmentation de notre chiffre d'affaires qui a progressé de 7% en 2022, et de 14% en 2023 confirmant ainsi la tendance imprimée depuis la sortie de la Covid-19. Cette croissance est en partie portée par notre nouvelle offre de mesure oKube. Ensuite nous avons eu sur 2023 une activité commerciale très dynamique avec un volume de transactions signées en hausse de 51%. Ce résultat confirme ce que je disais précédemment à savoir que notre société est aujourd'hui, au sein du Groupe DÉKUPLE, plus forte et plus compétitive.



#### QUELLES SONT LES PERSPECTIVES POUR 2024 ?

**LS.** En 2024, nous allons poursuivre le développement de l'activité de mesure Drive-To-Store. L'objectif est le doublement de son chiffre d'affaires. Nous allons poursuivre la stabilisation de l'activité web-to-store et mener sur l'année une analyse précise de la situation de cette offre au regard des attentes du marché. Nous allons bien entendu poursuivre la mise en œuvre des synergies au sein du Groupe DÉKUPLE et accentuer nos actions de communication / marketing. Enfin, en prévision de l'élargissement de l'activité oKube vers de nouveaux pays, des investissements vont être réalisés pour étendre le périmètre du graph ID.

### REECH

#### Guillaume Doki-Thonon Maxime Doki-Thonon

Co-Fondateurs de Reech

#### L'ANNÉE 2023 A-T-ELLE MARQUÉ UN TOURNANT DANS LE MARKETING D'INFLUENCE, NOTAMMENT EN TERMES DE RÉGULATION ET DE PROFESSIONNALISATION DU SECTEUR, ET QUEL RÔLE REECH A-T-IL JOUÉ DANS CES ÉVOLUTIONS?

##### Guillaume & Maxime Doki-Thonon.

2023 a été une année charnière pour le marketing d'influence. En effet, le début d'année a été le théâtre d'une forte médiatisation d'un certain type d'influenceurs, qui a contribué à créer un sentiment de défiance autour du marketing d'influence. Il était important de restaurer la confiance entre les annonceurs, influenceurs et consommateurs. La loi dite "Influence", promulguée le 9 juin 2023, y a fortement contribué.

La période d'élaboration de cette loi nous a aussi montré la nécessité de fédérer le secteur. Reech a été moteur en co-fondant la première union des acteurs du secteur: L'UMICC, l'Union des Métiers de l'Influence et des Créateurs de Contenu.

Ce nouveau cadre a permis d'assainir le marché et rétablir la confiance. Condition nécessaire à la croissance du marketing d'influence. 2023 a aussi été marquée par un contexte économique et géopolitique instable, donc des contraintes budgétaires chez

certains annonceurs. Ce contexte, couplé à une plus grande maturité du marketing d'influence chez les annonceurs, a accéléré la tendance de l'internalisation du levier. Cette évolution est très favorable pour Reech Influence Cloud, notre solution technologique d'internalisation de l'influence, est en pleine croissance sur 2023. Ce constat s'applique sur l'ensemble des marchés : 60% de nos licences activent l'option "International". Enfin, la mise en place d'équipes dédiées à l'influence chez les annonceurs implique un très fort besoin de formation. Avec 10 années d'expérience sur l'influence marketing, Reech rend cette compétence accessible à tous en créant la branche Reech Learning Program : une suite logique dans l'accompagnement de tous les acteurs de l'Influence Marketing, sur l'ensemble de sa chaîne de valeur.

#### **QUELLES SONT LES PERSPECTIVES POUR 2024 ?**

**GDT & MDT.** Nous avons démarré l'année 2024 avec la parution de la 8<sup>e</sup> édition de notre étude annuelle. En 2022, l'étude interrogeait les marques, puis les consommateurs en 2023. En 2024, nous avons décidé de donner à nouveau la parole aux créateurs de contenu. Ils ont été près de 1300 créateurs à répondre, dans

un contexte d'actualité très chargé pour le secteur. Afin d'apporter un éclairage plus large, nous avons ajouté des données de notre technologie propriétaire Reech Influence Cloud ainsi qu'une analyse de traitement médiatique par Synomia, récemment rachetée par Convertteo. Dans un environnement où l'économie et les évolutions du secteur peuvent rendre les annonceurs hésitants, les marques adoptent des décisions rationnelles, basées sur la data, au cœur du positionnement de Reech. Nous prévoyons une très belle année de croissance pour Reech Influence Cloud. L'Intelligence Artificielle ouvre un champ nouveau de développement de nouvelles inédites. Certaines ont déjà été déployées récemment comme "Brand Safety" ou "Speech2Text", l'analyse de ce qui est dit dans les vidéos d'influenceurs. La croissance en France et à l'international, notamment en Europe, s'accélère. Par ailleurs, la loi française sur l'influence est une première en Europe et compte bien "faire des petits". Tout comme

L'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité utilise Reech Influence Cloud en France pour monitorer le respect des règles publicitaires par les influenceurs, les équivalents européens pourraient suivre leurs traces, Reech étant l'un des deux acteurs technologiques shortlistés par l'EASA (European Advertising Standards Alliance). En 2024, nous comptons aussi accélérer fortement la communication et le développement de notre offre Reech Learning Program, avec pour objectif de devenir la formation Influence Marketing de référence des annonceurs en France. La deuxième édition du Hackathon de l'Influence s'est déroulée les 20, 21 et 22 mars dernier. Enfin, Reech bénéficie de synergies fortes avec le Groupe DÉKUPLE puisque plusieurs filiales collaborent avec Reech Agency et profitent de notre plateforme Reech Influence Cloud. L'arrivée de nouveaux acteurs au sein du Groupe laisse envisager des collaborations fructueuses à venir.



## Le développement des pôles

PAROLES DE DIRIGEANTS



### Maxime Doki-Thonon

Directeur Général de Rocketlinks



RAPPORT ANNUEL DÉKUPLE 2023

#### QUELS SONT LES FAITS MARQUANTS EN 2023 ?

##### Maxime DOKI-THONON.

Face à un marché du netlinking en pleine croissance et aux besoins grandissants de ses clients, RocketLinks a lancé un plan de recrutement pour soutenir son activité. Ainsi, une dizaine de collaborateurs ont rejoint nos effectifs en 2023, soit +50 % en un an, pour renforcer nos différents pôles tous indispensables à l'atteinte de nos objectifs : ventes, chefs de projets netlinking, chefs de projets media, media traders,

marketing, support clients et équipe IT. Ces recrutements viennent appuyer le volet "assistance par l'humain" que nous promovons. L'assistant netlinking que nous sommes l'est aussi grâce au volet technologique. Et dans l'optique d'aider nos clients à dépasser leurs concurrents, nous avons développé une nouvelle solution : RocketLinks Benchmark. C'est la seule solution sur le marché qui agrège les données des principaux outils SEO et qui permet à une marque d'identifier les stratégies netlinking les plus efficaces de ses concurrents. Cette solution change la donne, nos clients experts SEO nous ont fait part de leur satisfaction face au gain de temps et la pertinence des données remontées ! Enfin, 2023 a également été l'année de l'internationalisation. Plusieurs profils anglophones ont été recrutés à la fois pour développer notre portefeuille clients et pour alimenter notre catalogue média. Côté marketing et communication, des efforts ont aussi été déployés pour la visibilité et la génération de leads : participation au BrightonSEO, création de contenus anglophones, campagnes d'acquisition digitale, etc. D'ailleurs, l'activité internationale a vu son chiffre d'affaires augmenter de 138 % par rapport à 2022.

#### QUELLES SONT LES PERSPECTIVES POUR 2024 ?

**MDT.** Devenir la méta-plateforme pour tous les professionnels du SEO

dans le monde entier reste notre principal objectif à horizon 2025. Nous allons donc poursuivre toutes les actions mises en place jusqu'ici pour atteindre cet objectif, à savoir l'accompagnement sur-mesure à la fois humain et technologique que nous proposons à nos clients et qui nous différencie de nos concurrents. Être en mesure de proposer une offre netlinking et branding complète est aussi indispensable. Chez RocketLinks, nous proposons et maîtrisons tous les leviers complémentaires à l'article sponsorisé pour répondre aux besoins SEO et branding de nos clients. C'est une réelle valeur ajoutée que nous continuerons de mettre en avant dans notre offre commerciale. L'international reste un gros enjeu cette année si nous voulons être une référence dans le monde entier. Cela se traduit notamment par l'ajout de nouveaux médias internationaux de qualité à notre catalogue, la prospection de nouveaux clients sur des marchés cibles ainsi que l'influence BtoB pour collaborer avec des experts SEO locaux de renom. Enfin, notre roadmap produit reste une priorité pour répondre aux besoins de nos clients. Dernièrement, le Plug-In RocketLinks, RocketLinks AI et RocketLinks Benchmark ont vu le jour... nous en sommes fiers, mais ce n'est pas fini !

## Rodrigo Serrano

Directeur Général de DÉKUPLE Ibéria

### QUELS ONT ÉTÉ LES FAITS MARQUANTS POUR 2023 ?

**Rodrigo Serrano.** L'année 2023 a été marquée par la consolidation et la maturation des changements structurels que nous avons adoptés à la fin de l'année 2022. L'équipe des grands comptes s'est concentrée sur la gestion des clients existants et sur l'expansion au sein de ces comptes. Nous sommes restés l'agence de référence en matière de fidélisation dans le secteur de l'assurance et nous avons progressé en développant des campagnes dans le secteur de la grande consommation, ce qui était un de nos objectifs pour cette année.

La séparation de l'activité de prospection de la gestion de portefeuille client a été l'une des décisions que nous avons prises, et cela s'est avéré être une réussite car nous avons obtenu un total de 40 nouveaux clients, parmi lesquels figurent de grandes marques telles que Bridgestone, BigMat, Northgate, Clarel, etc. En ajoutant les clients que nous avons déjà, nous avons atteint un total de 78 clients en 2023. Un autre jalon important a été de commencer à travailler avec Reech pour consolider l'activité de marketing d'influence en Espagne, en développant plusieurs

campagnes avec des marques telles que DECIMAS, Alain Afflelou, Burger King et Dobel.

### QUELLES SONT LES PERSPECTIVES POUR 2024 ?

**RS.** Les perspectives pour 2024 sont de croître dans les comptes clients avec lesquels nous travaillons déjà. Nous souhaitons également continuer à

renforcer notre activité dans le marketing d'influence. Enfin, nous souhaitons explorer de nouvelles lignes de business durables et rentables à long terme. Depuis 2023, nous avons créé un département dédié aux stratégies et à l'exploration de nouvelles lignes de business et créé encore davantage des synergies au sein du Groupe.



## Le développement des pôles

PAROLES DE DIRIGEANTS



## Nancy Faure

Directrice Générale de DÉKUPLE  
Solutions Abonnements**QUEL BILAN FAITES-VOUS DE L'ANNÉE 2023 ?**

**Nancy Faure.** L'année 2023 a été marquée par un contexte économique défavorable à notre activité, notamment en raison de l'inflation persistante qui a impacté le pouvoir d'achat des Français et, par extension, la consommation de la presse. Malgré ce défi, nous avons poursuivi nos investissements dans nos activités de promotion de l'abonnement à la presse et continué notre transformation multicanale, en mettant l'accent sur plusieurs axes stratégiques. Tout d'abord, nous avons renforcé notre approche axée sur la segmentation des clients et la personnalisation des parcours, adoptant ainsi ce que nous appelons le "marketing de précision". Ensuite, nous avons poursuivi la digitalisation: désormais plus de 60% de nos commandes sont faites en ligne, ce qui représente + de 20 points de progression. Cette tendance découle en grande partie des initiatives que nous avons lancées précédemment, telles que le "print-to-web" qui améliore le parcours client et s'adapte aux nouvelles habitudes de consommation. Enfin, nous continuons bien entendu à capitaliser sur la data, avec par exemple pour

la marque France Abonnements, un nouveau modèle créateur de valeur qui nous permet de cibler les clients au bon moment et d'atteindre ceux étant les plus réceptifs à nos offres. En 2023, nous avons également consolidé notre portefeuille de partenaires en accueillant de nouveaux acteurs, comme Conforama, ce qui témoigne de l'attractivité continue de notre offre sur le marché. Par ailleurs, nous avons intensifié nos efforts en matière d'écoconception et de réduction de l'empreinte carbone, enregistrant une diminution de 30% de notre bilan carbone liée aux mailings. Ces initiatives reflètent notre engagement pour la préservation de l'environnement. D'autre part, nous nous réjouissons du succès de la relance de la marque France Abonnements, avec une nouvelle offre de paiement fractionné visant à séduire une clientèle plus jeune. Enfin, 2023 marque nos premiers pas dans l'univers de A Vos Kids, une offre qui vise à démocratiser le plaisir d'apprendre pour les enfants. Cette année a été une période d'apprentissage, au cours de laquelle nous avons acquis de précieuses connaissances sur nos clients et sur leurs attentes spécifiques. Les premiers résultats de cette initiative sont encourageants et nous sommes confiants quant à son potentiel de croissance future.

**QUELLES SONT LES PERSPECTIVES POUR 2024 ?**

**NF.** En 2024, nous maintenons notre investissement pour la promotion d'abonnements à la presse. Nous avons un double enjeu: réussir l'acquisition dans un contexte qui reste incertain et toujours progresser sur la rétention. Sur l'acquisition, nous mettons l'accent sur plusieurs axes. Le premier est de continuer notre approche multicanale, et de toujours croître en termes d'expertise sur le e-commerce. Ensuite, nous cherchons à faire évoluer notre modèle pour mieux répondre aux attentes de nos clients, par exemple en donnant une part plus forte à la presse régionale. La rétention est aussi un sujet clé pour nous. Nos clients sont globalement très satisfaits, comme le montre l'évolution de notre taux de désabonnement. Notre objectif est d'améliorer encore cette rétention en développant des modèles différenciés, en segmentant nos clients par âge, durée d'abonnement, etc., pour leur offrir des expériences sur mesure. Enfin, l'IA est un levier majeur pour accélérer notre time to market. Nous voulons lancer des campagnes plus rapidement et encore plus efficacement et l'IA joue un rôle clé dans cette accélération. Nous continuons à nous approprier les opportunités offertes par cette révolution technologique pour rester à la pointe.



**Arnaud Delpierre**  
Directeur Général de DÉKUPLE Assurance

**QUEL BILAN FAITES-VOUS DE L'ANNÉE 2023 ?**

**Arnaud Delpierre.** Dans le secteur de la santé, nous avons constaté une augmentation des opérations, ce qui témoigne de notre engagement croissant dans ce domaine. Nous avons également consolidé et renforcé les compétences de nos équipes, ce qui nous a permis d'être mieux préparés à relever les défis futurs. De plus, nous avons concentré nos efforts sur la mise en place de solutions alternatives auprès d'acteurs de la santé pour permettre aux conseillers de défendre le portefeuille client. Le lancement de l'application MaTension en phase de test en 2023 a été prometteur, et nous avons l'intention de poursuivre son développement en 2024. En ce qui concerne nos opérations selon notre modèle historique, nous avons travaillé de manière continue sur l'exploitation des données pour améliorer nos scorings, ce qui a contribué à une amélioration de la rentabilité. Nous avons également effectué un repositionnement de nos créations, ce qui a été bénéfique pour notre image de marque. De plus, le lancement du partenariat avec MisterAuto et nos premiers pas dans l'univers de l'automobile représentent une nouvelle opportunité

de croissance pour DÉKUPLE Assurance. Sur le plan de l'environnement juridique, nous avons dû faire face à des défis liés à la réglementation sur les appels sortants, mais nous avons su nous adapter et trouver des solutions conformes aux exigences légales. Enfin, la refonte de notre système d'information a été un axe majeur de notre stratégie. Nous avons renforcé l'utilisation de la data et du digital, ce qui nous permet de mieux comprendre et répondre aux besoins de nos clients. De plus, cette refonte nous met en capacité d'intégrer rapidement de l'IA dans notre environnement, ce qui ouvre de nouvelles perspectives d'innovation et de différenciation sur le marché.

**QUELLES SONT LES PERSPECTIVES POUR 2024 ?**

**AD.** Tout d'abord, nous souhaitons poursuivre notre développement en mettant l'accent sur les partenariats. Nous avons des projets de développement de nouveaux

produits, notamment ceux destinés aux acteurs de l'automobile, ainsi que d'autres produits en affinité avec ce secteur. Les tests que nous avons réalisés fin 2023 ont été encourageants, et nous sommes enthousiastes à l'idée de nous aventurer dans ce nouveau domaine. Ensuite, nous avons l'intention de lancer notre toute nouvelle offre santé. Cette initiative fait suite à notre expérience dans ce domaine en BtoC, suite à la reprise de Kovers. Par ailleurs, nous envisageons de diversifier nos canaux de distribution, en mettant de plus en plus l'accent sur le marketing digital. Nous nous appuyons sur les compétences et les ressources du Groupe, et nous capitalisons sur les outils d'analyse de données déjà en place, notamment Family Square. Cela nous permet de rester concentrés sur les opérations rentables et d'optimiser notre efficacité. Nous allons donc piloter finement le développement, les investissements ambitieux et la rentabilité.



# Nos récompenses

## ◆ Agence DÉKUPLE: 11 prix



**3** PRIX pour BUT, dont l'OR aux Trophées Marketing



**2** PRIX pour la Banque Postale, dont Grand Prix aux Cas d'Or Expérience Client



**1** PRIX OR pour Lipton, aux TOP/COM Grands Prix Consumer



**2** PRIX pour Yoplait, dont l'argent au Grand Prix de la Data



**2** PRIX pour HMDS, dont Prix Spécial du jury aux Cas d'Or Marketing



**1** PRIX OR pour MMV, aux TOP/COM Grands Prix Consumer

## ◆ DÉKUPLE Ingénierie Marketing B2B: 5 prix



**3** PRIX avec Septeo, dont l'OR aux BtoB Leaders Awards.



**2** PRIX avec Mersen, dont l'OR aux Cas d'Or du digital

# ► Brainsonic : 45 prix

**Bescherelle**

**21 PRIX**  
avec la campagne  
Bescherelle "Bad  
Prompt", dont l'OR  
à La Nuit des Rois



**7 PRIX**  
avec la campagne  
de sensibilisation  
aux violences sexistes  
et sexuelles pour  
La RATP, dont l'OR au  
Grand Prix Stratégies  
de la Communication  
d'Engagement



**4 PRIX**  
avec Hasbro et la  
campagne « Fanny  
Herpin x Play Doh »,  
dont le Grand Prix  
aux Cas d'OR social  
media influence

**Lenovo**

**6 PRIX**  
pour la campagne  
vidéo pour les 30 ans  
du Thinkpad avec  
Lenovo, dont l'OR aux  
Grand Prix TOP/COM  
Consumer

**believe.**  
CAREERS

**1 PRIX  
BRONZE**  
avec Believe et  
la refonte du site  
carrière, aux TOP/COM  
Corporate business



**1 PRIX OR**  
pour UIMM avec  
la campagne  
#FiersDeFaire, aux  
Grand Prix Com-Ent



**1 PRIX  
ARGENT**  
avec Le Mois Batman,  
pour WARNER BROS  
DISCOVERY, aux  
Heavent Awards



**1 PRIX OR**  
pour Orange Bank,  
paf le prêt, aux Cas  
d'Or Trophées  
de l'innovation  
publicitaire



**1 PRIX OR**  
pour Microsoft, Blue  
Screen Lands aux  
Heavent Awards

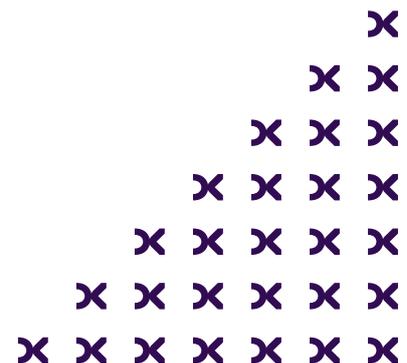


**1 PRIX OR**  
pour Croix-Rouge,  
les Journées  
Nationales aux  
Trophées Marketing  
Content First

Groupe



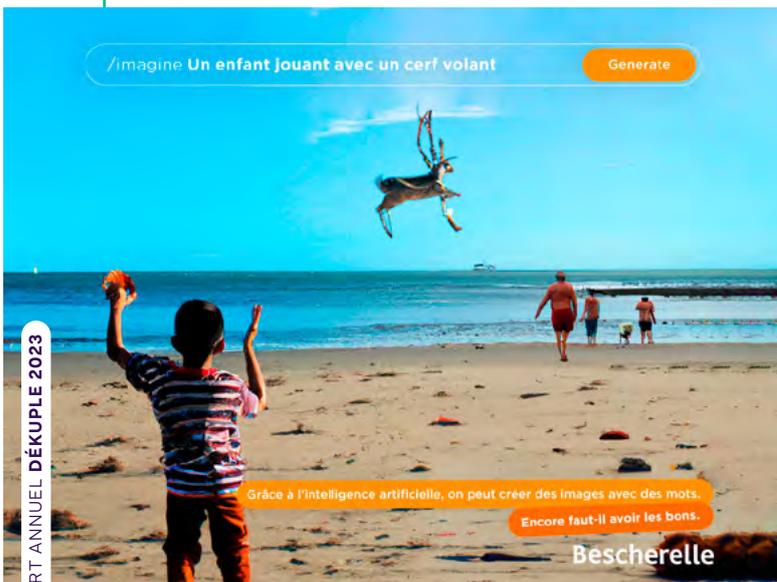
**1 PRIX OR**  
pour Center Parcs,  
Chaîne Youtube,  
aux Cas d'Or social  
media influence



## Les marques qui nous font confiance

### ► Bescherelle x l'Intelligence Artificielle

Bescherelle a fait appel à Brainsonic dans le but de rappeler à tous l'importance du français: sans langue française impossible d'utiliser les intelligences artificielles et montrer que derrière chaque IA doit figurer un être humain.



RAPPORT ANNUEL DÉKUPLE 2023

L'Intelligence Artificielle va s'installer durablement dans nos vies et dans nos activités professionnelles, il faudra donc être capable d'utiliser le «prompt» (texte de commande qui passe par une série d'algorithmes pour aboutir à une création de l'Intelligence Artificielle). Mais avant de l'utiliser encore faut-il savoir correctement rédiger ce prompt. L'agence Brainsonic a donc choisi de s'amuser avec le prompt en renseignant des phrases dans lesquelles se sont glissées des erreurs d'orthographe et de syntaxe. Conséquences ? L'IA génère des visuels qui n'ont rien à voir avec le résultat escompté. Décalés et absurdes, ces visuels illustrent ainsi à merveille l'importance de la maîtrise de la langue!

#### RÉSULTATS:

**+ de 25 millions de vues en earned media (retombées médias et réseaux sociaux)**

**+ de 130 posts LinkedIn en France et à l'international**

**et près de 14 000 réactions toutes positives**

**Une vingtaine d'articles en France et à l'international et deux passages en TV (BFM et M6).**

**Succès en France et à l'international.**

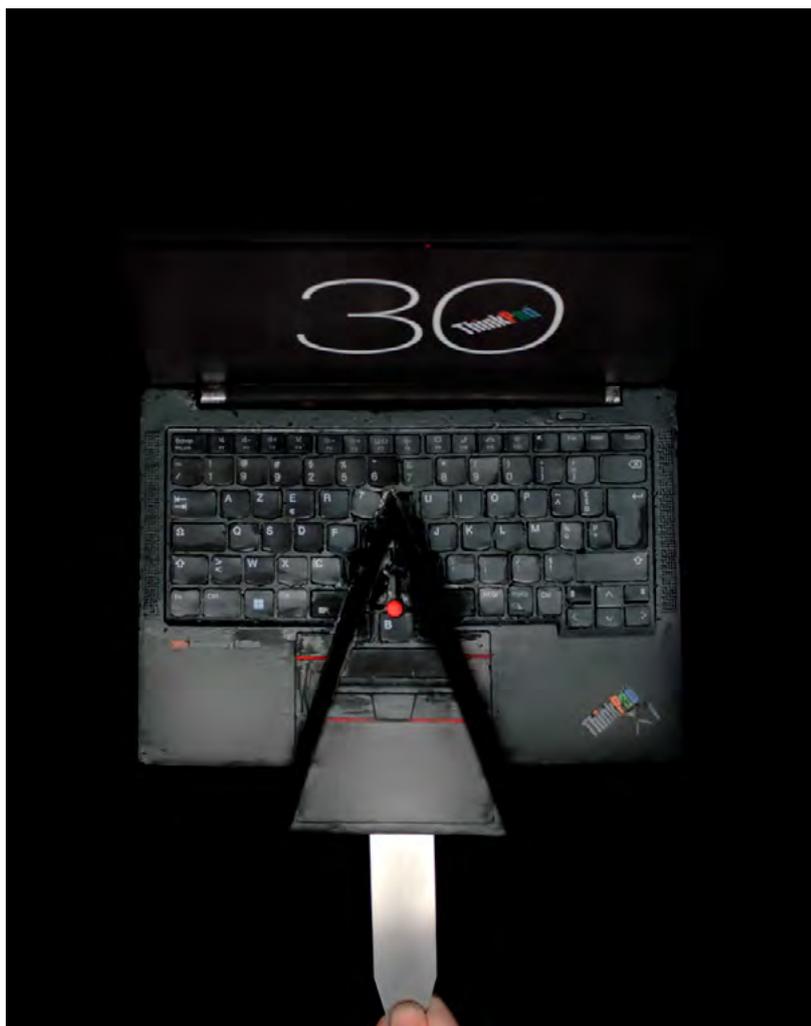
## ◆ ThinkPad 30<sup>th</sup> Anniversary

Pour célébrer 30 ans d'innovation, d'audace technologique et de fiabilité légendaire, Brainsonic a conçu le 1<sup>er</sup> ThinkPad X1 Carbon comestible et ce, avec la participation de Daniel Martins, jeune pâtissier de 22 ans, influenceur Instagram et TikTok.

Ce thinkpad est le 1<sup>er</sup> qui n'est pas fait pour durer ni pour aller dans l'espace... mais bien pour fondre dans la bouche. Il présente toutes les caractéristiques d'un ordinateur haut de gamme: disque de stockage allégé en sucre, processeur triple couche au cœur fondant... La campagne d'anniversaire

de ThinkPad se décline en un teasing et une activation sur les réseaux sociaux de la marque, pour présenter ce ThinkPad spécial comme une véritable édition limitée, intitulée ThinkPad 30<sup>th</sup> Anniversary. La campagne comporte également un film de présentation – teinté

d'humour et de gourmandise – diffusé sur les réseaux sociaux (Instagram, Twitter et LinkedIn), la participation d'influenceurs, un plan social média et un portage en RP pour dévoiler l'opération auprès de la presse et des influenceurs lifestyle et gaming.



### RÉSULTATS:

**8 millions** d'impressions sur les réseaux sociaux grâce aux différents posts des influenceurs et de la marque,

**1,66 millions** de vues du film, en organique,

**25500** réactions sur les réseaux sociaux.

Des **PC** ThinkPad remportés pour les plus fans, les plus malins, qui ont su trouver l'easter egg 1992.

## Les marques qui nous font confiance

# ► L'Oréal et l'IA générative au service d'une optimisation à l'échelle du SEO

L'Oréal, leader mondial de l'industrie cosmétique, s'est distingué dans l'exploitation de l'Intelligence Artificielle générative pour révolutionner ses opérations de référencement naturel (SEO).

Le défi colossal de gérer 780 sites web, 800 000 pages, dans 135 marchés différents avec 36 marques a incité L'Oréal à intégrer l'IA dans son arsenal SEO. L'approche de L'Oréal ne vise donc pas à générer du contenu via l'IA, mais plutôt à mieux comprendre le trafic et à gérer, grâce à l'IA, son vaste contenu en ligne. En collaboration avec Converteo, L'Oréal a conçu un "score de dissonance" pour trier le contenu de qualité de celui considéré comme du "bruit numérique", optimisant ainsi la visibilité sur les principaux moteurs de recherche, Google en tête. Cette stratégie sélective assure l'indexation des

contenus de qualité, renforçant la performance globale du SEO. La lutte contre la cannibalisation des contenus a été une priorité pour L'Oréal. L'IA générative est employée pour analyser le contenu des pages, identifiant les mots-clés et les champs sémantiques où plusieurs pages entrent en concurrence. Cette approche a réussi à optimiser le trafic global des sites en réduisant la compétition interne, tout en maximisant la pertinence de chaque page. Pas moins de 2000 pages analysées en une heure: "Le but était d'améliorer le référencement pour avoir la réponse la plus précise à une

demande, dans un langage humain, explique Charles Letailleur, Lead IA chez Converteo. Compte tenu des volumes de contenus concernés, une équipe ne pourrait piloter une telle matière manuellement." Pour mesurer l'impact concret de ces initiatives, L'Oréal adopte le cadre "Cal Impact" de Google, évaluant l'effet incrémental des actions SEO sur une période de 28 jours en termes d'impressions et de clics. Cette approche analytique rigoureuse assure que chaque action entreprise a un effet mesurable et significatif sur les performances du site.

### EN RÉSUMÉ:

Gérer **780** sites web,  
**800 000** pages,  
 dans **135** marchés différents  
 avec **36** marques.

Environ  
**2000**  
 pages analysées  
 en une heure.

## ◆ Lacoste : exceller dans le marketing moderne grâce au MMM

Lacoste intègre le Marketing Mix Modeling (MMM) au cœur de sa stratégie marketing.

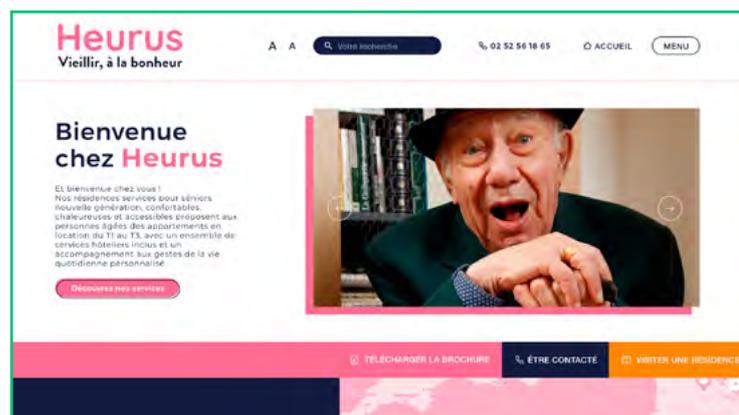
Alors que les parcours clients, de l'acquisition à la conversion et jusqu'à la fidélisation ne cessent de se complexifier, le MMM s'impose comme un outil de mesure puissant, omnicanal et respectueux de la vie privée des consommateurs. Grâce à une analyse statistique des données d'investissement CRM et media et des données de performance (trafic online,

offline, CA) sur un historique long, le MMM permet de construire une vue holistique des impacts du marketing et d'identifier les incréments réels générés par chaque levier activé. Convertéo a proposé à Lacoste une approche MMM dite "en cascade". À la différence d'un MMM classique qui mesure les contributions des leviers marketing online et offline

sur un indicateur de performance, un MMM en cascade mesure également les effets cross-canaux comme le drive-to-web-to-store. Les équipes Lacoste sont donc en capacité de comprendre le rôle du digital dans les conversions en boutique, élément clé de pilotage de l'omnicanal.

## ◆ Heurus, vieillir à la bonheur

Groupe Grand-Mercredi a accompagné Heurus (acteur des résidences services pour séniors nouvelle génération) dans la création de sa nouvelle identité de marque. L'objectif était de créer une stratégie publicitaire validée par un panel de séniors qui viendrait accompagner la stratégie commerciale.



**GRUPE GRAND-MERCREDI A DONC MIS EN PLACE UNE CAMPAGNE EN 3 ÉTAPES :**

- ◆ Création éditoriale et graphique via trois propositions de concepts
- ◆ Test auprès d'un panel de 5 séniors sous forme d'entretiens qualitatifs sur les intentions créatives pour co-créer la stratégie finale.
- ◆ Validation du concept final et sa déclinaison en un package d'assets de communication (logos / landing page / annonces presse...)

## Les marques qui nous font confiance

### ▶ Caisse d'épargne

**Gagner en considération auprès des jeunes, ça passe par de l'écoute et des actes concrets!**

C'est pourquoi l'Agence DÉKUPLE a proposé d'imaginer de nouveaux services bancaires dédiés aux 18-25 ans qui seront développés en 2024 "pour de vrai"!

L'Agence DÉKUPLE a réalisé la campagne «Réinvente ta banque» pour la Caisse d'Épargne Hauts de France ayant comme accroche «Avec des "si", on peut réinventer sa banque».

Au coeur de l'opération: un appel à idées sur 3 thématiques en résonance avec les préoccupations étudiantes: logement, santé et actions solidaires.

Les 3 gagnants du concours développeront leurs idées de services innovants en collaboration avec la Caisse d'Épargne des Hauts de France.

Avec la volonté de donner la parole, écouter et collaborer, la banque se rapproche de la nouvelle génération de clients qui sont sensibles à la personnalisation des services.

Le dispositif global vise à engager les jeunes actifs touchés par une campagne social media et vidéo accompagnée par le déploiement de supports dédiés: affiches en agence, emailings ciblés et un partenariat média avec l'Étudiant.



#### EN RÉSUMÉ:

des insights pragmatiques

1 campagne 360°

1 concours

1200 projets reçus

6 pitches devant un jury

3 lauréats avec 3 projets développés avec la banque en 2024

300 euros par mois pendant 1 an pour chacun des gagnants





## MMV propose une offre d'hôtels et résidences club dans 16 stations des Alpes.

Pour moderniser son image et ancrer son positionnement d'expert de la montagne, la marque a confié à l'Agence DÉKUPLE la refonte visuelle et rédactionnelle de son identité.

En intégrant un challenge de taille : conserver le nom de la marque mais faire oublier la signification de l'acronyme de MMV (Mer, Montagne, Vacances), le groupe étant aujourd'hui positionné uniquement sur des offres à la montagne.

L'univers de la montagne au cœur de l'identité de la marque :

- ◆ Visuellement, au travers du logo et de la grammaire graphique
- ◆ Sémantiquement, grâce aux expressions et vocabulaire utilisés dans la ligne éditoriale
- ◆ Symboliquement, via le jeu sur les mythes et légendes comme le dahut ou le yéti.

C'est cette cohérence très forte entre le fond et la forme, le visuel et l'éditorial qui rend la nouvelle identité très puissante.

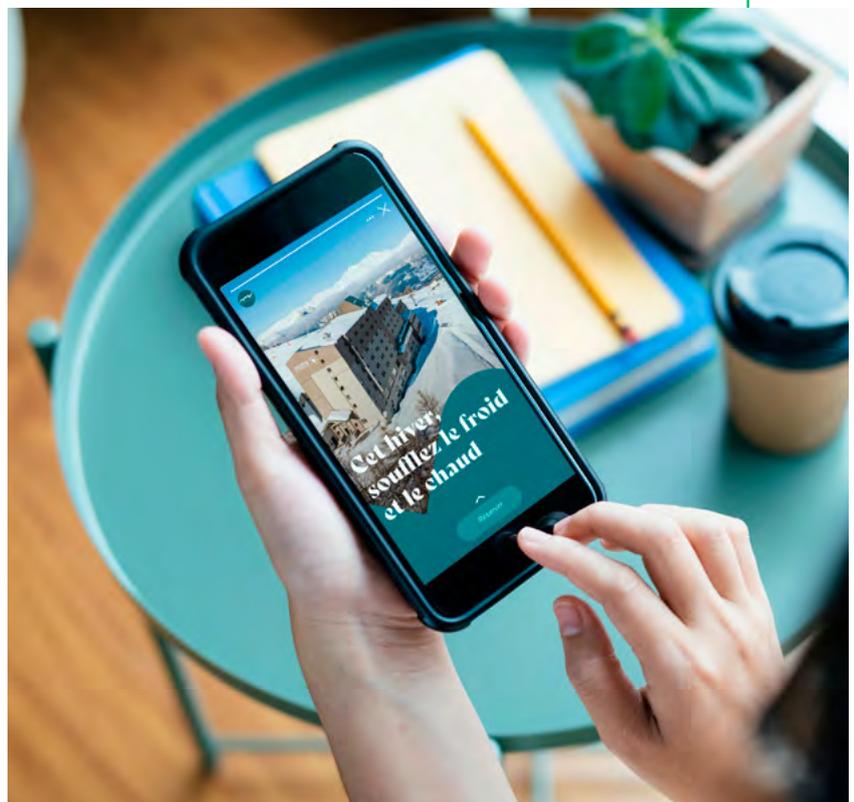
L'enseigne a mené une étude sur ses clients : 86% la trouvent "Originale" (KPI n°1 atteint!) et 80% l'évaluent avec une note de 4/5 ou de 5/5 (50% l'évaluent à 5/5)



Le déploiement de la nouvelle identité a touché tous les points de contact, de la brochure aux enseignes en passant par un lifting du site internet et des réseaux sociaux.

MMV a ensuite consulté l'agence pour optimiser sa stratégie commerciale :

de nouvelles guidelines ont été définies pour optimiser l'impact business des campagnes et un kit a été réalisé par l'agence pour faciliter la prise en main des nouvelles orientations par les collaborateurs MMV. Cette campagne a obtenu un prix or au TOP/COM Grands Prix Consumer en 2023.



## Les marques qui nous font confiance

### ► CAMIF #TourduMIF

Camif a fait appel à Reech pour l'aider à faire rayonner son savoir faire et ses valeurs éco-responsables.



En co-création avec un profil aux valeurs fortes, le Tour du Made in France a été mis en place. Lors d'un périple en van (roulant à l'huile de friture!), la créatrice s'est arrêtée sur son chemin dans les ateliers Camif pour rencontrer et valoriser les artisans et experts qui produisent le mobilier Camif. À la manière d'une micro-série, elle a réalisé des épisodes issus de ses rencontres, tout en les mariant avec les tendances des réseaux sociaux.

#### RÉSULTATS :

**1**  
profil d'influenceur

**4**  
réseaux  
activés

**28**  
contenus variés  
(Réels, posts, vidéo  
Youtube, Youtube  
Shorts, article  
de blog, relais  
Facebook...etc)

**5M**  
d'impressions

### ► MAPFRE

ConVENCER est une plateforme de contenu web destinée au réseau commercial de MAPFRE où sont rassemblés tous les produits à commercialiser chaque trimestre.

La plateforme est divisée en 2 catalogues, l'un destiné au réseau de vente interne de MAPFRE et l'autre appelé "Brokers", qui sont des agents de vente externes. À travers plus de 50 pages, les agents commerciaux peuvent trouver toutes les informations sur tous les produits qu'ils peuvent proposer à leurs clients. DÉKUPLE a divisé le travail en 2 phases d'un mois et demi chacune.

La première phase a commencé par une analyse du trimestre précédent (créativité, développements et analyse de la navigation), proposant des améliorations tant au niveau du développement de la plateforme (nouveaux boutons, navigation améliorée, nouveaux modèles) qu'au niveau créatif (images, vidéos et textes) pour la prochaine livraison et leur mise en œuvre.

La deuxième phase a été la mise en œuvre des améliorations de la plateforme et, en parallèle, la réception des informations brutes de tous les produits MAPFRE, leur analyse, la rédaction et la recherche de vidéos et d'images, le transfert vers les modèles et le téléchargement des informations pour former le catalogue final.

# ◆ Plus de 500 marques nous font confiance

## Banque et assurance



## Industrie



## High Tech et software



## Automobile



## Immobilier



## Alimentaire et boisson



## Télécom



## Loisirs et tourisme



## Retail



## Luxe



## Médias



## Services



## Caritatif



# Les principaux enjeux RH et RSE de 2024

**Marie-Laure Ricard**

Directrice Ressources Humaines  
et RSE Groupe



## QUELLES ONT ÉTÉ LES NOUVEAUTÉS RH EN 2023 ?

**Marie-Laure Ricard.** En 2023, nous avons franchi le seuil symbolique des 1000 collaborateurs, un signe tangible de notre croissance. Une croissance organique, avec des recrutements dans le Groupe et dans l'ensemble de nos filiales, mais aussi grâce à l'acquisition de nouvelles sociétés, comme Le Nouveau Béliet, Smart Traffik, ou encore Synomia. Les différentes filiales continuent également de se développer, à l'instar de Convertéo, qui a dépassé le cap des 400 collaborateurs en 2023. Nous avons poursuivi nos efforts pour renforcer notre identité de groupe tout en respectant l'autonomie et l'identité de chacune des entités qui nous ont rejoints. Cela se traduit par une communication interne efficace et continue, avec des newsletters hebdomadaires, des webinaires et la construction d'une histoire commune via le sponsoring. Nos ateliers et nos réunions de synergies nous permettent de partager nos valeurs, nos succès, nos orientations stratégiques, nos objectifs et nos résultats. Enfin, nous travaillons, tous ensemble sur des projets transverses visant à favoriser la collaboration et le partage des meilleures pratiques au sein du Groupe. Notre engagement dans le domaine de l'Intelligence Artificielle en est un exemple concret, démontrant notre volonté de mutualiser nos ressources et notre expertise pour rester à la pointe de l'innovation.



**“Nous travaillons, tous ensemble sur des projets transverses visant à favoriser la collaboration et le partage des meilleures pratiques au sein du Groupe.”**

#### **QUELLES SONT LES PERSPECTIVES POUR 2024 ?**

**MLR.** L'objectif de cette année est de poursuivre l'accompagnement du Groupe dans sa croissance. Nous tenons également à accompagner nos différentes sociétés dans la recherche de talents et à poursuivre l'accueil exponentiel de stagiaires et d'alternants du métier, tout en accroissant notre renommée auprès des écoles. Aussi bien pour le maintien de nos collaborateurs en interne que pour attirer de nouveaux talents, nous continuerons d'œuvrer sur le rayonnement de notre marque-employeur. Cette volonté passe par une politique d'onboarding, par des formations et par l'importance accordée à la communication, qu'elle soit interne ou externe. 2024 comporte un nouvel objectif majeur, notre développement à l'international.

#### **QUELS SONT LES ENJEUX RSE ?**

**MLR.** Nous continuerons de déployer notre politique RSE sur les trois axes que sont le Social, l'Environnement et la Gouvernance. Nous tenons à mobiliser davantage nos collaborateurs sur ces sujets, jusqu'à les rendre acteurs et ce notamment avec l'arrivée de la plateforme Vendredi. Déjà présente chez Converteo, et récemment déployée plus largement chez DÉKUPLE, elle permet à nos collaborateurs de s'informer, de proposer des idées et des actions, de découvrir des associations et de participer à leurs actions. Il est important pour DÉKUPLE d'offrir à nos collaborateurs des propositions d'actions les sensibilisant sur les sujets sociétaux, sociaux et environnementaux. Aussi, chacune de nos sociétés s'illustre dans cette dynamique RSE via des actions qui lui sont propres, à l'image de Smart Traffik avec la Marche pour les Femmes.



# L'année RH en quelques chiffres

**233**

recrutements  
en CDI

**81**

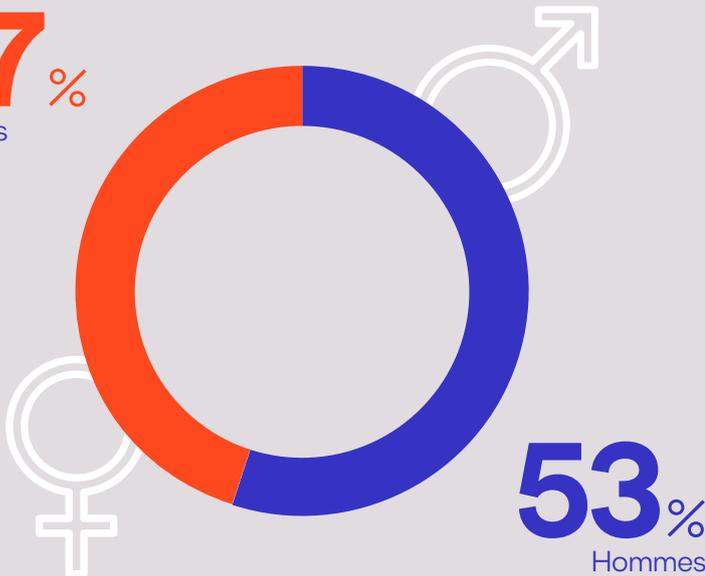
collaborateurs  
ont changé de poste  
ou de service

**35,7**

ans de  
moyenne  
d'âge

**47%**

Femmes



**53%**  
Hommes

**5,3**

ans  
d'ancienneté  
moyenne

**7,5%**

effectif à  
l'international

**664**

collaborateurs bénéficiant  
de l'intéressement ou  
de la participation

**92%**

contrats  
CDI

**87%**

des collaborateurs  
formés

**9587**

heures  
de formations  
dispensées

Un dialogue social  
important avec

**75**

réunions avec les instances  
représentatives du personnel

# Répartition des effectifs par pôles commerciaux

Décembre 2023

●	Pôle Conseil et Technologie	424
●	Pôle Engagement Marketing	119
●	Pôle Agences et Solutions France	209
●	Pôle Agences et Solutions Ibéria	61
●	Pôle Solutions Abonnements	89
●	Pôle Assurances	32
●	Fonctions transverses Groupe	67

**TOTAL** **1001**

Alternants 61  
stagiaires 4

# DÉKUPLE est engagé sur 9 Objectifs de Développement Durable du Global Compact de l'ONU

3 engagements forts structurent les 9 ODD pour lesquels DÉKUPLE se mobilise



Environnement



Social



Gouvernance

Depuis 2020, nous adhérons au Global Compact de l'ONU et travaillons sur 9 Objectifs de Développement Durable :





## ► Environnement

Engagé en faveur de l'environnement, le Groupe Dékuple œuvre à réduire son impact écologique et à instaurer des pratiques écoresponsables au cœur de ses activités. En lançant une analyse de ses émissions carbone en 2021, le Groupe a jeté les bases d'ambitieux objectifs

environnementaux pour 2024. Ceux-ci se matérialisent à travers un plan d'action dédié, axé sur l'utilisation judicieuse du papier, la diminution de la production de déchets, l'adoption de matériaux d'impression écologiques et le recyclage des déchets d'équipements électriques

et électroniques (D3E). Aussi, le Groupe favorise la mobilité douce parmi ses collaborateurs, notamment via des forfaits mobilité au sein de Converteo, de Reech et des équipes de Montreuil, Chantilly et Toucy, renforçant son engagement pour un environnement plus sain.

### Voici quelques-unes de nos actions que nous sommes fiers de mettre en valeur :



#### ONF

Depuis 2011, le Groupe DÉKUPLE soutient les initiatives de l'ONF consistant à valoriser la ressource en bois, protéger l'environnement et la biodiversité, prévenir et gérer les risques naturels et accueillir tous les publics en forêt. En douze ans, le Groupe DÉKUPLE a financé diverses actions de restauration et d'entretien, la plantation d'arbres sur 11,85 hectares permettant, entre autres, l'absorption de milliers de tonnes de CO<sub>2</sub> et l'organisation de visites éducatives en forêt pour plus de 2200 enfants dans le cadre de sorties scolaires. En 2023, le Groupe DÉKUPLE a soutenu plusieurs projets significatifs, à commencer par la restauration du ru du Bern, contribuant ainsi à l'enrichissement de la biodiversité locale. En réponse à un incendie, le Groupe a permis la plantation d'arbres sur une superficie de 1,35 hectares au sein de la forêt domaniale de Sénart. Aussi, plus de 100 enfants, répartis en 4 classes, ont été accueillis pour des activités éducatives en lien avec la nature. Soulignant notre engagement pour la durabilité, la préservation de la biodiversité, et la lutte contre le changement climatique, notre partenariat avec l'ONF se poursuit en 2024 pour de nouvelles actions significatives en faveur de l'environnement.

# DÉKUPLE est engagé sur 9 Objectifs de Développement Durable du Global Compact de l'ONU



## ► ENVIRONNEMENT



### Fresque du Climat

Depuis 2018, la Fresque du Climat, initiée par Cédric Ringenbach, est devenue un outil essentiel de sensibilisation aux enjeux climatiques au sein du Groupe DÉKUPLE et de Converteo. Alliant jeu et éducation, elle a permis au cours de l'année 2023 à 164 collaborateurs de participer à 17 ateliers et a formé 6 collaborateurs à l'animation de ces sessions. Également, le Groupe et Converteo ont tenu 6 Fresques du Numérique, rassemblant 76 participants, soulignant ainsi notre engagement actif envers les défis environnementaux.

### Mobilité

Soutien de la mobilité écologique, Brainsonic a organisé cette année la première édition de son Atelier Réparation de Vélos. Réglage des freins et des vitesses, contrôle et pression des pneus, nettoyage et lubrification de la chaîne ou encore contrôle et serrage des points de sécurité, les collaborateurs ont bénéficié d'une révision complète de leurs vélos, qu'ils soient électriques, musculaires ou vélos-cargos. Favorisant une prise de conscience sur l'importance de maintenir son véhicule en bon état, ces révisions sécuritaires furent prises en charge par le CSE.

Renforçant le bien-être des employés et encourageant une réflexion sur l'impact environnemental de nos choix de mobilité, cette initiative souligne l'inclusivité et la diversité des moyens de transport promus par l'agence. Ainsi, Brainsonic s'inscrit comme acteur du changement pour un avenir durable, affirmant son engagement envers un mode de vie plus vert.

### Cèdre

Le Groupe DÉKUPLE collabore depuis 2007 avec Cèdre, une entreprise spécialisée dans le recyclage de déchets de bureau comme le papier, les bouteilles en plastique et les gobelets en carton. Cèdre est une entreprise adaptée, employant principalement des personnes en situation de handicap, conformément aux exigences du code du travail qui demande un minimum de 55% de travailleurs handicapés dans son personnel. En 2023, cette collaboration a permis de recycler 102 kg de gobelets en carton et 31 kg de bouteilles en plastique.



## ► Social

Le Groupe DÉKUPLE est fermement engagé en faveur de l'égalité, de l'inclusion et de la diversité au sein de son environnement de travail. En adoptant la Charte de la diversité et en mettant en œuvre des politiques de recrutement inclusives, le Groupe vise à attirer et fidéliser des talents dans un cadre respectueux et équitable. Aussi, le respect des droits du travail, le dialogue social, et l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée sont au cœur de

nos priorités, visant à promouvoir le bien-être et l'épanouissement de nos collaborateurs à travers diverses initiatives telles que des enquêtes de satisfaction, des événements de convivialité, l'accès au télétravail ou des actions DÉKUPLE Talent (20 km de Vincennes, 20 km de Paris). Le développement professionnel est également une préoccupation majeure, avec un accent sur le développement de l'employabilité par la formation continue et le soutien aux managers,

y compris l'intégration de l'Intelligence Artificielle comme outil d'apprentissage accessible à tous. En outre, le Groupe DÉKUPLE se positionne comme un acteur social responsable, s'impliquant activement dans le soutien d'initiatives et d'organisations à vocation sociale telles que l'UNICEF, la Fondation de France, l'ONF, Perce-Neige ou encore l'Agence des Nations Unies pour les réfugiés, reflétant nos valeurs profondes par des engagements concrets en faveur de la société.

## Voici quelques-unes de nos actions que nous souhaitons mettre en valeur :

### Courses

**1** Toujours engagé dans le running, le Groupe DÉKUPLE a eu le plaisir de compter 64 coureurs lors de 4 courses en 2023, à savoir le Marathon de Paris, les 20 km de Paris, le Semi de Vincennes et la Foulée Montreuilloise pour laquelle DÉKUPLE est sponsor. Première course de Montreuil solidaire et ouverte à tous, la Foulée

Montreuilloise est organisée par l'association À Petits Pas pour Lina, association de loi 1901, en collaboration avec la Mairie de Montreuil. L'objectif de 2024 est de compter encore plus de courses et surtout plus de coureurs.

**2** Depuis 2021, Smart Traffik organise la course caritative "Courez, Vous Donnerez", visant à unir les entreprises de diverses tailles autour d'un objectif commun : soutenir une noble cause. Cette initiative engage les salariés à courir ou marcher jusqu'à 10 km sur une période de 10 jours, transformant chaque kilomètre en un don

de 10 € de leur employeur à une association bénéficiaire annuelle. Après avoir soutenu, mais aussi apporté visibilité et reconnaissance de leur travail à l'Association Cassandra et à l'Association Noé, l'édition 2023 fut dédiée à l'association Du côté des Femmes.

"Courez, Vous Donnerez" souligne l'importance de l'engagement communautaire des entreprises et démontre comment des actions collectives peuvent contribuer de manière significative au bien-être social, tout en favorisant le bien-être et la santé de leurs employés par l'activité physique.



# DÉKUPLE est engagé sur 9 Objectifs de Développement Durable du Global Compact de l'ONU



## ► SOCIAL

### Inclusivité

Soucieuse de lutter contre les discriminations liées à l'orientation sexuelle au travail, l'agence Brainsonic a rejoint en 2023 le collectif Autre Cercle, acteur français de référence pour l'inclusion LGBT+ au travail. Dans le cadre de cette collaboration, une formation destinée à l'ensemble des salariés de Brainsonic visait à les équiper des connaissances et de la sensibilité nécessaires pour créer un environnement de travail respectueux et accueillant pour tous, indépendamment de leur orientation sexuelle. Avec Autre Cercle, l'agence travaille à l'élaboration de pratiques inclusives, non seulement bénéfiques en interne, mais aussi exemplaires pour l'ensemble du secteur. Ainsi, Brainsonic reflète sa conviction que la diversité est une richesse stimulant la créativité, favorisant l'innovation et contribuant à un climat de travail plus épanouissant.

### Éducation

Engagé dans les Objectifs de Développement Durable du Global Compact, le Groupe DÉKUPLE soutient depuis 2021 l'éducation de qualité à travers la plateforme de mentorat My Job Glasses. Plus de 80 ambassadeurs ont ainsi guidé et conseillé plus de 1390 jeunes et professionnels en reconversion. En 2023, 25 ambassadeurs ont organisé plus de 300 rendez-vous, soulignant

l'engagement profond du Groupe DÉKUPLE envers l'orientation professionnelle des jeunes. Après trois fructueuses années sur la plateforme MyJobGlasses, souhaitant diversifier et enrichir les initiatives de mentorat proposées aux employés, le Groupe a rejoint Converteo dans le programme de mécénat de compétence "Vendredi". Offrant une journée annuelle de bénévolat à ses collaborateurs, cette initiative a permis la réalisation de 114 missions de volontariat chez Converteo cette année. Avec l'adhésion de l'ensemble du Groupe, nous souhaitons renforcer ainsi notre engagement social et notre impact positif dans la communauté.

### Éthique

Pour Reech, 2023 est une année marquée par le dialogue avec l'ensemble des parties prenantes de l'Influence Marketing, notamment au travers de sa participation aux consultations portant sur la loi visant à encadrer l'influence commerciale et à lutter contre les dérives des influenceurs sur les réseaux sociaux, puis dans sa participation active à la création de l'Union des Métiers de l'Influence et des Créateurs de Contenu (UMICC). Si l'UMICC prévoit la création d'une Charte Éthique pour tous ses adhérents ou encore une

sensibilisation dédiée aux parents d'influenceurs enfants, Reech continue également d'accompagner ses clients avec la création d'une Charte pour une influence plus responsable à laquelle toutes les équipes Reech Agency ont pu contribuer, reprise dans les programmes de formation de sa nouvelle offre, le Reech Learning Program. Le Groupe DÉKUPLE est très fier de la contribution de Reech pour que l'UMICC puisse promouvoir une approche éthique de l'industrie de l'influence en France.

### Authenticité

Brainsonic innove dans la lutte contre les fausses informations en France en lançant un nouveau format de production, en collaboration avec le journaliste Thomas Huchon. Ce système combine Intelligence Artificielle et expertise humaine pour déconstruire les fake news. Le processus commence par l'identification d'une fausse information, suivie de la création d'un script par une IA et une équipe de SciencesPo Paris, puis de la production d'une vidéo par la plateforme HeyGen avec un avatar de Thomas Huchon. La content factory de Brainsonic finalise la vidéo, qui est ensuite publiée sur les réseaux sociaux en moins de deux heures. Cette initiative marque une avancée majeure contre la désinformation en utilisant la technologie.



## ► Gouvernance

Afin de renforcer sa démarche Responsabilité Sociale des Entreprises (RSE), le Groupe DÉKUPLE favorise un dialogue constructif avec ses parties prenantes internes et externes. En mobilisant ses collaborateurs dans la démarche RSE avec la plateforme Vendredi et en identifiant les priorités communes, le Groupe vise à intégrer activement tous ses pôles via la création de trois niveaux de Comités RSE. Le premier Comité RSE implique 3 administrateurs/trices du conseil d'administration qui se réunissent une fois par an pour présenter les états des

projets RSE. Se réunissant également une fois par an, le deuxième Comité RSE implique le Groupe, soit l'ensemble des entités hors Chine et Le Nouveau Bélier. Quant au troisième niveau, les Comités RSE Locaux, anciennement appelé Comité RSE UES, ils se réunissent trois fois par an. Avec ces comités, le Groupe implique le management envers des objectifs incitatifs spécifiques et permet d'aligner les actions RSE avec les attentes de toutes les parties prenantes, y compris les collaborateurs, clients, partenaires et administrateurs, en vue des objectifs de 2024.

Parallèlement, la protection des données personnelles continue d'être au cœur de nos préoccupations, avec le suivi de notre Délégué à la Protection des Données (DPO) et l'ensemble de nos mesures rigoureuses sécurisant les données transitant au sein de l'entreprise. En outre, le renforcement de notre éthique et de notre transparence est une priorité, avec la lutte contre la corruption et les pratiques anticoncurrentielles par la mise en place d'un code de conduite, et d'une procédure d'alerte et de sensibilisation continue des collaborateurs aux enjeux éthiques.

### Voici quelques-unes de nos actions faisant notre fierté :

**1** En 2023, L'Agence DÉKUPLE a été reconnue pour son engagement en matière de responsabilité sociale et environnementale en obtenant le prestigieux e-label RSE Agences Actives, avec 2 étoiles, stipulant un niveau « confirmé ». Cette distinction souligne les engagements de l'Agence DÉKUPLE en matière de vision et de gouvernance, de réalisation des prestations, de gestion des ressources humaines et des aspects sociaux, ainsi que de l'impact environnemental. L'Agence DÉKUPLE se positionne ainsi comme un leader dans le secteur du conseil en communication grâce à ses actions concrètes en faveur de la durabilité et de la responsabilité sociale.

**2** En 2023, DÉKUPLE Iberia s'est distinguée par l'obtention de la prestigieuse médaille d'or d'EcoVadis, confirmant ainsi son leadership en matière d'ESG. Cette reconnaissance illustre son engagement sans faille en faveur des pratiques éthiques, de la responsabilité environnementale et des achats durables, reflétant l'incorporation de valeurs durables dans les stratégies et campagnes ayant été déployées. Seulement 5% des entreprises évaluées par EcoVadis, référence mondiale en évaluations de durabilité, reçoivent cette distinction, soulignant l'exceptionnelle performance de DÉKUPLE Iberia dans ces domaines. Ce succès remarquable témoigne de la vision à long terme et de la grande responsabilité avec laquelle toute l'équipe aborde son travail, marquant un jalon significatif dans sa quête d'excellence en matière de développement durable.

# Analyse financière et stratégie d'investissement

**Emmanuel Gougeon**

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



## **LE GROUPE DÉKUPLE EST SOLIDE FINANCIÈREMENT ET DISPOSE DES CAPACITÉS NÉCESSAIRES POUR FINANCER SA CROISSANCE ORGANIQUE ET EXTERNE.**

**EG.** Les résultats de l'exercice 2023 témoignent de la robustesse du Groupe Dékuple et de la résilience de son modèle diversifié, en dépit des défis rencontrés au cours de cette année difficile. La crise économique, caractérisée par la diminution du pouvoir d'achat des consommateurs et la réduction des investissements marketing des entreprises, a directement impacté certaines de nos activités. Néanmoins, notre chiffre d'affaires a progressé de +10,2% pour atteindre 199,7 millions d'euros, tandis que la marge brute du Groupe s'est établie à 161,2 millions d'euros, enregistrant une croissance de +11,4%. Parallèlement, nous avons renforcé notre rentabilité avec un EBITDA de 24,9 millions d'euros, représentant 15,5% de la marge brute, et un résultat net part du Groupe en progression de 14,2% à 12,4 millions d'euros. En outre, le bilan du Groupe demeure solide, avec une trésorerie de 63,4 millions d'euros, nous conférant les moyens nécessaires pour financer notre développement conformément à notre plan stratégique.

## **LE GROUPE DÉKUPLE CONTINUE SON VIRAGE VERS LE DATA MARKETING.**

**EG.** Les activités de Marketing Digital constituent les principaux moteurs de notre croissance. Elles représentent désormais 60% du chiffre d'affaires consolidé, avec une marge brute en croissance de +39% cette année. Cette expansion a été alimentée par le développement continu des activités de Conseil et par l'extension du périmètre des activités d'Agences et Solutions marketing. Notamment, la pleine contribution sur

l'ensemble de l'exercice de Brainsonic et de Smart Traffik, ainsi que l'intégration depuis juillet 2023 de la société Le Nouveau Bélier, ont contribué de manière significative à cette croissance. Cette évolution favorable des offres de service et de conseil aux entreprises a compensé le ralentissement conjoncturel des offres BtoC. Malgré un contexte de consommation défavorable, ces dernières ont maintenu d'importants investissements commerciaux pour soutenir leurs portefeuilles générant des revenus récurrents futurs.

## **NOUS ALLONS CONTINUER À INVESTIR EN CROISSANCE EXTERNE POUR DEVENIR UN LEADER DU DATA MARKETING EUROPÉEN.**

**EG.** Nous continuons à renforcer nos capacités dans le domaine du data-marketing en complétant nos expertises, comme nous l'avons fait en 2023 en accueillant Synomia, une entreprise française pionnière dans l'analyse sémantique par intelligence artificielle, et l'agence Le Nouveau Bélier, une référence en conseil en stratégie publicitaire, spécialisée dans le secteur du Retail. Au-delà de l'expansion de nos compétences, notre stratégie de développement repose sur la création d'un groupe de multi-entrepreneurs. Nous nous engageons à long terme aux côtés d'entrepreneurs partageant notre vision, afin de servir nos clients en créant de la valeur, tout en préservant et en valorisant l'entreprise qu'ils ont créée.

## **NOUS CHERCHONS À RENFORCER NOTRE ANCRAGE EUROPÉEN ET À NOUS DÉVELOPPER À L'INTERNATIONAL.**

**EG.** Actuellement, nous sommes présents en France, en Espagne, au Portugal et en Chine. Certaines de nos activités de marketing



digital participent à des projets pan-européens ou internationaux, en particulier en Chine, où nous avons enregistré une croissance remarquable en 2023. Nous avons l'intention de renforcer notre présence internationale de manière réfléchie mais déterminée. Initialement lancée depuis la France vers les marchés européens, notre internationalisation concerne actuellement trois activités technologiques en mode SAAS: Reech Influence Cloud, RocketLinks et Ividence. Nous envisageons d'étendre cette approche à d'autres solutions technologiques du Groupe. Par ailleurs, pour nos activités de conseil et de services en marketing digital et data marketing, nous examinons la possibilité d'acquisitions dans des pays européens où nous prévoyons de nous implanter d'ici 2025.

**EN CROISSANCE ORGANIQUE, NOUS EXPÉRIMENTONS DE NOUVEAUX BUSINESS MODELS POUR DIVERSIFIER NOS ACTIVITÉS EN COHÉRENCE AVEC NOS OBJECTIFS DE RENTABILITÉ.**

**EG.** Parmi nos valeurs, l'esprit de conquête nous pousse à explorer différents modèles commerciaux et à développer de nouvelles activités. Certaines ont rencontré un franc

succès, telles que les nouvelles offres chez Converteo, Brainsonic et Reech. Cependant, lorsque nos tests ne trouvent pas leur marché, nous réagissons rapidement en réduisant nos investissements, comme nous avons pu le faire dans certaines offres BtoC par le passé. Dans nos activités BtoB, nous réintégrons également dans nos offres de services des technologies initialement développées au sein de structures autonomes. Cette démarche nous permet d'élargir la gamme de services proposés à nos clients tout en optimisant nos investissements dans leur développement. En 2023, nous avons réalisé des progrès significatifs dans le domaine de l'Intelligence Artificielle (IA), ouvrant de nouvelles perspectives pour l'efficacité et la créativité dans nos opérations au service de nos clients et partenaires. Parallèlement, nous avons continué à optimiser la structure organisationnelle du Groupe pour atteindre des seuils critiques et réaliser des économies de coûts.

**NOUS ALLONS CONTINUER À INVESTIR EN R&D ET DANS LA TECHNOLOGIE.**

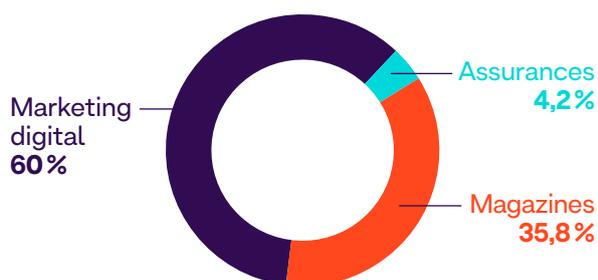
**EG.** Nos investissements en R&D représentent annuellement environ 2,5% de notre chiffre d'affaires consolidé. En 2023, nous avons décidé d'intensifier ces investissements, les portant à un niveau global dépassant les 5 millions. Cette augmentation substantielle de nos ressources allouées à la R&D témoigne de notre volonté renouvelée de rester à l'avant-garde de l'innovation. Ces fonds supplémentaires ont été principalement dirigés vers le développement de nos capacités en intelligence artificielle, soulignant notre engagement à exploiter les technologies émergentes pour créer des avantages concurrentiels tangibles dans le domaine du marketing digital. Notre stratégie d'innovation et de transformation par la technologie reste au cœur de notre développement, guidée par une feuille de route claire et alignée sur les besoins de nos activités et de nos clients. Nous restons fermement engagés à poursuivre nos efforts dans ces domaines stratégiques pour assurer notre leadership sur le marché et répondre aux défis futurs avec agilité.



# Nos chiffres clés annuels

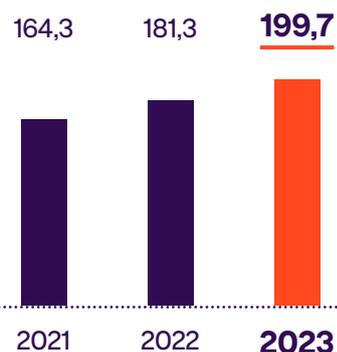
## Répartition du chiffre d'affaires par activité

En%



## Chiffre d'affaires

En M€



## Chiffre d'affaires

+10,2% **199,7 M€**

## Marge brute

+11,4% **161,2 M€**

## Ebitda retraité\*

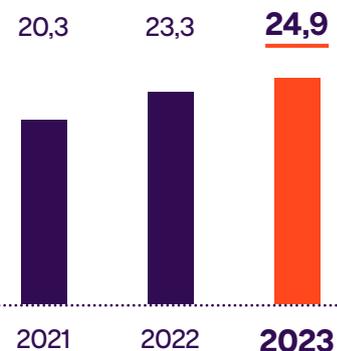
15,5%  
de la marge brute **24,9 M€**

## Résultat net part du groupe

7,7%  
de la marge brute **12,4 M€**

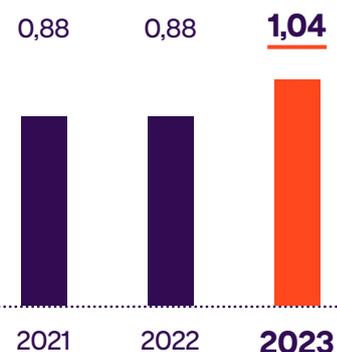
## EBITDA retraité \*

En M€



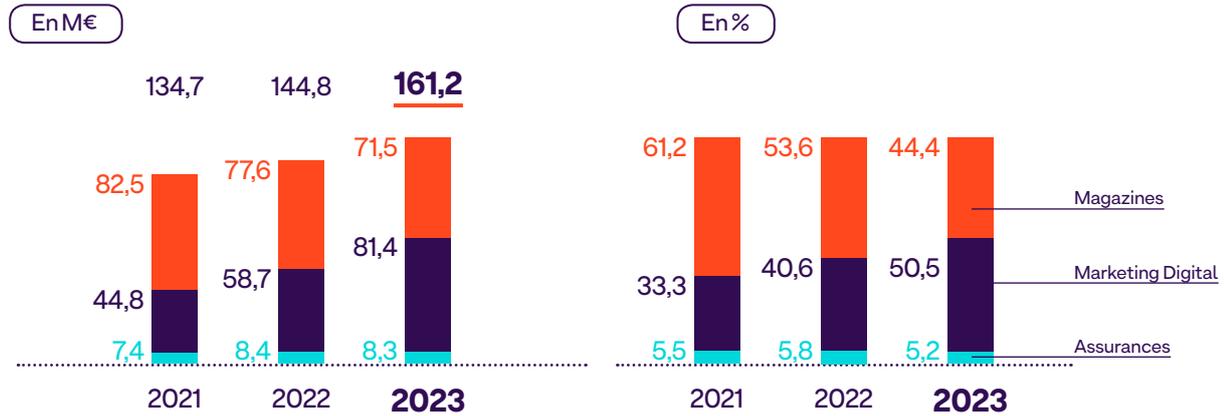
## Dividende par action

En €

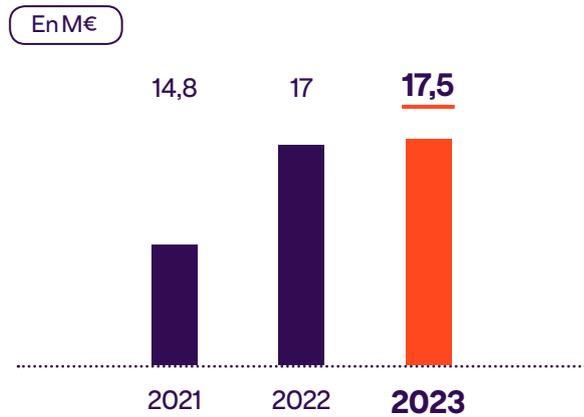


\*EBITDA retraité de l'impact IFRS2 des attributions d'actions gratuites et de l'impact IFRS 16 lié au retraitement des charges de loyer

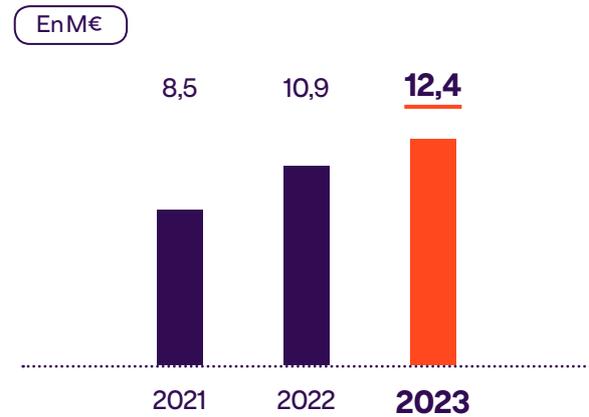
## Marge brute par activité



## Résultat opérationnel courant



## Résultat net part du Groupe



## Structure financière





WILLIAM MATHELIN-MOREAUX,  
SKIPPER DU GROUPE DÉKUPLE



# CAHIER FINANCIER

# SOMMAIRE

1.	RAPPORT DE GESTION .....	73
2.	DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE .....	99
3.	RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE .....	142
4.	DESCRIPTIF DU PROGRAMME DE RACHAT .....	162
5.	RAPPORT SPÉCIAL SUR LES OPÉRATIONS D'ATTRIBUTION GRATUITE D'ACTIONS AU BÉNÉFICE DU PERSONNEL SALARIÉ ET DES DIRIGEANTS.....	164
6.	RAPPORT COMPLÉMENTAIRE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION QUANT AUX RÉOLUTIONS PROPOSÉES PAR LE CONSEIL D'ADMINISTRATION À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DES ACTIONNAIRES DU 14 JUIN 2024 .....	166
7.	ETATS FINANCIERS.....	168
8.	RAPPORTS DES COMMISSAIRES AUX COMPTES .....	235
9.	ATTESTATION DU RESPONSABLE DU RAPPORT FINANCIER ANNUEL 2023 .....	245



## 1. RAPPORT DE GESTION

1.1. ACTIVITÉS ET FAITS MARQUANTS .....	74
1.2. LES COMPTES DE L'EXERCICE.....	83
1.3. ÉVÈNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE, ÉVOLUTION PRÉVISIBLE ET PERSPECTIVES .....	86
1.4. CONTRÔLE INTERNE ET GESTION DES RISQUES.....	87
1.5. OPÉRATIONS SUR LES TITRES DE LA SOCIÉTÉ.....	97

## 1.1. ACTIVITÉS ET FAITS MARQUANTS

### 1.1.1. 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. Marketing digital (60 % du chiffre d'affaires consolidé 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 Bélier, 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.

#### 2. Magazines (36 % du chiffre d'affaires consolidé 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.

#### 3. Assurances (4 % du chiffre d'affaires consolidé 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.

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.

### 1.1.2. Faits marquants 2023

#### 1. Poursuite de la forte croissance

Le Groupe DÉKUPLE a enregistré en 2023 une nouvelle progression significative de son chiffre d'affaires consolidé qui s'établit à 199,7 M€, en croissance de + 10,2 % par rapport à 2022. Le Volume d'Affaires Brut ressort à 339,5 M€ en hausse de + 3,1 %, tandis que la marge brute du Groupe s'établit à 161,2 M€, en croissance de + 11,4 %. Le Groupe continue de croître et son mix d'activités confirme sa résilience malgré une conjoncture économique et géopolitique tendue.

Les activités de Marketing Digital ont été les principaux moteurs de cette performance. Représentant désormais 60 % du chiffre d'affaires consolidé contre 52,5 % l'année précédente, ces activités ont maintenu l'intensité de leur développement avec une progression de leur marge brute de +39 % par rapport à 2022. Cette croissance est stimulée par l'expansion continue des activités de Conseil et par l'extension du périmètre des activités d'Agences et Solutions marketing avec notamment la pleine contribution sur l'ensemble de l'exercice 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 et les ventes, ainsi que l'intégration depuis juillet 2023 de la société Le Nouveau Bélier, agence conseil en stratégie publicitaire, experte du Retail (cf. infra).

Cette évolution favorable des activités BtoB a compensé le tassement des activités BtoC qui, malgré un contexte de consommation défavorable, ont poursuivi leurs importants investissements commerciaux afin de soutenir leurs portefeuilles générateurs de revenus récurrents. Dans un marché de la presse en net retrait, l'activité Magazines a légèrement amélioré ses recrutements de nouveaux abonnés au second semestre, permettant de limiter le retrait des ventes sur l'ensemble de l'exercice à -7,8 %. Parallèlement, l'activité Assurances enregistre une performance solide avec des ventes quasi stables face à une base de comparaison élevée en 2022, portée par le développement réussi de l'offre de complémentaires santé et l'intégration des actifs de l'AssurTech Qape – KOVERS.

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

Chiffre d'affaires			
En M€	2023	2022	Variation
Marketing digital	119,8	95,2	+ 25,8 %
Magazines	71,5	77,6	- 7,8 %
Assurances	8,3	8,4	- 1,1 %
<b>Total Annuel</b>	<b>199,7</b>	<b>181,3</b>	<b>+ 10,2 %</b>

Marge brute			
En M€	2023	2022	Variation
Marketing digital	81,4	58,7	+ 38,6 %
Magazines	71,5	77,6	- 7,8 %
Assurances	8,3	8,4	- 1,1 %
<b>Total Annuel</b>	<b>161,2</b>	<b>144,8</b>	<b>+ 11,4 %</b>

## 2. Prise de participation majoritaire au capital de la société Nextocom (Le Nouveau Bélier)

Au troisième trimestre 2023, le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, a conclu une prise de participation majoritaire au capital de la société Nextocom (agence 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 bénéficie 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 a réalisé en 2023 un chiffre d'affaires de 4,5 M€ et est rentable. La société est consolidée dans les comptes du Groupe DÉKUPLE depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2023.

## 3. Prise de contrôle de la société Groupe Grand Mercredi (Intelligence Senior)

Au troisième trimestre 2023, le Groupe, via la société ADLPartner, a pris le contrôle de la société Groupe Grand Mercredi (Intelligence Senior) à travers une augmentation de capital souscrite par compensation de créances. Le Groupe en détient désormais 67,4 % du capital. Cette opération marque la volonté du Groupe Dékuple 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".

### 1.1.3. Évolution des activités

#### 1. Marketing digital

Les activités de marketing digital (Conseil & Technologie et d'Agences & Solutions d'ingénierie marketing) représentent la principale contribution du Groupe (60,0 % du chiffre d'affaires consolidé en 2023 contre 52,5 % en 2022). Ces activités ont poursuivi leur dynamique de forte croissance en enregistrant une marge brute de 81,4 M€ en progression de +38,6 % par rapport à celle de 2022 qui était elle-même en progression de +35,9 % par rapport à 2021.

D'une part, cette dynamique s'appuie sur l'expansion des activités de Conseil et 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 marketing à la suite des croissances externes réalisées au cours de deux derniers exercices.

En 2023, la marge brute des activités de marketing digital du Groupe par offre a évolué comme suit :

Marge brute – Marketing digital			
En M€	2023	2022	Variation
Conseil & Technologie	40,8	34,0	+ 19,9 %
Agences & Solutions marketing - France	35,4	20,1	+ 76,6 %
Agences & Solutions marketing - Iberia	5,1	4,6	+ 11,0 %
<b>Total annuel</b>	<b>81,4</b>	<b>58,7</b>	<b>+ 38,6 %</b>

#### 1.1. 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 décembre 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.

En 2023, la marge brute des activités de conseil a enregistré une croissance de + 19,9 % à 40,8 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.

2023 a également vu le lancement de practice dédiée au Product Management, et l'arrivée de David Spire comme Partner pour la piloter, dans la suite logique des expertises historiques sur l'optimisation de la conversion et des parcours digitaux. Converteo est désormais en situation d'accompagner plus de clients dans la réalisation de leur stratégie produit, en plaçant la data et l'IA au cœur de l'approche.

La qualité de la marque employeur de Converteo permet également de recruter les meilleurs experts pour accompagner le développement de ses six practices principales (Data x Business Consulting, Analytics x Conversion, Product management, Media, CRM, Data Technologies) 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 dans le Top 10 du classement HappyIndex@AtWork, distinguant les entreprises les mieux notées par leurs salariés, et figure à la 2<sup>ème</sup> place du secteur Conseil. Cette distinction permet au cabinet de continuer à attirer les meilleurs talents.

## 1.2. Agences et Solutions 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, 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, et de la société Le Nouveau Béliér (agence conseil en stratégie publicitaire, experte du Retail) depuis juillet 2023.

Sur l'ensemble de l'exercice, la marge brute des offres d'Agences & Solutions d'ingénierie marketing en France est en progression de +76,6 % pour s'établir à 35,4 M€, incluant un effet de périmètre de 18,6 M€. À périmètre constant, les offres d'Agences & Solutions d'ingénierie marketing se sont redressées et ont enregistré en 2023 une croissance de +2,5 %.

Au 31 décembre 2023, les offres d'Agences & Solutions marketing en France s'appuient principalement sur les agences et 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.

En 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, Fuze Tea, Le Collectif des Lunetiers et Caisse d'épargne Hauts de France ainsi que les marques Henri, Testuz et Murailles du Groupe Schenk.

Par ailleurs, à destination du secteur Retail, l'agence Dékuple a lancé en 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).
- GéoTarget : cette solution permet d'identifier la provenance des clients dans une zone donnée, retracer leur parcours, et savoir s'ils visitent les concurrents, le tout grâce à des données géographiques précises. Sur la base de ces données réelles et de leur analyse, GéoTarget propose alors une stratégie drive-to-store magasin par magasin ou par segments de magasins.
- Multi-Touch : cette solution offre la possibilité d'optimiser les budgets et l'efficacité marketing en mettant en place de nouvelles stratégies associant différents points de contact en fonction des objectifs de l'annonceur. L'optimisation du mix media généré s'opère via « GéoTarget » ainsi que grâce à la solution de mesure des visites, « Track In The Shop », qui permet de calculer la performance de chaque levier activé et d'en optimiser la combinaison (répétition, capping, meilleur ordre de diffusion).

#### Dékuple Ingénierie Marketing B2B

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

## RAPPORT DE GESTION

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.

En 2023, Dékuple Ingénierie Marketing B2B a signé de nouveaux clients importants, comme Véolia, Harmonie Mutuelle, Idemia, Ingenico, LexisNexis, Vetoquinol ou le groupe industriel japonais Sumitomo.

Dékuple Ingénierie Marketing B2B a également publié une étude sur la transformation des processus commerciaux dans l'industrie. Cette étude, basée sur les témoignages des clients (Electrolux, Elkem, Suez, Tarkett, Mersen, Algeco, Air Liquide, ABB) met en lumière les principaux défis que le digital permet de relever : la prospection et l'acquisition de clients sur de nouveaux marchés, le développement client via l'account based marketing, la fidélisation et l'upsell à partir des bases clients dans les CRM. Et bien sûr, sont évoquées les premières initiatives d'utilisation de l'IA pour automatiser certains processus dans les dispositifs de génération de leads.

Sa filiale à Shanghai, Dékuple China, accompagne depuis 2019 de grandes entreprises françaises sur des sujets de stratégies marketing BtoB, Lead Generation, Data Management, Content Marketing et Marketing Automation, dans l'écosystème digital chinois. Elle a connu en 2023 une croissance forte de ses activités (+63%). Elle accompagne des entreprises dans les domaines de l'industrie (Elkem), de l'agroalimentaire (Savencia), du luxe (Boucheron) et de l'éducation (Ecole hôtelière de Lausanne).

### Reech (Rocket Marketing)

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

En 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 réunit tout son savoir-faire et propose via une nouvelle offre « Reech Learning Program » de former les professionnels à l'influence, qu'ils soient chez l'annonceur, en agence ou encore à la recherche d'un emploi dans le secteur dans le but d'accélérer la transformation des entreprises en influence marketing.

Enfin, 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.

### Groupe Grand Mercredi (Intelligence Senior)

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, est actionnaire de la société Groupe Grand Mercredi (Intelligence Senior) depuis 15 février 2021 et en détient 67,4 % du capital à fin décembre 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.

En 2023, Intelligence Senior a poursuivi son développement et mené de nouvelles opérations, notamment pour Flik Flak, EDF, Heurus ou Ravensburger.

### Le Nouveau Bélier

Le Groupe, via sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing, est actionnaire depuis juillet 2023 de la société Nextocom (Le Nouveau Bélier) et en détient 70 % du capital à fin décembre 2023.

Fondée en 2008, l'agence Le Nouveau Béliér, 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 Béliér 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...).

Son intégration a permis de renforcer les expertises du Groupe pour 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.

La société est consolidée dans les comptes du Groupe depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2023.

## 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 décembre 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.).

Brainsonic a lancé l'offre NO TREND pour accompagner les marques dans l'élaboration de stratégies de contenus pérennes et efficaces sur TikTok.

En 2023, Brainsonic a gagné 11 nouveaux clients parmi lesquels Céréral Bio, Yomoni, Tediber, UGC et a remporté 45 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 cours de l'exercice 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.

## RAPPORT DE GESTION

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.

Avec plus de 50 éditeurs de premier plan et la gestion de 325 newsletters, Ividence génère 1,5 milliard d'impressions par mois. Ces chiffres se traduisent par plus de 2 millions de visites sur les sites chaque mois, ce qui témoigne de l'efficacité de la plateforme.

Au cours de l'exercice 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

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

En 2023, Ividence a réalisé 46% de son chiffre d'affaires à l'international. Ce développement s'inscrit dans le processus global d'internationalisation du Groupe.

### 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 décembre 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 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.

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

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).

Smart Traffik a annoncé sa capacité à mesurer l'impact des campagnes TV sur le trafic en magasin en temps réel avec sa solution oKube. Cette offre combine la mesure instantanée, l'omnicanalité et la technologie avancée pour analyser les retombées des investissements médias. Elle permet d'obtenir des données précises dès le lendemain de la première visite, couvrant le volume de visites, l'efficacité des impressions et la rentabilité. oKube vise à fournir une évaluation détaillée de la performance des campagnes, facilitant ainsi la génération de rapports automatiques pour ajuster les stratégies marketing.

### 1.3. Agences et Solutions d'ingénierie 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 cours de l'exercice 2023, ADLPartner Hispania & Portugal a enregistré une baisse de - 22,2 % de son chiffre d'affaires (services de presse inclus) qui s'établit à 13,4 M€ contre 17,3 M€ un an plus tôt. En revanche, la marge brute des offres Agences et Solutions marketing est en progression (+ 11,0 % à 5,1 M€). L'activité s'est redressée au second semestre sous l'effet de l'évolution du mix-marketing vers des offres de services à plus forte valeur ajoutée. Les filiales contribuent positivement (0,1 M€) au résultat net consolidé.

## 2. Magazines

Les activités d'abonnements magazines (35,8 % du chiffre d'affaires consolidé 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.

En 2023, dans un marché de la presse en baisse, l'activité a été impactée par un contexte de consommation défavorable, principalement dû à la contraction du pouvoir d'achat. Malgré l'augmentation des coûts d'acquisition, les investissements commerciaux importants ont été maintenus, confortant le Groupe dans sa position de partenaire majeur des éditeurs de presse, 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 ». Ces opérations ont contribué à améliorer les recrutements de nouveaux abonnés sur les segments de clientèle les plus rentables et à atténuer le repli de la marge brute, en particulier au second semestre.

Dans ce contexte, l'offre magazines a enregistré en 2023 un chiffre d'affaires en retrait de -7,8 % à 71,5 M€, tandis que le Volume d'Affaires Brut<sup>1</sup> s'établissait à 191,5 M€ en baisse de -8,4 % par rapport à 2022. Le portefeuille d'ADL actifs au 31 décembre 2023 affiche une diminution de -9,9 % par rapport à l'année précédente avec 2.024.104 ADL gérés en portefeuille au 31 décembre 2023, contre 2.247.373 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 décembre 2023 à 103,4 M€, contre 110,2 M€ à fin 2022.

## 3. Assurances

L'activité Assurance du Groupe DÉKUPLE (4,2 % du chiffre d'affaires consolidé 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.

En 2023, le chiffre d'affaires de la filiale ADLP Assurances (8,3 M€) est quasi stable (-1,1%) au regard d'une base de comparaison élevée en 2022, qui était en croissance de + 14,7 % à la suite de l'intégration des actifs de l'AssurTech Qape et de sa complémentaire santé KOVERS.

ADLP Assurances a poursuivi sa démarche d'innovation marketing dans l'assurance Santé et maintenu ses investissements commerciaux, engagés en partenariat, à partir de ses fichiers en propre ou à travers des dispositifs digitaux, afin de soutenir le développement de son portefeuille de contrats générateurs de revenus récurrents.

---

<sup>1</sup> 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.

### 1.1.4. Recherche et développement

Le Groupe et la société ADLPartner s'efforcent d'apporter à leurs diverses parties prenantes (éditeurs, assureurs, partenaires, consommateurs) des solutions innovantes et multiplient les tests destinés à en évaluer la réceptivité. En outre, diverses actions entreprises pour développer des canaux alternatifs de prospection et de vente peuvent être considérées comme correspondant à une activité de recherche et développement. Il en est de même des tests effectués de nouveaux services d'animation de fichiers offerts aux partenaires, ou des développements initiés au sein du Pôle Diversification BtoC. La société et ses filiales investissent également en Recherche & Développement pour perfectionner leurs savoir-faire et leurs techniques marketing, principalement dans les activités de Marketing Digital et Data, chez Brainsonic, Convertéo, Dékuple Ingénierie Marketing B2B, Ividence, Le Nouveau Bélier, Leoo, Smart Traffik et Reech. Ces investissements en R&D représentent annuellement environ 2,5 % du chiffre d'affaires consolidé et s'appuient, pour partie, sur les mécanismes de Crédit Impôt Recherche.

## 1.2. LES COMPTES DE L'EXERCICE

### 1.2.1. Les comptes consolidés

Par rapport à 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<sup>er</sup> 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 et l'acquisition complémentaire de titres le 7 octobre 2023 désormais détenue à 56 % par Dékuple Ingénierie Marketing B2B, la livraison d'actions gratuites de la filiale Rocket Marketing désormais détenue à 59,6 % par Dékuple Ingénierie Marketing, et la cession des titres #NoComment par Dékuple Ingénierie Marketing B2B le 1<sup>er</sup> juillet 2023. Le périmètre de consolidation a également évolué avec l'acquisition complémentaire de titres le 31 juillet 2023 de la filiale Groupe Grand Mercredi détenue à 67,4 % et la cession le 22 décembre 2023 de cette filiale par ADLPartner à Dékuple Ingénierie Marketing. La méthode de consolidation de la société Groupe Grand Mercredi est dès lors passée de la mise en équivalence à l'intégration globale.

Il tient par ailleurs compte de l'acquisition le 2 août 2023 par Dékuple Ingénierie Marketing de la filiale Nextocom détenue à 70 %. Le périmètre de consolidation tient enfin compte de la dissolution de la société Laboratoires Yssena le 30 avril 2023 à la suite de la Transmission Universelle de Patrimoine à ADLPartner, de la dissolution de la société Decide AI le 1<sup>er</sup> juillet 2023 à la suite de la Transmission Universelle de Patrimoine à Dékuple Ingénierie Marketing B2B et la déconsolidation de la filiale ADL Servicos de Fidelização car non significatif.

Les comptes consolidés, en particulier le compte de résultat et les capitaux propres, sont affectés par le développement des opérations de la filiale ADLP Assurances. En effet, en application des normes IFRS, les investissements commerciaux effectués par la filiale et destinés à vendre des contrats d'assurance, sont comptabilisés en charges d'exploitation. Le portefeuille de contrats ainsi constitué est considéré comme un actif non comptabilisé au bilan.

Au bilan, les actifs non courants sont en augmentation de +9,1 M€ pour s'établir à 71,7 M€. La norme IFRS 5 « Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées » n'a pas d'impact au 31/12/2023 sur les comptes consolidés du Groupe.

Les actifs courants sont en hausse de +4,9 M€, dont +4,6 M€ sur le poste clients en raison de la hausse des activités de Converteo et d'Agences et Solutions Marketing par rapport à 2022. Dans le même temps, le poste fournisseurs est quasi stable (- 0,1 M€). Ceci produit une variation de BFR importante, contribuant à une hausse importante de la trésorerie en clôture qui s'établit à 63,4 M€, contre 58,5 M€ un an plus tôt. La trésorerie de la société représente un montant supérieur aux fonds propres.

Les passifs non courants baissent de -3,9 M€ pour s'établir à 55,5 M€, en raison de la diminution de la dette bancaires et de la réévaluation de la juste valeur de l'engagement de rachat auprès des actionnaires minoritaires des filiales du groupe.

A 51,1 M€, les capitaux propres enregistrent une hausse de + 13,8 M€, tenant compte principalement du résultat de l'exercice de 12,9 M€, de la distribution du dividende ordinaire versé en juin 2023 au titre de l'exercice précédent pour un montant de 3,5 M€. Par ailleurs, cette évolution tient compte des variations de périmètre de consolidation (+ 0,6 M€) et de l'impact des actions détenues en propre et des attributions gratuites d'actions (- 0,5 M€).

Les tableaux des flux de trésorerie nette et de variation des capitaux propres (aux chapitres 7.1.4 et 7.1.5.) traduisent de façon détaillée les variations ayant fait l'objet des commentaires ci-dessus.

Le compte de résultat enregistre un chiffre d'affaires en croissance de +18,4 M€ à 199,7 M€.

La marge brute annuelle est en hausse de +11,4 % à 161,2 M€, contre 144,8 M€ en 2022.

Malgré un contexte d'investissements soutenus avec des efforts de recrutement importants, l'EBITDA retraité<sup>2</sup> s'élève à 24,9 M€, en augmentation de + 1,6 M€ par rapport à l'année précédente, pour représenter 15,5 % de la marge brute annuelle.

Le résultat opérationnel courant s'élève à 17,5 M€, en augmentation de + 0,4 M€ par rapport à l'année précédente, pour représenter 10,8 % de la marge brute annuelle contre 11,8 % en 2022. La progression des résultats des activités de Marketing Digital et l'amélioration de l'activité Assurances ont permis de compenser le tassement du résultat d'exploitation

<sup>2</sup> 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 IFRS 16 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.

## RAPPORT DE GESTION

d'ADLPartner SA du fait d'investissements commerciaux significatifs dans l'offre Magazines. Notons que les frais de personnel augmentent en raison des évolutions de périmètre et de la croissance des recrutements.

Les produits financiers nets et autres produits ou charges financières s'élèvent à +0,4 M€, alors que la quote-part des résultats mis en équivalence est de -0,6 M€ compte tenu des évolutions de périmètre.

L'intégration fiscale des entités détenues à 100% permet d'imputer leurs résultats sur les bénéfices de la société mère. La charge d'impôt est en hausse de +0,7 M€.

Dans ces conditions, et après prise en compte du résultat net des participations mises en équivalence, le résultat net comptable consolidé du Groupe ressort, pour l'exercice 2023, à 12 880 k€ contre 11 398 k€ en 2022. Le résultat net part du Groupe est de 12 442 k€ une fois pris en compte les intérêts des minoritaires.

### 1.2.2. Les comptes annuels

Les comptes sociaux au 31 décembre 2023 sont arrêtés selon les mêmes méthodes comptables que ceux au 31 décembre 2022.

Le bilan social fait ressortir un accroissement de l'actif immobilisé net de 4,4 M€ lié aux investissements dans la filiale , Dékuple Ingénierie Marketing, ainsi qu'à la réalisation des opérations de croissance externe.

Les commentaires relatifs aux actifs et passifs circulants rejoignent ceux faits à propos des comptes consolidés.

L'information obligatoire sur les délais de paiement des fournisseurs et des clients de la société ADLPartner est donnée dans le tableau ci-après :

En k€	Encours total	Factures reçues TTC non réglées à date de clôture dont le terme est échu					Total échu
		0 jour	< = à 30 jours	entre 31 et 60 jours	entre 61 et 90 jours	> à 91 jours	
Au 31 décembre 2023	22 742 554	20 481 593	1 267 925	721 710	97 928	173 399	2 260 962
Total de factures concernées		2 633					338
% du montant total des flux de l'exercice (TTC)		9,5%	0,6%	0,3%	0,0%	0,1%	1,1%

En k€	Encours total	Factures émises TTC non réglées à date de clôture dont le terme est échu					Total échu
		0 jour	< = à 30 jours	entre 31 et 60 jours	entre 61 et 90 jours	> à 91 jours	
Au 31 décembre 2023 (hors factures exclues)	17 237 183	2 557 645	13 013 103	831 209	283 106	552 119	14 679 538
Nombre de factures concernées		58					1 205
% du montant total des factures émises dans l'année		3,2%	16,5%	1,1%	0,4%	0,7%	18,6%
Montant total des factures exclues	5 284 850						

La trésorerie de la société mère s'établit à 33,6 M€ en baisse de 0,8 M€.

Les capitaux propres sociaux s'élèvent à fin 2023 à 86,0 M€, en hausse de +5,0 M€ par rapport à leur montant à fin 2022, progression correspondant essentiellement à la différence entre le bénéfice de l'exercice et le dividende distribué au titre de l'exercice précédent.

Avec 77,9 M€, le chiffre d'affaires enregistre un retrait de -6,5%. Le résultat d'exploitation s'établit à 17,3 M€ en 2023 contre 18,6 M€ en 2022. Ce retrait est dû principalement au maintien d'importants investissements commerciaux en partenariat.

De son côté, le résultat financier est en hausse de + 5,6 M€ à 0,5 M€. Le résultat exceptionnel s'établit à -4,5 M€ et intègre de bonis et malis liés à l'attribution d'actions gratuites (-0,6 M€) et de la moins-value de cession des titres de participation Groupe Grand Mercredi à Dékuple Ingénierie Marketing (-3,1 M€).

Avec l'intégration fiscale des filiales ADLP Assurances, Dékuple Ingénierie Marketing, Leoo, Dékuple Conseil et Technologie, Activis, Ividence, ADLP Télésurveillance, la charge d'impôts sur les sociétés s'établit à 3,3 M€.

Dans ces conditions, le bénéfice net social de l'exercice 2023 enregistre une baisse de - 0,5 % en s'établissant à 8 546 460 €.

Le tableau des flux de trésorerie des comptes annuels appelle les mêmes commentaires que ceux afférents aux comptes consolidés.

Nous vous prions de bien vouloir noter, conformément à l'article 223 quater du Code Général des Impôts, que sur l'exercice 2023, une somme de 43 773 € a été comptabilisée au titre des dépenses et charges non déductibles fiscalement des bénéfices, visées à l'article 39-4 dudit Code, correspondant à une charge d'impôt de 10 943 €. En outre, conformément à l'article 223 quinquies du Code Général des Impôts, nous vous prions de bien vouloir noter qu'aucune somme n'a été comptabilisée en 2023 au titre des dépenses et charges non déductibles fiscalement, visées à l'article 39-5 dudit Code.

Nous vous prions également de bien vouloir noter que la société n'a pas connaissance de conventions conclues entre un de ses dirigeants ou actionnaire significatif et une de ses filiales, autres que celles mentionnées dans le rapport spécial des commissaires aux comptes sur les conventions réglementées.

### 1.2.3. L'affectation du résultat social

Le conseil d'administration propose de distribuer un dividende de 1,04 euro par action et d'affecter le résultat 2023 comme suit :

Bénéfice De l'exercice	8 546 460,12 €
Auquel s'ajoute le report à nouveau	51 268 734,36 €
<b>Formant un bénéfice distribuable</b>	<b>59 815 194,48 €</b>
Dividende de 1,04 € à 3 961 030 actions	4 119 471,20 €
Affectation aux autres réserves	1 000 000,00 €
Affectation au report à nouveau	54 695 723,28 €
<b>Total affecté</b>	<b>59 815 194,48 €</b>

Le montant ci-dessus affecté au dividende tient compte du nombre d'actions auto-détenues au 29 février 2024 et devra être ajusté en fonction du nombre exact d'actions qui seraient détenues par la société elle-même à la date de détachement de ce dividende, ces actions n'ouvrant pas droit à dividende et la différence avec le montant ci-dessus devant aller au report à nouveau ou devant être prélevée sur le montant affecté au report à nouveau.

Ce montant de dividende, s'il devait être voté, correspondra à un taux de distribution par rapport au résultat globalement conforme aux exercices précédents (sans que cela ne doive être interprété comme un engagement ou une pratique pour les exercices futurs).

Le dividende serait mis en paiement le 21 juin 2024.

Le dividende mis en distribution serait éligible dans sa totalité à la réfaction d'assiette de 40 % mentionnée au 2° du 3 de l'article 158 du Code Général des Impôts. Il est rappelé qu'au titre des 3 derniers exercices, il a été distribué :

Exercice	Total des sommes distribuées	Nombre d'actions concernées	Dividende par action	Dividende distribué éligible à l'abattement de 40%	Dividende distribué non éligible à l'abattement de 40%
2020	3 200 385 €	3 951 093	0,81 €	0,81 €	--
2021	3 509 840 €	3 988 454	0,88 €	0,88 €	--
2022	3 499 344 €	3 976 527	0,88 €	0,88 €	--

### 1.2.4. Portefeuille d'abonnements

Le portefeuille d'abonnements à durée libre gérés par le Groupe était de 2 024 104 abonnements au 31 décembre 2023 ; il atteignait 2 247 373 abonnements au 31 décembre 2022. Notons que l'ensemble des sociétés du 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 103,3 M€ au 31 décembre 2023.

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 31/12/2023*	au 31/12/2022*
ADLPartner France	102 968	109 773
ADLPartner Hispania	407	470
<b>Total</b>	<b>103 375</b>	<b>110 243</b>

\* valeur de portefeuille selon la norme IFRS15

### 1.3. EVÈNEMENTS POSTÉRIEURS À LA CLÔTURE DE L'EXERCICE, ÉVOLUTION PRÉVISIBLE ET 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.

## 1.4. CONTRÔLE INTERNE ET GESTION DES RISQUES

### 1.4.1. Définitions, objectifs et limites du contrôle interne

Le contrôle interne est un dispositif de l'entreprise, défini et mis en œuvre sous sa responsabilité, qui vise à assurer :

- la conformité aux lois et règlements,
- l'application des instructions et des orientations fixées par le directoire,
- le bon fonctionnement des processus internes de la société, notamment ceux concourant à la sauvegarde de ses actifs et à la fiabilité des informations financières, et qui, d'une façon générale, contribuent à la maîtrise de ses activités, à l'efficacité de ses opérations et à l'utilisation de ses ressources.

Ainsi, en contribuant à prévenir et à maîtriser les risques de ne pas atteindre les objectifs que s'est fixés la société, le dispositif de contrôle interne joue un rôle clé dans la conduite des différentes activités exercées par le Groupe. Toutefois, le contrôle interne ne peut fournir une garantie absolue que ces risques sont totalement éliminés et que les objectifs de la société seront atteints.

### 1.4.2. L'application du contrôle interne et la description des risques

Au cours des exercices 2008 et 2009, le directoire, avec l'assistance d'un cabinet de conseil spécialisé, avait réalisé, pour la première fois, une cartographie des risques limitée à la société mère, qui a été suivie, pour les quatre risques identifiés comme les moins bien maîtrisés, d'une analyse plus détaillée et de l'élaboration de plans d'actions destinés à en améliorer la maîtrise et à prévoir les mesures à prendre en cas de survenance. Ces plans, dont les grandes lignes ont été présentées au comité d'audit et aux commissaires aux comptes en février 2010, ont été élaborés et leur mise en œuvre a été initiée.

Une mise à jour de la cartographie des risques a été entreprise en 2015 avec l'assistance du même conseil extérieur qui était intervenu en 2008 ; l'appréciation des risques et leur hiérarchisation ont été effectuées au niveau du directoire et des directeurs concernés ; les résultats ont été présentés au comité d'audit et aux commissaires aux comptes qui ont pu constater une nette amélioration générale de la maîtrise des risques ; toutefois, des progrès restent à faire dans la formalisation de procédures écrites et dans l'élaboration des plans d'actions à mettre en place en cas de survenance des risques.

Depuis 2017 le Groupe a significativement augmenté ses investissements en infrastructures informatiques, en formation et formalisation de procédures, afin notamment de mettre en œuvre la RGPD et de sécuriser ses systèmes d'informations. En 2021, un poste de RSSI Groupe (Responsable de la Sécurité des Systèmes d'Information) à temps plein a été créé afin de renforcer les capacités de mise en œuvre des politiques de sécurité.

Une mise à jour de la cartographie est en cours avec l'assistance d'un conseil extérieur.

Nous rappellerons ici que le chapitre 1.4.7 de ce document passe en revue diverses natures de risques pouvant affecter le Groupe. Pour notre part, nous décrivons et commenterons les grandes catégories des missions du contrôle interne.

### 1.4.3. La conformité aux lois et règlements

Dans notre activité de vente d'abonnements à la presse magazine, les législations véritablement spécifiques sont celles qui concernent d'une part le droit de la consommation et de la concurrence dans le cadre de la vente à distance, notamment lorsque les messages commerciaux s'appuient sur l'organisation de loteries, et d'autre part la protection des données personnelles. A ce titre, la conformité avec les prescriptions légales des messages diffusés par mailings, déjà vérifiée par les services de nos partenaires dans le cadre des opérations en partenariat, fait également l'objet d'un contrôle assuré par un service juridique interne, lequel fait en outre appel aux conseils de spécialistes extérieurs. Les loteries étant régies dans chaque pays par des lois particulières, nous nous assurons de respecter, en Espagne comme en France, les prescriptions légales en vigueur. Enfin, la société et sa filiale espagnole sont attentives à se plier à toutes les instructions émanant de la CNIL en France et de son homologue en Espagne.

Le Groupe a par ailleurs diversifié ses opérations dans la vente d'assurances en tant que courtier : c'est l'objet de la filiale ADLP Assurances détenue à 100 %. Les dispositions légales et réglementaires spécifiques à cette activité font l'objet d'une attention particulière.

Le Groupe s'appuie sur des conseils extérieurs spécialisés pour s'assurer, en toutes circonstances, du respect de tous les droits applicables (droit du travail, droit des sociétés, droit boursier, etc...) et on rappellera que l'entreprise n'est exposée à aucun risque environnemental.

#### 1.4.4. L'application des instructions et des orientations fixées par le directeur général et le conseil d'administration

Les décisions prises par le président directeur général et le conseil d'administration sont présentées et expliquées au cours de réunions d'un comité de direction réunissant les principaux responsables opérationnels et fonctionnels du groupe. Ces responsables à leur tour les relayent auprès de leurs services, dans le cadre de réunions qu'ils organisent avec leurs collaborateurs. Chaque directeur est ainsi chargé de vérifier la bonne application des instructions qui le concernent. Dans le cas d'activités exercées au sein de filiales, sans remettre en cause l'indépendance juridique desdites filiales et dans le respect des règles de gouvernance applicables à chacune des filiales, il revient au dirigeant de la filiale en accord avec le directeur général de décider des actions à mettre en œuvre et pour le directeur général d'en contrôler l'application.

Les informations qui remontent ensuite via le contrôle de gestion permettent de s'assurer que les orientations opérationnelles décidées ont été effectivement suivies d'effets.

#### 1.4.5. Le bon fonctionnement des processus internes de la société, notamment ceux concourant à la sauvegarde de ses actifs

Comme il vient d'être indiqué, les responsables hiérarchiques sont sensibilisés au respect des procédures définies. Les conditions dans lesquelles est assurée la sauvegarde des actifs dépendent de leur nature :

- les actifs immobilisés font l'objet de maintenance et d'assurances contre le risque de destruction ;
- les stocks, souvent conservés à l'extérieur de l'entreprise, font l'objet de suivis tant comptables que physiques et sont également assurés ;
- les actifs financiers sont gérés de façon prudente et sont déposés dans des banques de premier plan ;
- le portefeuille d'abonnements à durée libre (actif hors bilan), est suivi de façon informatique dans le cadre d'un logiciel propre développé à cet effet ; la procédure de valorisation de cet actif fait l'objet de contrôles réguliers par les commissaires aux comptes. Il en est de même pour le portefeuille de contrats d'assurances ;
- les actifs informatiques sont sécurisés au travers notamment de sauvegardes redondées sur plusieurs sites.

#### 1.4.6. Les procédures d'élaboration et de traitement de l'information comptable et financière pour les comptes annuels et consolidés de la société

La société dispose d'un service de contrôle de gestion centralisé. Son travail consiste essentiellement à établir, en liaison avec les divers services et filiales, les budgets de chaque centre de profit et de coût, à produire des prévisions révisées périodiques d'activités et de résultats, à les comparer aux budgets établis et à analyser les écarts constatés : en outre, à chaque arrêté comptable des 30 juin et 31 décembre, il s'attache à rapprocher les données de gestion des données fournies par la comptabilité. Ce contrôle de gestion permet de suivre l'évolution des résultats et de mesurer les risques financiers pris.

Des procédures comptables et informatiques sont mises en place pour sécuriser la prise en compte correcte et exhaustive des informations traitées. De même, s'agissant des mouvements financiers, des procédures adaptées permettent le contrôle des engagements de dépenses et des règlements effectifs.

La cohérence des informations de gestion issues des traitements informatiques avec les données comptables est systématiquement contrôlée. Par ailleurs, les données relevant de la constitution du chiffre d'affaires font l'objet de contrôles par les éditeurs de presse via le rapprochement avec leurs expéditions.

Les comptes consolidés sont produits semestriellement, tandis que le chiffre d'affaires et certains indicateurs (volume d'affaires brut, marge brute, portefeuille d'abonnements gérés) font l'objet de publications trimestrielles au titre de l'information périodique. L'établissement des comptes consolidés procède d'une consolidation directe de toutes les sociétés appartenant au périmètre de consolidation. Les états financiers des filiales, qui ne sont transmis au service central de consolidation qu'après validation par les auditeurs locaux, font l'objet de retraitements lorsque les plans comptables nationaux selon lesquels ont été établis les comptes des filiales présentent des divergences de présentation avec le plan comptable de la société mère ; il est alors procédé à des retraitements de consolidation pour rendre homogènes les comptes de toutes les sociétés entrant dans la consolidation. Les états financiers consolidés en résultant sont alors certifiés par les commissaires aux comptes de la société consolidante lors de la clôture annuelle et font l'objet d'un examen limité lors de la clôture semestrielle.

Outre leurs interventions relatives aux arrêtés comptables, les commissaires aux comptes de la société mère examinent de façon régulière les procédures et leur application. Lorsque des faiblesses ponctuelles sont relevées, les corrections

nécessaires sont apportées. Les informations financières d'origine comptable sont complétées par des indicateurs d'activité jugés pertinents et qui font également l'objet de communications externes.

Il s'agit d'une part du volume d'affaires brut qui représente l'ensemble des flux financiers transitant par la société et ses filiales et qui mesure le niveau d'activité de façon plus précise que le chiffre d'affaires qui additionne des éléments hétérogènes : commissions perçues des éditeurs, valeurs de produits vendus quand il s'agit de livres et d'objets, de commissions de courtage.

Il s'agit d'autre part du nombre et de la valeur des abonnements à durée libre gérés à un moment donné : ces abonnements constituent le gage de revenus futurs. Le comportement de ces abonnements obéit à des règles statistiques que l'ancienneté de notre expérience nous a permis de bien connaître et qui rend le portefeuille d'abonnements ainsi constitué parfaitement assimilable à un carnet de commandes valorisable sur la base des revenus qu'il va générer. Une description de la méthode employée pour la valorisation de cet actif figure dans la partie 1.2.4 du rapport de gestion. Le facteur clé utilisé pour le calcul de la valeur des portefeuilles est la durée de vie des abonnements. Lorsque l'appréciation de la durée de vie est trop incertaine, les abonnements ne sont pas valorisés.

Enfin, en ce qui concerne les activités de marketing digital, il s'agit de la marge brute qui représente l'ensemble du chiffre d'affaires (total des factures émises : honoraires, commissions et achats refacturés aux clients) diminué de l'ensemble des coûts d'achat extérieurs effectués pour le compte des clients (on la considère égale au chiffre d'affaires en ce qui concerne les activités magazines et assurances).

De son côté, le comité d'audit rencontre régulièrement les commissaires aux comptes de la société qui le tiennent au courant de leurs observations.

## 1.4.7. Principaux facteurs de risques et incertitudes

Ce chapitre présente les seuls risques spécifiques au Groupe et susceptibles d'affecter de manière significative son activité, son image, sa situation financière, ses résultats, sa capacité à réaliser ses objectifs. Cette analyse des risques est revue annuellement afin de prendre en compte les évolutions majeures de l'environnement des risques auquel le Groupe est confronté. À ce titre, des informations complémentaires sont disponibles dans le cadre de la Déclaration de Performance Extra-Financière, figurant au chapitre 2 du présent document.

### 1. Synthèse des risques

Les éléments ci-dessous présentent de manière synthétique les principaux risques estimés par le Groupe à fin 2023 et organisés dans un nombre limité de catégories en fonction de leur nature : les risques sectoriels, les risques opérationnels, les risques juridiques et financiers, les risques industriels et environnementaux.

Dans chaque catégorie, les facteurs de risques sont classés, après déploiement des mesures de gestion, selon leur niveau de criticité en combinant pour chaque risque son impact potentiel avec sa probabilité d'occurrence :

Probabilité d'occurrence	Impact estimé
*** Probable	*** Elevé
** Possible	** Moyen
* Peu probable	* Faible

	Probabilité	Criticité	Impact
<b>Risques sectoriels</b>			
Secteur concurrentiel	***		**
Conjoncture économique	***		**
<b>Risques opérationnels</b>			
Dépendance du Groupe vis-à-vis de ses dirigeants et de ses collaborateurs	***		**
Dépendance Clients	**		**
Éditeurs et partenaires	**		*
Risques liés à l'intégration des sociétés acquises	**		*
Défaillance des systèmes informatiques et cybercriminalité	**		*
Activité de courtage en assurances	**		*
Stocks	*		*
<b>Risques juridiques et financiers</b>			
Liquidité et taux d'intérêt	**		**
Manquement à la réglementation	**		*
Droits de propriété intellectuelle	*		*
<b>Risques environnementaux et RSE</b>			
Environnement et effets liés au changement climatique	*		*
Enjeux RSE	*		*

## 2. Risques sectoriels

### 2.1. Risques liés à un secteur concurrentiel

#### Description

Le secteur du marketing et de la communication est extrêmement concurrentiel. Les concurrents du Groupe sont de toutes tailles et de tous types, allant des grands groupes internationaux à de plus petits acteurs opérant sur des marchés locaux. Le Groupe fait face à cette concurrence tant pour conserver ses clients actuels que pour conquérir de nouveaux clients. L'accentuation de la pression concurrentielle pourrait influencer négativement sur les revenus ou les résultats du Groupe.

### Gestion et mesures mises en place

La mise en œuvre de la stratégie du Groupe, basée d'une part, sur la poursuite des investissements commerciaux dans ses offres Magazines et Assurances afin de développer des portefeuilles de contrats générateurs de revenus récurrents, et d'autre part, sur le développement de ses offres de Marketing Digital par croissance organique et croissance externe, doit permettre d'améliorer la position concurrentielle du Groupe. En liaison avec le comité Groupe, les directions de chaque filiale effectuent une veille continue du marché et des concurrents.

## **2.2. Risques liés à la conjoncture économique et au contexte géopolitique**

### Description

Les risques liés à l'environnement économique sont de diverses natures : pouvoir d'achat de la clientèle, évolution de la consommation, évolutions technologiques, évolutions des marchés de la presse et de la vente à distance... Par ailleurs, des événements conjoncturels, comme l'épidémie de Covid-19, géopolitiques et macroéconomiques peuvent conférer un caractère irrégulier aux ventes de la société. Ces événements peuvent réduire les performances des campagnes de marketing direct à grande échelle ou inciter les entreprises à réduire leurs budgets marketing. Ces évolutions peuvent, le cas échéant, être pénalisantes pour les activités de la société, notamment dans la vente de magazines.

### Gestion et mesures mises en place

Le Groupe a démontré par le passé un bon niveau de résistance aux crises économiques. La diversification des activités du Groupe le rend moins sensible à la conjoncture défavorable d'un marché donné. C'est la raison pour laquelle le Groupe cherche à développer ses activités sur des marchés en développement, tels le marketing digital ou le courtage d'assurance, en renforçant son ancrage européen et en se développant à l'international.

## **3. Risques opérationnels**

### **3.1. Risques liés à la dépendance du Groupe vis-à-vis de ses dirigeants et de ses collaborateurs**

#### Description

La réussite du Groupe dépend des compétences et de la disponibilité de certains collaborateurs clés ainsi que de la qualité des relations qu'ils entretiennent avec les clients. Dans un environnement où les compétences digitales sont au cœur de la transformation des organisations, les métiers du Groupe connaissent structurellement une rotation importante du personnel (turnover) qui peut représenter un risque. Si le Groupe n'était plus en mesure d'attirer et de retenir des collaborateurs clés ou de garantir leur disponibilité, les perspectives, les activités, la situation financière et les résultats du Groupe pourraient en être significativement affectés.

#### Gestion et mesures mises en place

Les directions des ressources humaines du Groupe et de ses filiales veillent à l'identification des personnes clés, leur proposent des mécanismes d'incitation à la performance et les incluent dans les plans d'intéressement à long terme du Groupe afin de les fidéliser. Des politiques d'égalité salariale et d'égalité des chances sont également mises en place et font l'objet d'un suivi. Dans la majorité des sociétés du Groupe, ces dispositions sont assorties d'un programme de formation étendu destiné à développer les compétences et accroître le sentiment d'appartenance à un projet global. Ces mesures influent positivement le taux de rotation. Des informations complémentaires figurent au chapitre 2 du présent document.

### **3.2. Risques de dépendance clients**

#### Description

Dans les activités magazines et assurances, les opérations principalement menées en partenariat présentent un risque faible, puisque les montants sont prélevés par les partenaires pour être reversés à la société. Tous les partenaires sont de grandes entreprises solvables. Le risque clients est plus particulièrement constitué par les opérations de ventes en direct d'abonnements à durée déterminée, lorsqu'elles ne font pas l'objet d'un paiement à la commande. L'encours est constitué d'un grand nombre de sommes unitairement peu importantes.

Dans les activités de marketing digital, un client peut décider, à tout moment, de recourir à d'autres agences marketing, de réduire ses investissements, voire de les supprimer. Une réduction substantielle des contrats les plus significatifs ou la perte de ceux-ci pourrait avoir une incidence négative sur l'activité et les résultats du Groupe. Par ailleurs, la survenance de conflits

## RAPPORT DE GESTION

d'intérêts entre annonceurs d'un même secteur peut limiter les perspectives de croissance du Groupe et influencer négativement sur son activité ou ses résultats.

### Gestion et mesures mises en place

Dans les activités magazines, les retards de paiement sont systématiquement relancés en application d'une procédure définie, avant remise à une société de recouvrement. L'encours clients fait l'objet, à chaque clôture, d'une analyse qui donne lieu au calcul d'une provision déterminée sur une base statistique.

Dans les activités de marketing digital, la direction du Groupe analyse régulièrement l'exposition du Groupe à la perte de contrats significatifs. Le Groupe dispose d'un portefeuille de clients diversifié et compte parmi ses clients de grands Groupes du CAC 40. La récurrence des contrats est variable selon les clients. Toutefois, les revenus des filiales du Groupe se caractérisent par une forte proportion de clients fidèles sur de nombreuses années. Dans le cadre de la gestion de la relation client, le Groupe s'assure du respect des contrats signés avec ses clients et en particulier des clauses d'exclusivité.

### **3.3. Risques liés aux éditeurs et aux partenaires**

#### Description

Dans un marché de la presse difficile et dans un contexte de montée en puissance de la distribution numérique, les orientations stratégiques prises par les éditeurs de presse magazine pourraient engendrer des évolutions significatives dans le portefeuille de titres que le Groupe peut distribuer.

Une consolidation des sociétés d'édition pourrait notamment entraîner une réduction de l'offre de presse au grand public à travers une diminution du nombre de titres publiés. Une telle réduction aurait un impact sur l'attractivité de l'offre de la société, ainsi que sur la valeur de son portefeuille d'abonnements à durée libre.

En cas de perte d'un partenaire, la croissance du Groupe et la valeur de l'actif incorporel seraient affectées, mais pas la rentabilité à court terme.

#### Gestion et mesures mises en place

L'offre proposée par les éditeurs reste diversifiée. En cas de cessation de parution d'un magazine, l'abonné se voit proposer un abonnement de substitution, ce que permet l'étendue des relations éditeurs de la société.

Il convient de rappeler qu'en cas de perte d'un partenaire, le portefeuille d'abonnements reste acquis à DÉKUPLE pour sa durée de vie, ce qui lui assure en moyenne plus de 2 années de recettes sans avoir à exposer de frais commerciaux directs et laisse le temps de trouver d'autres partenaires en substitution. Le volume d'affaires d'abonnements à durée libre en France réalisée avec les clients du partenaire le plus important représente moins de 10 % du volume d'affaires brut consolidé.

Le Groupe s'appuie sur la diversité de son offre commerciale pour répartir ce risque en misant sur la qualité de ses relations avec ces principaux partenaires. La diversification du Groupe dans le marketing digital et le courtage d'assurance a permis d'atténuer ces risques.

### **3.4. Risques liés à l'intégration des sociétés acquises**

#### Description

Le Groupe pourrait ne pas réussir l'intégration des sociétés acquises, qui s'appuient en général sur des organisations et des processus spécifiques. S'agissant de sociétés émergentes, les différences entre les processus de gestion des affaires de prise de décisions, avec des dirigeants-entrepreneurs fortement impliqués dans leur société, pourrait rendre difficile leur maintien et la fidélisation des équipes, et ainsi limiter les synergies avec le Groupe. Chaque acquisition constitue un relais de croissance important ; ne pas réussir l'intégration pourrait se traduire par des délais de mise en œuvre, une perte de confiance du marché, des pertes financières ou une remise en cause de la stratégie du Groupe.

#### Gestion et mesures mises en place

Le Groupe a défini une politique d'acquisition en ciblant des entreprises avec des compétences complémentaires et dirigées par des entrepreneurs qui partagent ses valeurs. Sa logique de prise de participation progressive à vocation majoritaire permet aux dirigeants des sociétés acquises de rester actionnaires de leur structure et, s'ils le souhaitent, de vendre au fur et à mesure leur participation résiduelle. Cette politique d'acquisition permet de développer les expertises du Groupe, tout en bénéficiant sur plusieurs années de l'apport de dirigeants-entrepreneurs qui pourront bénéficier des synergies du Groupe et développer leurs activités avec une grande autonomie.

Avant la signature de chaque acquisition, le Groupe procède à de nombreuses vérifications nécessaires et un plan d'intégration est mis en place avec chaque dirigeant des sociétés acquises. Ce plan s'accompagne de la tenue de comités de pilotage spécifiques et d'un alignement sur les standards financiers, juridiques et de sécurité informatique du Groupe. Un cadre dirigeant du comité exécutif du Groupe est responsabilisé sur l'intégration rapide des offres de la société acquises dans celles du groupe. Un processus de gouvernance de la société est mis en place afin d'assurer que les décisions structurantes quant à la valeur moyen terme de la société sont examinées avec le groupe.

### 3.5. Risques de défaillance des systèmes informatiques et de cybercriminalité

#### Description

Le Groupe est exposé au risque de défaillance des systèmes et infrastructures informatiques utilisées. Les risques concernent autant la perte de données commerciales ou financières, que l'incapacité à pouvoir opérer de manière efficace du fait d'une avarie technique ou d'intrusions malveillantes. Le renforcement des réglementations en matière de protection des données personnelles, comme le Règlement européen sur la protection des données personnelles (RGPD), accroît également les risques liés à la non-conformité réglementaire.

#### Gestion et mesures mises en place

Le Groupe estime que les risques inhérents à l'exploitation de ses systèmes sont correctement maîtrisés. Les programmes et données informatiques font l'objet de sauvegardes quotidiennes en liaison avec les prestataires informatiques. Des tests d'intrusion sont régulièrement menés et la société investit des sommes importantes dans la sécurité et la redondance de ses systèmes informatiques critiques. Par ailleurs, dans le cadre du RGPD, un programme de gestion des données personnelles est en place depuis 2018 et se traduit par l'adoption de processus stricts et transparents dans la gouvernance, la collecte, le traitement et le stockage des données. Deux Data Protection Officers (DPO), certifiés par l'APAVE, conformément au référentiel de certification des compétences de la CNIL, supervisent la stratégie et l'implémentation des initiatives de protection des données au sein de l'organisation. Par ailleurs, un RSSI (Responsable de la Sécurité des Systèmes d'Information), nommé en 2021, convoque mensuellement un comité de sécurité informatique dans le cadre duquel tous les sujets intéressant la sécurité des systèmes d'information sont partagés entre la DSI, les DPO et la Direction Financière.

### 3.6. Risques liés à l'activité de courtage en assurances

#### Description

La rentabilité des opérations de recrutement de contrats d'assurances est dépendante de la durée de vie de ces contrats. La société ne disposant pas encore du recul nécessaire à une évaluation statistique précise de la durée de vie, il existe un risque que certaines opérations marketing n'atteignent pas in fine la rentabilité attendue au moment de leur mise en œuvre.

#### Gestion et mesures mises en place

Des indicateurs de pilotage sont mis en place pour chaque opération et sont suivis par la Direction du Groupe. Le Groupe est par ailleurs un acteur intervenant sur un maillon spécifique de la chaîne de valeur de l'assurance, le marketing et la commercialisation. Dans le cadre de ce modèle, les risques sont partagés avec les partenaires qui délèguent principalement au Groupe le marketing et la gestion de la distribution de produits d'assurances, la tarification et la gestion des contrats restant à la charge du partenaire. Le développement et la diversification du portefeuille d'assurés permet d'atténuer ces risques.

### 3.7. Risques liés aux stocks

#### Description

Les principales activités du Groupe (abonnements à durée libre, marketing digital et courtage d'assurance) n'entraînent aucun stock physique. De même, les matériels promotionnels (documents de mailings et encarts papier) ne transitent pas physiquement par la société, étant adressés directement par les imprimeurs aux routeurs chargés de leur expédition ; la société en a toutefois la propriété juridique.

Les seuls stocks physiques significatifs sont ceux constitués par les primes et cadeaux promotionnels. Ces stocks ne sont que partiellement détenus par la société, étant souvent répartis entre les fournisseurs en attente de livraison et les routeurs chargés de leur expédition.

#### Gestion et mesures mises en place

## RAPPORT DE GESTION

La propriété de ces stocks est normalement assurée (voir plus loin). Les stocks sont approvisionnés en fonction des besoins prévisionnels et font l'objet d'analyses régulières de leur rotation ; en cas de nécessité, en fin de campagne, il est fait appel à des soldeurs.

### 4. Risques juridiques et financiers

#### 4.1. Risques de manquement à la réglementation

##### Description

Le Groupe est soumis à des lois et des réglementations complexes et en évolution qui peuvent affecter ses opérations.

Les risques juridiques susceptibles d'affecter la société sont, d'une part, ceux liés à la pratique de la vente à distance et plus particulièrement à l'organisation des loteries qui servent d'outils promotionnels à la vente d'abonnements à durée déterminée.

D'autre part, l'activité de courtage en assurances est soumise à une réglementation exigeante dont les évolutions sont des facteurs de risque particulièrement suivis, notamment en matière de droit des assurances, de droit des sociétés et de normes comptables et fiscales ; cette réglementation est évolutive et implique une attention permanente.

##### Gestion et mesures mises en place

La société, membre de la fédération professionnelle, respecte la charte déontologique de la FEVAD. Tous les messages diffusés font l'objet de multiples contrôles, par le service juridique ad hoc de la société, par ses conseillers extérieurs et, quand il s'agit de messages adressés au nom d'un partenaire, par les services juridiques du partenaire. Les loteries sont soumises à de strictes législations propres à chaque pays. Là également, le service juridique interne et les conseils extérieurs sont attentifs au respect de toutes les obligations.

La direction juridique contribue à la sécurisation des risques de conformité en veillant au respect des dispositions législatives et réglementaires applicables à la profession, afin de limiter le risque d'irrégularités et de sanctions. L'activité est, conformément à la réglementation, couverte par un contrat de responsabilité civile du courtier.

Par ailleurs, il n'existe aucune procédure gouvernementale, judiciaire ou d'arbitrage qui pourrait avoir ou a eu récemment des effets significatifs sur la situation financière ou la rentabilité du Groupe.

#### 4.2. Risques de liquidité et de taux

##### Description

Le Groupe est exposé à un risque de liquidité dans le cas où ses encaissements ne couvriraient plus ses décaissements alors même que sa capacité à lever de nouvelles ressources financières serait épuisée ou insuffisante. Le Groupe n'est pas exposé aux variations de taux d'intérêt sur ses passifs financiers, ceux-ci étant constitués pour l'essentiel par la juste valeur de l'engagement de rachat auprès des actionnaires minoritaires de filiales du Groupe, ainsi que par des financements bancaires, principalement à taux fixe .

##### Gestion et mesures mises en place

La société a une revue spécifique de son risque de liquidité et considère être en mesure de faire face à ses échéances sur les douze prochains mois. Il est rappelé que le Groupe dispose d'une trésorerie nette conséquente pour un total au 31 décembre 2023 de l'ordre de 63,4 M€. Dans le cadre de sa politique de financement, le Groupe veille à limiter le risque de taux d'intérêt en privilégiant les financements à taux fixe.

En K€	-1 an	1 an à 5 ans	+ 5 ans
Passifs financiers	5 548	32 556	6 271
Actifs financiers	63 570		
Position nette avant gestion	63 570		
Hors bilan	0		
Position nette après gestion	Capital garanti	N/A	N/A

### 4.3. Risques liés aux droits de propriété intellectuelle

Le Groupe protège activement ses droits de propriété intellectuelle. Cependant, il ne peut jamais être exclu une utilisation frauduleuse de ces droits par des tiers, ce que le Groupe est en mesure de combattre par toutes les voies de droit.

## 5. Risques environnementaux et RSE

### 5.1. Risques liés à l'environnement et aux effets du changement climatique

#### Description

Compte tenu de la nature de ses activités de services intellectuels et de son implantation géographique, le Groupe est faiblement exposé aux risques environnementaux liés au changement climatique, y compris en cas de renchérissement brutal de l'énergie ou de taxation du carbone émis. Le Groupe est particulièrement attentif à la réduction de son empreinte carbone, à la sobriété énergétique et des ressources et à la réduction des déchets et des polluants, tout en sensibilisant ses collaborateurs aux enjeux climatiques et environnementaux actuels.

#### Gestion et mesures mises en place

La démarche du Groupe s'appuie depuis 2010 sur la certification environnementale ISO 14001 pour ses activités de fidélisation qui fait l'objet d'un audit de suivi annuel réalisé par Bureau Veritas Certification. Le Groupe DÉKUPLE a réalisé en 2022 un premier bilan carbone pour l'ensemble de ses activités, avec une mesure sur l'année 2021 de ses émissions jusqu'au « scope 3 », qui lui permet d'orienter ses actions avec pour objectif de réduire son empreinte carbone par K€ de chiffre d'affaires ou de marge brute, par nouvel abonné ou par collaborateur en Équivalent Temps Plein. De nombreuses autres actions sont en cours, à l'exemple des plans de sobriété énergétique, mesurables régulièrement, pour faire face à l'envolée des prix de l'énergie et l'urgence à réduire la consommation énergétique. Le Groupe et ses filiales appuie également sa démarche par l'obtention de certifications et labels de sa performance sociale et environnementale. Des informations spécifiques figurent au chapitre 2 du présent document.

### 5.2. Risques liés aux enjeux RSE

#### Description

Le Groupe inscrit la responsabilité et la durabilité de ses activités au cœur de sa stratégie et de ses décisions. Dans le contexte actuel, les réglementations liées aux enjeux RSE se multiplient, visant à imposer aux entreprises des objectifs et augmenter le niveau de transparence sur ces sujets, ce qui est susceptible de représenter de réels enjeux d'adaptation pour le Groupe. La non-atteinte de ces objectifs ou un événement contraire aux engagements du Groupe dégraderait la crédibilité et la réputation auprès de ses parties prenantes, en plus des conséquences directes.

De plus, les réglementations se durcissant sur les enjeux RSE pourraient avoir comme conséquence d'atténuer les ambitions du Groupe de minimiser les conséquences négatives de son activité. Les nouvelles obligations réglementaires en découlant pourraient être plus difficiles à remplir pour le Groupe.

#### Gestion et mesures mises en place

Le Groupe a construit une gouvernance stable autour de ses enjeux RSE. Le conseil d'administration de la société ADLPartner est composé de neuf administrateurs, dont cinq indépendants, d'expérience large et diversifiée en matière de stratégie d'entreprise, finances, marketing, e-commerce, entrepreneuriat, responsabilité sociale, environnementale et sociétale, mais également de gestion et contrôle de sociétés commerciales et financières. Le conseil couvre également des expertises en Ressources Humaines, en communication et de l'inclusion.

Au niveau du conseil d'administration, un Comité RSE s'assure des engagements du Groupe et de ses objectifs prioritaires. Par ailleurs, au niveau opérationnel, un comité RSE Groupe est composé du Président Directeur Général, du Directeur Général Adjoint en Charge de la Finance, de la DSI et du M&A, du Directeur de la Communication, du Marketing et de la Stratégie Groupe, de la Directrice des Ressources Humaines et du RSE, des représentants RSE des principaux pôles et de la Cheffe de Projet RSE. Un comité RSE spécifique à l'UES Dékuple (6 sociétés du périmètre du Groupe) a été créé fin 2022. Les filiales du Groupe s'assurent enfin que les moyens sont mis en place pour répondre aux nouvelles obligations réglementaires. Des informations spécifiques figurent au chapitre 2 du présent document.

## 6. Assurances et couverture des risques

Les contrats d'assurance ont été souscrits auprès de compagnies de premier plan telles que AXA, COVEA, QBE, ZURICH ou MONDIAL ASSISTANCE, et sont présentés dans le tableau suivant :

CONTRATS	ASSURE(S)	COMPAGNIE	COURTIER	PROCHAINE ECHEANCE	CAPITAUX au 01/01/2023
<b>RESPONSABILITE CIVILE EXPLOITATION / PROFESSIONNELLE</b>	<b>ADLPartner</b>	<b>MMA</b>	<b>OFRACAR</b>	<b>01/01/2024</b>	
<b>RESPONSABILITE CIVILE AVANT LIVRAISON DES PRODUITS</b>					
Dommages Corporels (y. c. intoxications alimentaires), mat. et immat. Confondus					10 000 000 €
Faute inexcusable de l'employeur - accidents du travail - maladies professionnelles					2 000 000 €
Atteinte accidentelle à l'environnement					1 000 000 €
Préjudice écologique					100 000 €
Dommages matériels et immatériels consécutifs					3 000 000 €
Dommages immatériels non consécutifs					500 000 €
Dommages aux objets confiés y compris reconstitution de documents					500 000 €
Vol par préposé					200 000 €
<b>RESPONSABILITE CIVILE APRES LIVRAISON DES PRODUITS</b>					
Dommages Corporels, matériels et Immatériels confondus					5 000 000 €
Dommages immatériels non consécutifs y compris frais de dépose-repose et frais de retrait engagés par les tiers					1 000 000 €
Frais de dépose/repose engagés par l'assuré					250 000 €
Frais de retrait engagés par l'assuré					500 000 €
Frais de prévention					200 000 €
Défense pénale et recours					20 000 €
<b>MULTIRISQUE INDUSTRIELLE</b>	<b>ADLPartner</b>	<b>CHUBB</b>	<b>OFRACAR</b>	<b>01/01/2024</b>	
Assurance Globale dommages aux biens					19 900 000 €
Bâtiments et/ou risques locatifs, agencements, embellissements					8 700 668 €
Mobilier, matériel en tous lieux					3 141 867 €
Matières premières, marchandises à tous états et en tous lieux					10 000 000 €
Frais et Pertes divers y compris honoraires d'experts, après tout sinistre					2 097 305 €
Frais supplémentaires d'exploitation					800 000 €
Pertes Indirectes 10% sur Bâtiments et Contenu					10%
Incendie, explosions, foudre					
Chutes d'appareils de navigation aérienne, choc de véhicules terrestre					
Emeutes, mouvements populaires, actes de terrorisme et sabotage					
Tempête, dommages, dégâts des eaux					
Dommages électriques					157 298 €
Tous risques informatiques					157 298 €
Bris de glaces					15 730 €
Vol y compris détériorations mobilières et immobilières (sous limites en vol en coffre, transport de fonds)					262 163 €
Evénements non dénommés - Tous sauf					1 000 000 €
Effondrement					209 730 €
Evènements naturels hors arrêtes catastrophes naturelles					209 730 €
<b>RESPONSABILITE CIVILE INTERMEDIAIRE D'ASSURANCE + GARANTIE FINANCIERE</b>	<b>ADLPartner</b>	<b>QBE</b>	<b>OFRACAR</b>	<b>01/01/2024</b>	
RC Professionnelle					3 000 000 €
Garantie Financière					115 000 €
<b>RESPONSABILITE CIVILE INTERMEDIAIRE D'ASSURANCE + GARANTIE FINANCIERE</b>	<b>ADLP Assurances</b>	<b>QBE</b>	<b>OFRACAR</b>	<b>01/01/2023</b>	
RC Professionnelle					3 000 000 €
RC Exploitation					6 000 000 €
Garantie Financière					115 000 €
<b>ASSURANCE AUTOMOBILE FLOTTE</b>	<b>ADLPartner</b>	<b>MMA</b>	<b>OFRACAR</b>	<b>01/05/2024</b>	<b>Tous risques (8 véhicules)</b>
<b>INDIVIDUELLE ACCIDENT GROUPE</b>	<b>Dirigeants</b>	<b>ZURICH</b>	<b>OFRACAR</b>	<b>21/09/2024</b>	
Président = Décès, Invalidité Permanente et Partielle (selon barème)					336 658 €
Directeur Général = Décès, Invalidité Permanente et Partielle (selon barème)					333 791 €
<b>CYBER</b>	<b>Dirigeants</b>	<b>AXA France</b>	<b>OFRACAR</b>	<b>01/01/2024</b>	<b>2 000 000 €</b>
<b>RESPONSABILITE CIVILE DIRIGEANTS</b>	<b>Dirigeants</b>	<b>AIG</b>	<b>CRF</b>	<b>01/09/2024</b>	<b>7 500 000 €</b>
DOMMAGES INTERETS DUS					
AUX TIERS LESES					
FRAIS DE DEFENSE CIVILE ET PENALE					
FRAIS DE GESTION DE CRISE					
FAUTE NON SEPARABLE PERSONNE PHYSIQUE					
<b>DEPLACEMENTS PROFESSIONNELS</b>	<b>Dirigeants</b>	<b>CHUBB</b>	<b>OFRACAR</b>	<b>01/01/2024</b>	

## 1.5. OPÉRATIONS SUR LES TITRES DE LA SOCIÉTÉ

### 1.5.1. État de la participation des salariés au capital social

A la connaissance de la société, l'actionariat salarié au 31 décembre 2023 représente environ 2% du capital de la société ADLPartner et est constitué principalement par :

- les actions gratuites attribuées au personnel du Groupe le 20 janvier 2008, suite à la décision prise le 20 janvier 2006 d'attribuer 100 actions à chaque membre du personnel du Groupe; ces actions représentaient environ 0,3 % du capital de la société ;
- les actions détenues par des salariés à la suite de levées d'options d'achat qui leur ont été consenties et qu'ils ont mises au nominatif ; ces actions représentent environ 0,5 % du capital de la société ;
- les actions gratuites attribuées à certains membres du personnel du Groupe depuis le 14 décembre 2015, les premières ayant été acquises le 14 décembre 2017.

Il n'y a pas de fonds collectif détenant et gérant des actions de la société pour le compte du personnel.

### 1.5.2. Récapitulatif des opérations réalisées en 2023 sur les titres de la société par les dirigeants, les hauts responsables et les personnes qui leur sont liées

Les opérations réalisées sur les actions par les dirigeants et hauts responsables de la société ayant fait l'objet d'une publicité auprès de l'Autorité des Marchés Financiers au titre de la réglementation applicable, et notamment le Règlement Européen (UE) 596/2014 du 16 avril 2014 sont, à la connaissance de la société, les suivantes (tableau reprenant de manière agrégée l'ensemble des opérations réalisées par chacune des personnes concernées) :

Déclarant	Cession d'actions sur le marché			Exercice de stock-options		
	Montant total (€)	Nombre d'actions	Prix Moyen (€)	Montant total (€)	Nombres d'options	Prix Moyen (€)
Claude Charpin	31 300 €	1 000	31.30 €			
Philippe Lemeau	24 332 €	1 012	24,03 €			

### 1.5.3. Programme de rachat d'actions

Au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2023, les interventions de la société dans le cadre des programmes de rachat d'actions l'ont été au titre des autorisations octroyées par l'assemblée générale du 17 juin 2022 (pour la période du 1<sup>er</sup> janvier 2023 au 15 juin 2023) et par l'assemblée générale du 16 juin 2023 (pour la période du 16 juin 2023 au 31 décembre 2023). Ces interventions ont eu pour finalités d'assurer l'animation et la liquidité du titre dans le cadre d'un contrat de liquidité, confié à Oddo BHF, conforme à la charte de déontologie AMAFI reconnue par l'Autorité des marchés financiers et de satisfaire aux obligations découlant des programmes d'attribution gratuite d'actions, aux salariés ou aux dirigeants d'ADLPartner ou d'une entreprise associée.

Dans ce cadre, au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2023, la société ADLPartner a acquis 99 874 actions et a vendu 23 476 actions de la société, hors livraison d'actions gratuites aux salariés et mandataires sociaux, et, hors actions remises suite à l'exercice d'options d'achat par les salariés de la société (cf. ci-après) ;

- le cours moyen de ces achats a été de 28,85 € ; le cours moyen de ces ventes a été de 29,10 € ;
- la rémunération allouée à Natixis (incluant celle due à Oddo BHF), pour l'exercice 2023, correspond à 0,25 % du montant brut HT des capitaux traités. Aucun frais de courtage n'est facturé par ces derniers sur le contrat de liquidité.

Au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2023, la société a remis 42 648 de ses propres actions, à un prix moyen de vente de 0 € par action, suite à la livraison d'actions gratuites prévue dans le cadre des plans d'attribution décidés les 17 décembre 2021 (plan A) et 10 novembre 2020 (plan A & B) par le directoire.

Le nombre des actions inscrites au nom de la société au 31 décembre 2023, ayant comme finalité d'assurer l'animation et la liquidité du titre, était de 3 994, représentant 0,10 % de son capital au 31 décembre 2023. Leur valeur totale évaluée à leur coût d'achat était de 104 636,36 € et leur valeur nominale totale était de 6 213,45 €.

A ces 3 994 actions, s'ajoutent 193 246 actions auto-détenues destinées à honorer les obligations de la société liées aux options d'achat attribuées et aux attributions gratuites d'actions, acquises dans le cadre du programme de rachat d'actions autorisé par les assemblées générales ordinaires des actionnaires du 15 juin 2012, du 14 juin 2013, du 13 Juin 2014, du 12

## RAPPORT DE GESTION

juin 2015, du 17 juin 2016, du 16 juin 2017, du 15 juin 2018, du 7 juin 2019, du 12 juin 2020, du 18 juin 2021, du 17 juin 2022 et du 16 juin 2023 (4,64 % du capital social). Leur valeur totale évaluée à leur coût d'achat était de 3 992 739,93 € et leur valeur nominale totale était de 300 632,03 €.

Globalement, au 31 décembre 2023, la société détenait ainsi 197 240 de ses propres actions (4,74 % du capital social) pour une valeur totale évaluée à leur coût d'achat de 4 097 376,29 € et leur valeur nominale totale était de 306 845,48 €.



## 2. DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

<b>2.1. VISION DE LA DIRECTION .....</b>	<b>100</b>
<b>2.2. ENJEUX RSE POUR DÉKUPLE .....</b>	<b>106</b>
<b>2.3. DESCRIPTION DES PRINCIPALES POLITIQUES .....</b>	<b>113</b>
<b>2.4. MÉTHODOLOGIE .....</b>	<b>132</b>
<b>2.5. LA TAXONOMIE EUROPÉENNE .....</b>	<b>134</b>
<b>2.6. RAPPORT DE L'UN DES COMMISSAIRES AUX COMPTES, DÉSIGNÉ ORGANISME TIERS INDÉPENDANT, SUR LA DÉCLARATION CONSOLIDÉE DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE FIGURANT DANS LE RAPPORT DE GESTION DU GROUPE .....</b>	<b>138</b>

## 2.1. VISION DE LA DIRECTION

### 2.1.1. Fondements de notre démarche RSE

#### 1. Historique de notre démarche

Depuis plus de 10 ans, le Groupe DÉKUPLE est engagé dans une démarche visant à mettre en place une stratégie RSE cohérente avec ses enjeux stratégiques et les attentes de ses parties prenantes. Cette démarche doit permettre de mieux anticiper, in fine, les attentes de ses collaborateurs, partenaires, clients, fournisseurs et actionnaires, tout en intégrant les évolutions réglementaires relatives aux obligations de transparence des entreprises en matière sociale, sociétale et environnementale.

Animé par une ambition générale, le Groupe DÉKUPLE s'est fixé un cap à son plan stratégique « Ambition 2025 », celui de devenir un leader européen du data marketing. Le Groupe est aujourd'hui, organisé en 6 pôles commerciaux et sa croissance se construit grâce à un équilibre de croissance organique, via de nouvelles activités et de nouvelles offres, et de croissance externe via l'acquisition de sociétés aux compétences et expertises complémentaires de celles déjà présentes dans le Groupe. Ces associations laissent aux entrepreneurs leur autonomie pour se développer tout en favorisant les partages et l'entraide.

**La politique RSE du Groupe s'est déployée de la même manière, en partageant ses principes, ses valeurs mais également en laissant aux entrepreneurs une autonomie sur les moyens de la mise en œuvre, afin que ces derniers soient adaptés à leurs particularités.** Ainsi, le Groupe applique la norme ISO 14001 uniquement à son activité de fidélisation, la plus sensible à l'empreinte environnementale. Tandis que, par exemple, l'ensemble du Groupe partage les mêmes valeurs.

De manière générale, le Groupe construit sa politique RSE en capitalisant sur les actions menées ces dernières années : marque employeur, éducation de qualité, réduction de l'empreinte carbone, attention au bien-être et à la santé au travail, égalité entre les sexes et plus largement la diversité.

En 2023, comme en 2024, le Groupe DÉKUPLE poursuit la croissance rentable de ses activités, en particulier celles en marketing digital, dont le poids dans le Groupe continuera à progresser fortement dans les prochaines années.

#### 2. Nos valeurs et notre manifeste

La politique RSE de DÉKUPLE intègre l'ensemble des composantes du Groupe. Elle se vit au quotidien dans les décisions et actions prises par le management, mais aussi dans la liberté donnée à chaque salarié de proposer et contribuer dès que cela est possible à faire progresser le Groupe. Les salariés sont les moteurs de cette démarche qui dépasse les organisations et les hiérarchies.

Les collaborateurs du Groupe sont sollicités pour formaliser ses valeurs, ainsi que les principes de comportements qui y sont associés. Trois valeurs ont été définies pour guider le Groupe et ses collaborateurs dans leur quotidien.



**ESPRIT DE CONQUÊTE**

**Notre avenir est fait d'audace**

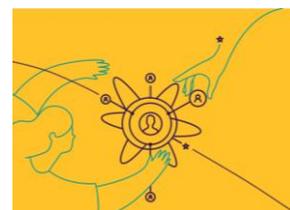
Valeur motrice de DÉKUPLE, l'Esprit de Conquête impulse aujourd'hui comme hier la dynamique collective de notre Groupe. Expérimentation. Innovation. Ambition. C'est l'énergie qui nous motive chaque jour à nous réinventer, à entreprendre et à relever les nouveaux défis qui s'offrent à nous et à nos clients.



**RESPECT**

**Nous tenons nos engagements**

Valeur fondatrice de DÉKUPLE, le Respect est à la base de notre Groupe depuis sa création. Respect de nos collaborateurs. Respect des clients. Respect des consommateurs. Respect de nos engagements. Respect de la loi. Le Respect est le socle de notre équilibre et de notre réussite, à court et à long terme.



**ENTRAIDE**

**Notre union fait notre force**

Valeur fédératrice de DÉKUPLE, l'Entraide est au cœur de nos relations de Groupe. Créer des synergies. Cultiver les solidarités. Allier bienveillance et performance. L'Entraide assure au jour le jour la cohésion de notre grande famille.

Ces trois valeurs fondent notre esprit de famille, notre fierté et la force de notre modèle d'entreprise et nous aident à aller plus loin, à devenir meilleur et à nous soutenir. Ensemble, nous faisons vivre nos valeurs au quotidien.

Depuis 2021, le Groupe soutient la diffusion de ses valeurs au travers des newsletters, des affichages au sein des sites de DÉKUPLE, de présentations dans les offres de postes, de points spécifiques dans les entretiens d'évaluation des collaborateurs de nombreuses sociétés.

En 2023, le Groupe DÉKUPLE a souhaité synthétiser ses convictions dans un Manifesto :

**« Grâce à la data, la créativité et la technologie, nous aidons nos clients à se transformer et à croître de façon durable et pérenne, en optimisant l'efficacité des moyens mis en œuvre. »**

**Dans chacune de nos actions, nous respectons les valeurs du Groupe : Esprit de Conquête, Respect et Entraide.**

**Les collaborateurs de notre Groupe, nos clients et nos actionnaires sont des citoyens ; nous travaillons avec eux sur le long terme pour que nos actions et décisions contribuent à assurer aux générations qui nous succéderont un futur désirable. »**

### 3. Nos référentiels du Développement Durable

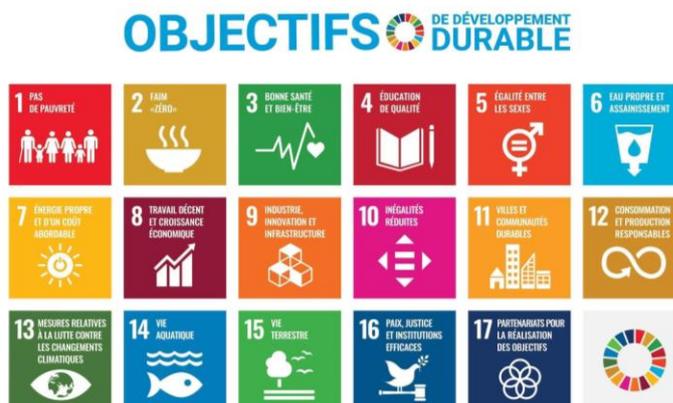
Afin de poursuivre sa démarche RSE de façon ambitieuse et pragmatique, le Groupe l'a inscrite dans un projet encore plus collectif, comprenant les principaux référentiels nationaux et internationaux du développement durable.

#### 3.1. Les Objectives de développement durable des Nations unies

Adoptés en 2015 par les États membres de l'Organisation des Nations unies, les Objectifs de Développement durable (ODD) sont devenus la principale référence pour les efforts internationaux des gouvernements, des entreprises et de la société civile pour l'obtention d'un monde plus juste, équitable et conscient des impacts sur la planète.

Organisés en 17 objectifs et 169 cibles, les ODD répondent aux besoins des trois piliers du développement durable : la société, l'environnement et l'économie.

[Plus d'information sur le site Internet des ODD](#)



#### 3.2. Le Global compact de l'ONU

Adhérent au Pacte mondial depuis novembre 2020, le groupe DÉKUPLE souhaite contribuer à une des plus larges initiatives internationales d'engagement volontaire en matière de développement durable.

Le Pacte mondial (Global compact en anglais) est une initiative de l'Organisation des Nations unies lancée en 2000 pour inviter les entreprises autour du monde à adopter, soutenir et appliquer, dans leur sphère d'influence, des pratiques socialement responsables.

Les entreprises participantes s'engagent à progresser en ce qui concerne 10 principes, compris dans quatre thèmes liés à la promotion des droits de l'homme, des normes internationales du travail, de la protection de l'environnement et de la lutte contre la corruption, encadrés par les 17 Objectifs de développement durable de l'ONU.

Les 4 thèmes et les 10 principes du pacte mondial des Nations unies.



**Droits de l'homme**

**Principe 1** : Les entreprises doivent soutenir et respecter la protection des droits de l'homme proclamés internationalement ; et

**Principe 2** : s'assurer qu'ils ne sont pas complices d'atteintes aux droits humains.



**Travail**

**Principe 3** : Les entreprises doivent respecter la liberté d'association et la reconnaissance effective du droit de négociation collective ;

**Principe 4** : l'élimination de toutes les formes de travail forcé et obligatoire ;

**Principe 5** : l'abolition effective du travail des enfants ; et

**Principe 6** : l'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession.



**Environnement**

**Principe 7** : Les entreprises doivent soutenir une approche de précaution face aux défis environnementaux ;

**Principe 8** : entreprendre des initiatives pour promouvoir une plus grande responsabilité environnementale ; et

**Principe 9** : encourager le développement et la diffusion de technologies respectueuses de l'environnement.



**Anti-corruption**

**Principe 10** : Les entreprises doivent lutter contre la corruption sous toutes ses formes, y compris l'extorsion et les pots-de-vin.

[Plus d'information sur le site internet du Global Compact](#)

**3.3. Cadre légal européen et français**

La démarche RSE de DÉKUPLE s'inscrit dans les dispositions du cadre légal européen et français, en intégrant particulièrement les changements les plus récents. Par ordre chronologique :

Dans le cadre légal français :

- La loi Sapin II de 2016 ;
- La loi PACTE 2019 ;
- Le Décret Tertiaire de 2020 visant à réduire la consommation énergétique dans les bâtiments à usage tertiaire ;
- La loi de lutte contre le gaspillage et l'économie circulaire (AGEC) depuis 2020 ;
- La loi Climat & Résilience de 2021 ;
- la loi Énergie et Climat de 2022 ;
- Le dispositif du Plan de Sobriété Énergétique annoncé en août 2022 (alignement avec l'objectif de réduction des consommations d'énergie de 10% à l'horizon 2024).

Dans le cadre légal européen :

- La Taxonomie Verte depuis 2023 ;
- La loi liée à la Déclaration de Performance Extra-Financière.

**3.4. Périmètre de la DPEF 2023.**

Le périmètre de la Déclaration de Performance Extra-Financière regroupe l'ensemble des entités du Groupe excepté Le Nouveau Bélier, qui a rejoint le Groupe en novembre 2023 et Dekuple Marketing Engineering China, pour laquelle le reporting n'est pas suffisamment fin, sont exclus du périmètre.

Périmètre : ADL Partner, Ividence, LEOO, Dékuple Ingénierie Marketing, ADLP Assurances, ADLP Télésurveillance, Converteo, REECH, Brainsonic, Smart-Traffik, Grand Mercredi, Dékuple Ingénierie Marketing BtoB, Dekuple Iberia.

**2.1.2. Modèle d'affaires du Groupe DÉKUPLE**

Créé en 1972, DÉKUPLE est un acteur majeur du data marketing cross-canal. Le Groupe conçoit, commercialise et met en œuvre, pour son propre compte ou celui de ses partenaires et clients, des services d'acquisition, de fidélisation et d'animation de la relation client sur l'ensemble des canaux de distribution. Ses expertises multiples et complémentaires lui permettent d'accompagner les marques dans leurs besoins marketing mais aussi de créer pour son compte des portefeuilles générateurs de revenus récurrents.

Le modèle d'affaires du Groupe se structure de la façon suivante :

## Nos ressources

### Notre écosystème diversifié d'expertises ayant pour socle le data marketing

- Entités complémentaires
- Acquisitions stratégiques
- Expertises en data marketing cross-canal
- Solutions technologiques propriétaires

### Notre capital humain

- 1001 collaborateurs engagés
- 7,5% de l'effectif à l'international
- Âge moyen: 35,7 ans
- 5,3 ans d'ancienneté moyenne
- Parité hommes femmes 53%/47%

### Notre organisation/ gouvernance

- Groupe familial avec une forte culture entrepreneuriale
- Conseil d'administration équilibré et diversifié avec 10 membres – 65% d'indépendants – dont 4 femmes

- Ancrage à Montreuil et Chantilly + 8 autres implantations nationales et 3 internationales

### Nos engagements/ nos valeurs

- Valeurs et code de conduite DÉKUPLE
- Adhérent au Global

- Compact
- Charte de la diversité
- Partenariat My Job Glasses
- Respect RGPD et sécurisation des données

### Notre situation financière solide

- Fonds propres: 51,1M€
- Trésorerie: 63,6M€
- Capacité d'autofinancement avant impôts: 26,4M€

## Nos métiers / notre stratégie

### ► Ambition 2025

Devenir un leader européen du data marketing cross-canal.

### ► Notre mission

Atteindre l'excellence data, ingénierie marketing & consulting au service de la performance business des marques dans un contexte de digitalisation et de datafication des entreprises.

### ► Nos offres

Conseil et service en data marketing

Mise en œuvre de dispositifs en data marketing (acquisition, activation, fidélisation, valorisation)

Analyse et mesure des performances et du ROI (image, notoriété, engagement, business)

Rémunération honoraires/forfaits/acquisition

Financement en propre de l'acquisition de clients et partage de revenus



Conseil en stratégie digitale et data (25% du CA 2023)



Agences et solutions (35% du CA 2023)



Fidélisation par la presse magazine (35,8% du CA 2023)



Courtage d'assurance (4,2% du CA 2023)

### ► Nos piliers RSE

- Renforcer notre éthique et notre transparence
- Favoriser l'attraction et la rétention des talents
- Être un acteur social en cohérence avec nos valeurs
- Aligner nos activités sur les enjeux environnementaux

## Partage de la valeur créée

### Clients et partenaires

- Développement des assets digitaux et data
- Apport et partage de valeur dans une relation partenariale durable
- Prestations pour plus de 500 marques BtoB et BtoC (2/3 du CAC 40 et 1/3 du SBF 120)
- Un portefeuille de 2,2 millions d'abonnements actifs à durée libre à la presse magazine
- Investissement de 2,5% du CA en R&D de solutions innovantes

### Fournisseurs

- Vigilance croissante envers les engagements RSE
- Évaluation et suivi

### Collaborateurs

- 233 recrutements en CDI en 2023
- Masse salariale globale: 51,85M€
- 664 collaborateurs en France bénéficiant de la participation et/ou de l'intéressement
- Qualité de vie au travail
- 87% de collaborateurs formés (Plan de formations Groupe sur l'IA)

### Actionnaires et investisseurs

- Dividende proposé à l'assemblée générale: 1,04€ / action
- Progression de l'action au 31/12/2023 de +133,2% sur 5 ans
- 161,2M€ de Marge brute
- 24,9M€ d'EBITDA retraité soit 15,5% de la marge brute

### Planète

- Certification ISO 14001 pour les activités de fidélisation

- Réduction des émissions de GES et bilan carbone
- Éco-conception des campagnes et dispositifs marketing offline et online
- Consommation énergétique maîtrisée

### État et société civile

- Relations avec la société civile: 13 ans de partenariat ONF, sponsoring voile

### ► Contributions



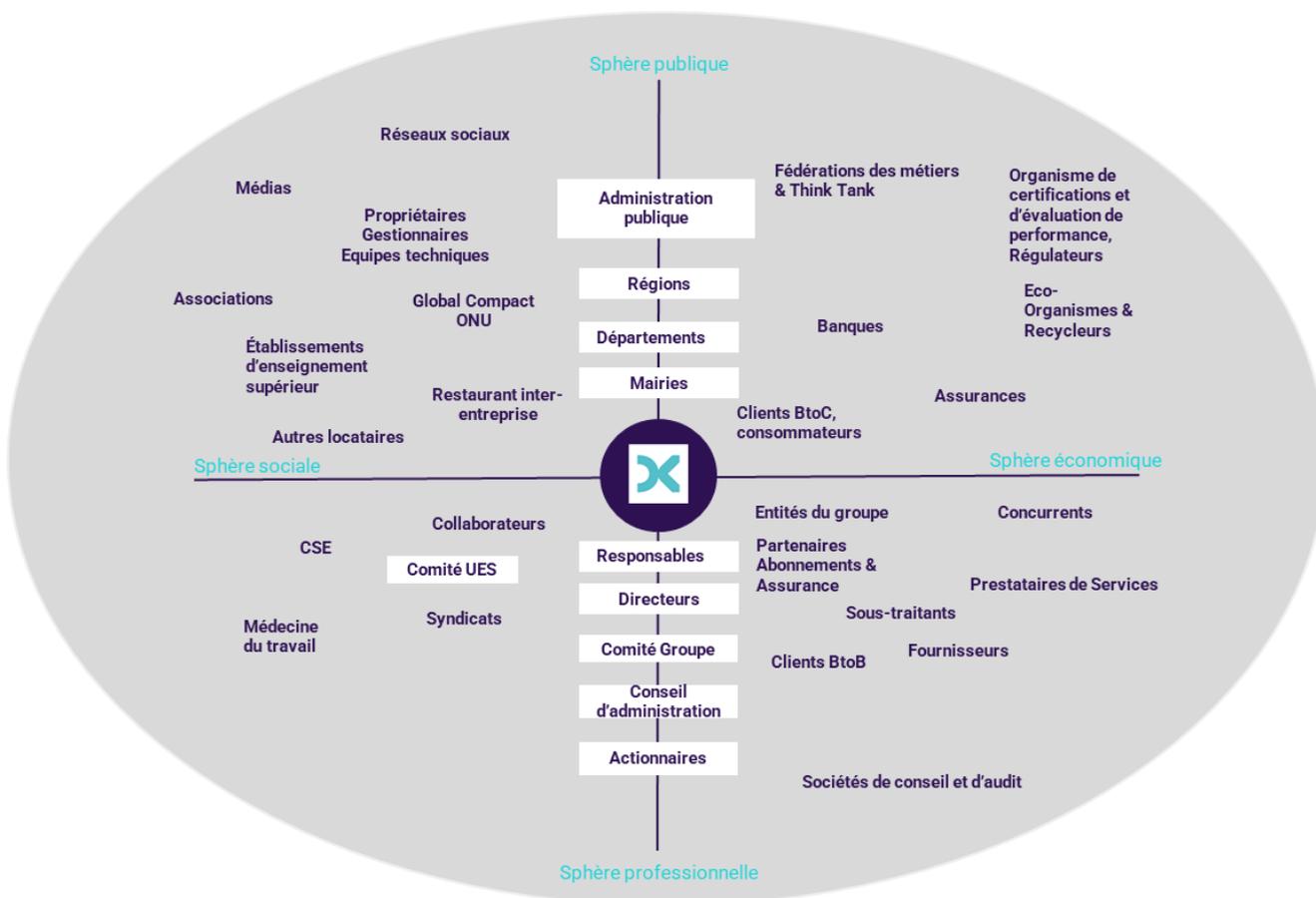
## PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

DÉKUPLE est très attaché à la construction, dans la durée, d'un Groupe de multi-entrepreneurs en intégrant des entreprises avec des compétences complémentaires et dirigées par des entrepreneurs qui partagent les valeurs du Groupe. La stratégie d'investissement du Groupe en croissance externe repose principalement sur un modèle d'acquisition par étapes permettant aux dirigeants de rester actionnaires de leur structure. En 2023, une nouvelle entreprise a rejoint DÉKUPLE à travers la prise de participation majoritaire au capital de la société Le Nouveau Bélier, référence du conseil en stratégie publicitaire, experte du Retail.

### 2.1.3. Un dialogue étroit avec nos parties prenantes

Société familiale aux valeurs fortes et à l'actionnariat stable, le Groupe DÉKUPLE inscrit depuis toujours ses actions sur le long terme. Depuis sa création, le Groupe a porté une attention toute particulière aux collaborateurs et à son écosystème avec lesquels il travaille en confiance. Dans cette perspective, le Groupe intègre les préoccupations des parties prenantes en développant des relations durables et régulières.

Les principales parties prenantes du Groupe sont les suivantes :



En 2022, un premier questionnaire pour entretenir un plan de dialogue avec les parties prenantes avait été mis en œuvre en décembre et exploité une première fois auprès des 10 membres du CSE de l'UES Dékuple (6 sociétés du périmètre du Groupe) et auprès du Comité RSE du conseil d'administration.

La stratégie d'enquêtes et d'identification des besoins et attentes de ces parties prenantes a été redéfinie au cours de l'exercice de 2023, permettant d'établir un nouveau questionnaire qui sera déployé en 2024 auprès de certaines parties prenantes internes et externes : entités du groupe, fournisseurs, prestataires de services, sous-traitants, clients BtoB, collaborateurs via les représentants du personnel, établissements d'enseignement supérieur et les prestataires liés à la gestion des locaux en particulier ceux de Chantilly et Montreuil.

Ce dialogue évolutif devrait permettre de confirmer la priorisation des dispositifs mis en œuvre par le Groupe.

Le questionnaire a été déployé fin 2022 ; en 2023, des parties prenantes du Groupe ont été consultées à différentes occasions : des collaborateurs du Groupe à l'occasion des ateliers Bilan Carbone, des représentants et des dirigeants à

l'occasion des différents Comités RSE Groupe. En Septembre 2023, la stratégie RSE du Groupe a été présentée aux collaborateurs via un webinaire incluant une partie « Questions/Réponses » ouvert à tous.

De plus, le Manifesto qui synthétise nos convictions, a été validé et partagé à l'issue d'un séminaire du Comité Groupe.

### 2.1.4. Une gouvernance stable intégrant les enjeux RSE

Pour soutenir son développement, le Groupe s'appuie sur une gouvernance stable. Le conseil d'administration de DÉKUPLE est composé de dix administrateurs, dont six indépendants, d'expérience large et diversifiée en matière de stratégie d'entreprise, finances, marketing, e-commerce, entrepreneuriat, responsabilité sociale, environnementale et sociétale, mais également de gestion et contrôle de sociétés commerciales et financières. Le conseil couvre également des expertises en Ressources Humaines, en communication et de l'inclusion.

Le conseil d'administration comprend plusieurs comités :

- un comité des nominations et rémunérations présidé par Monsieur Xavier Gandillot, administrateur indépendant ; ;
- un comité du développement présidé par Monsieur Bertrand Laurioz, Président-Directeur Général ;
- un comité d'audit présidé par Monsieur Roland Massenet, administrateur indépendant ;
- un comité RSE, créé en décembre 2022 et présidé par Madame Claire Vigneron-Brunel.

Les objectifs des membres du comité Groupe, qui réunit les principaux responsables opérationnels et fonctionnels du Groupe, intègrent un objectif RSE, en lien avec les responsabilités respectives des dirigeants.

De manière générale, la gouvernance RSE du Groupe se structure comme suit :

Comité RSE du Conseil d'Administration	Comité RSE Groupe	Comités RSE Locaux
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Périmètre</u> Conseil d'administration</li> <li>• <u>Participants</u> 3 administrateurs-trices</li> <li>• <u>Fréquence des réunions</u> 1 par an</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Périmètre en 2023</u> Entités du Groupe, hors Chine et Le Nouveau Bélier</li> <li>• <u>Participants</u> Président Directeur Général, Directeur Général Adjoint en charge de la finance, de la DSI et du M&amp;A, Directeur Communication, Marketing et Stratégie, Directrice RH &amp; RSE, Représentants RSE des principaux pôles et Cheffe de Projet RSE.</li> <li>• <u>Fréquence des réunions</u> 1 par an</li> </ul>	<p>ex. : Comité RSE UES</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Périmètre</u> ADLPartner SA</li> <li>• <u>Participants</u> Président Directeur Général, Directeur Général Adjoint en charge de la finance, de la DSI et du M&amp;A, Directeur Communication, Marketing et Stratégie, Directrice RH &amp; RSE, Responsable Environnement, Cheffe de Projet RSE et Représentant des activités de fidélisation.</li> <li>• <u>Fréquence des réunions</u> 3 par an</li> </ul>

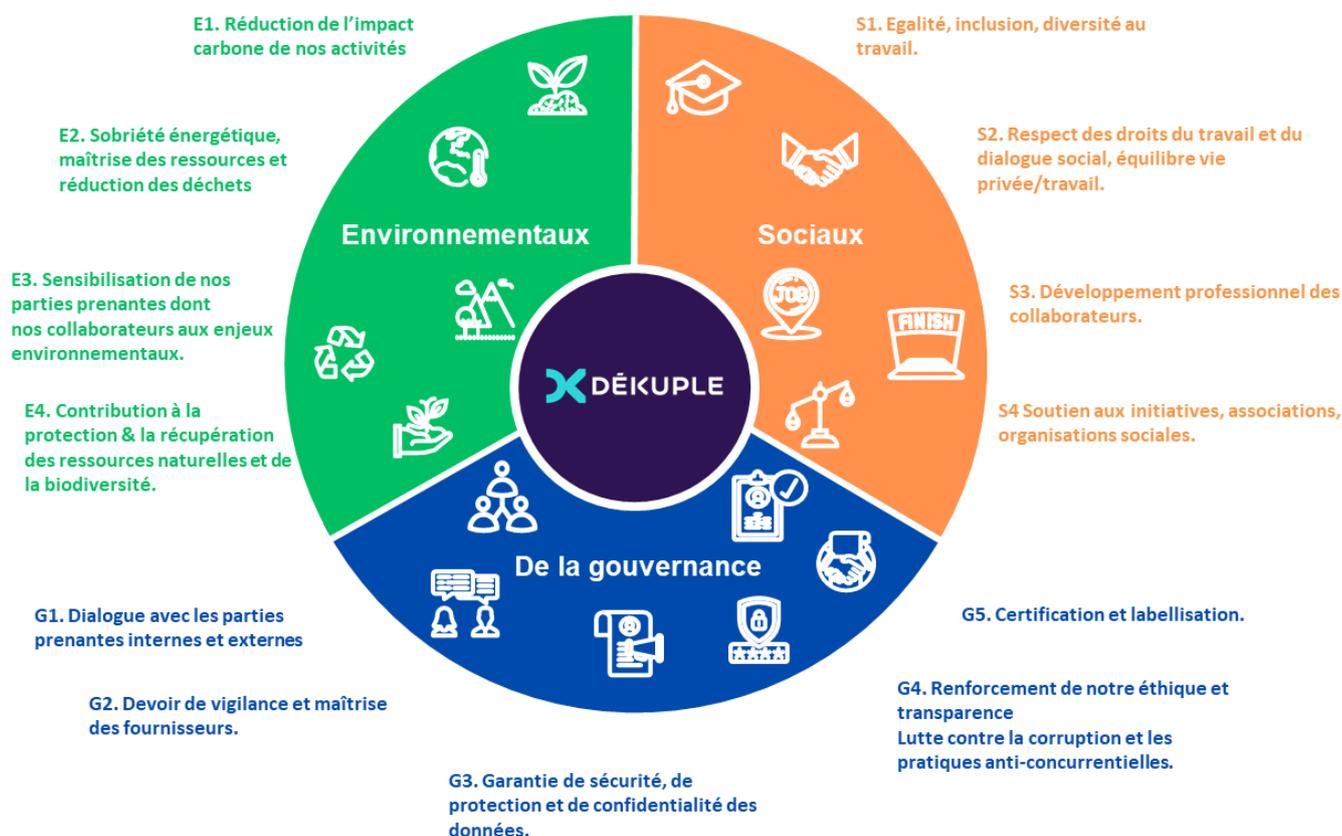
## 2.2. ENJEUX RSE POUR DÉKUPLE

### 2.2.1. Enjeux principaux

Dans le cadre de son reporting extra-financier, DÉKUPLE a mis à jour en 2023 la revue de ses enjeux RSE prioritaires. La structuration de la stratégie RSE, basée sur l'historique de la démarche du Groupe, mais également influencée par l'élargissement du périmètre des sociétés intégrées, permet de définir des sujets majeurs en adéquation avec l'adhésion du Groupe au Global Compact et pour lesquels des indicateurs clés de performance sont suivis.

La définition de ces enjeux RSE, ainsi que des risques et opportunités associés, font l'objet d'une analyse permanente via un dialogue nourri avec les parties prenantes internes, entretenu avec l'exploitation en 2022 d'un premier questionnaire auprès des 10 membres du CSE de l'UES Dékuple (6 sociétés du périmètre du Groupe) et auprès du Comité RSE du conseil d'administration. Ce questionnaire a été redéfini au cours de l'exercice 2023. Les parties prenantes externes (partenaires, clients, fournisseurs) n'ont pu être consultées sur cet exercice et devraient être interrogées dans le courant de l'exercice 2024.

Les enjeux RSE du Groupe se structurent autour de trois axes principaux - Environnement, Social et Gouvernance - et font apparaître les enjeux prioritaires suivants :



Les risques et opportunités RSE ainsi identifiés ont ensuite été recoupés avec la cartographie des risques du Groupe pour l'année 2023 afin de les confirmer, et garantir la cohérence avec les risques majeurs du Groupe figurant dans la partie 1.4 du rapport de gestion.

Des indicateurs clés de performance figurent en italique dans les tableaux suivants et sont annotés d'un \*.

## 1. Enjeux Sociaux

ODD	    
Global Compact	Principes 1, 2, 3, 4, 5 et 6
Parties prenantes	Collaborateurs, Responsables, Directeurs, Entités du Groupe, Comité Social Économique, Associations, Établissements d'enseignement supérieur, Syndicats, Médecine du Travail, Organisme de certifications et d'évaluation de performance, Régulateurs, Administrations publiques

Enjeux	Objectifs	Risques / opportunités	Pratiques	Indicateurs et ICP
<b>S1. Égalité, inclusion, diversité au travail.</b>	Attirer et retenir des talents dans un environnement de travail juste, inclusif, égalitaire et diversifié	<p><b>Risques</b> : du fait de la concurrence sur le marché en matière de recherche de talents, de l'évolution des attentes des nouvelles générations, des nouvelles perspectives d'emploi liées à la pandémie et de l'avenir du travail qui peut nécessiter un nouvel ensemble de compétences ou contribuer à raréfier les compétences dans des domaines spécifiques, DÉKUPLE pourrait rencontrer des difficultés à attirer et conserver les compétences dont il a besoin. Ces risques pourraient entraîner des difficultés opérationnelles et impacter sa performance financière.</p> <p><b>Opportunités</b> : la diversité et l'inclusion sont une priorité stratégique pour DÉKUPLE, dont l'objectif est de disposer d'équipes dirigeantes et d'équipes qui reflètent la diversité de la société en prônant un environnement d'équité, d'engagement et de responsabilisation qui facilite l'implication de chacun dans sa stratégie du Groupe.</p>	<p>a. Mettre en place une politique de recrutement inclusive, égalitaire et diversifiée .</p> <p>b. Promouvoir la mobilité professionnelle des collaborateurs à l'intérieur du Groupe</p> <p>c. Promouvoir la charte de la diversité</p>	<p><b>Nouveaux recrutements totaux en CDI*</b></p> <p>Nombre de alternants recrutés</p> <p>Nombre de stagiaires recrutés</p> <p><b>% de femmes en CDI *</b></p> <p>Pourcentage de salariés de moins de 30 ans en poste</p> <p>Pourcentage de salariés de plus de 55 ans en poste</p> <p>Ancienneté moyenne des collaborateurs</p> <p>Mobilité de service et/ou de poste</p>
<b>S2. Respect des droits du travail et du dialogue social, équilibre vie privée/travail.</b>	Promouvoir le respect des droits du travail et le dialogue social	<p><b>Opportunités</b> : développer la marque employeur et l'équilibre vie privé - vie professionnelle.</p> <p><b>Risques</b> : le non-respect du droit du travail au sein des organisations du Groupe pourrait entraîner des conflits et des difficultés. La non-concertation des collaborateurs et des instances représentatives pourrait dégrader le dialogue social et affecter sa marque employeur.</p>	Encourager la création d'instances de concertation et dialogue avec nos collaborateurs.	<p><b>Nombre de réunions avec les IRP *</b></p> <p>Évaluation d'épanouissement des collaborateurs</p> <p>Évaluation qualité de vie au travail</p> <p>Évaluation qualité de vie au travail</p>
	Contribuer à la bonne santé et au bien-être au travail.	<p><b>Risques</b> : les collaborateurs peuvent être exposés aux épidémies, comme le Covid-19. Le télétravail a pu perturber le lien social et l'équilibre vie privée / vie professionnelle des collaborateurs. Les autres impacts sur le Groupe pourraient inclure une atteinte à la réputation, une diminution de l'attractivité du Groupe, une moindre motivation générant l'insatisfaction clients et partenaires et, par voie de conséquence des difficultés opérationnelles.</p>	<p>a. Organiser des activités sportives /de loisir pour promouvoir l'activité physique.</p> <p>b. Implémenter une politique de télétravail.</p> <p>c. Développer les enquêtes d'épanouissement au travail et les actions de communication interne</p>	<p><b>Nombre moyen de jours d'absence maladie par collaborateur *</b></p> <p>% de collaborateurs ayant accès au télétravail</p>

PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

**Opportunités** : La mise en œuvre d'une politique de télétravail et la promotion d'activités sportives contribuent au bien-être des collaborateurs, à l'équilibre vie privée-vie professionnelle et ainsi à l'attractivité du Groupe et à la rétention de ses talents.

<p><b>S3. Développement professionnel de nos collaborateurs</b></p>	<p>Renforcer l'employabilité et l'adaptation de nos collaborateurs aux nouveaux métiers.</p>	<p><b>Risques</b> : l'inadaptation aux changements et l'inadéquation des profils et talents aux besoins des nouveaux métiers et organisations du Groupe pourraient affecter ses offres, entraîner des difficultés opérationnelles et impacter sa performance financière.</p>	<p>a. Implémenter un programme de formation et d'amélioration des compétences des collaborateurs.</p> <p>b. Réalisation d'entretiens professionnels et d'évaluations annuelles des collaborateurs.</p>	<p>% de la masse salariale investie dans la formation</p> <hr/> <p>Heures moyennes par collaborateur formé</p> <hr/> <p>Heures de formations dispensées</p> <hr/> <p>Nombre de collaborateurs formés</p> <hr/> <p><b>Taux de collaborateurs formés *</b></p> <hr/> <p>Nombre de collaborateurs ayant complété un entretien d'évaluation annuel.</p>
<p><b>S4. Soutien aux initiatives, associations, organisations sociales.</b></p>	<p>Volonté d'être un acteur social en cohérence avec nos valeurs.</p>	<p><b>Opportunités</b> : Le développement d'actions citoyennes doit permettre de renforcer les impacts positifs du Groupe sur l'économie et la société, tout en renforçant la fierté d'appartenance des collaborateurs au Groupe.</p>	<p>Appuyer des initiatives sociales ou organisations travaillant pour des causes sociales : éducation, santé, égalité entre les sexes, égalité des opportunités d'accès au travail.</p>	<p><b>Montant versé aux initiatives / associations*</b></p> <hr/> <p>Montant versé au titre de la taxe d'apprentissage</p>

## 2. Enjeux environnementaux

<b>ODD</b>	  
<b>Global Compact</b>	Principes 7, 8 et 9
<b>Parties prenantes</b>	Global Compact ONU, Collaborateurs, Comités RSE, Entités du Groupe, Clients BtoB, Comité Groupe, Conseil d'Administration, Eco-organismes et recycleurs, Clients BtoC & Consommateurs, Propriétaires, Gestionnaires, Équipes techniques, CSE, Organisme de certifications et d'évaluation de performance, Régulateurs.

Enjeux	Objectifs	Risques / opportunités	Pratiques	Indicateurs et ICP
<b>E1. Réduction de l'impact carbone de nos activités</b>	Réduire les impacts de nos activités sur le climat.	<p><b>Opportunités</b> : mesurer les émissions de Gaz à effet de Serre, GES de l'ensemble des activités permet de mettre en place un plan d'action ciblé et plus efficace.</p> <p><b>Risques</b> : en raison de l'évolution rapide de la réglementation environnementale, DÉKUPLE pourrait ne pas être totalement en conformité et ne pas répondre aux attentes des parties prenantes en termes de mesure de la pertinence et de l'efficacité de sa politique. Cela pourrait porter atteinte à sa réputation.</p>	<p>a. Mesurer nos émissions de gaz à effet de serre.</p> <p>b. Implémenter des politiques pour rationaliser nos activités afin de réduire nos émissions en fonction des résultats.</p>	Nombre d'ateliers annuels de réduction du Bilan Carbone
	Implémenter une politique d'encouragement de la mobilité douce.	<p><b>Opportunités</b> : la mobilité durable contribue à un meilleur bilan carbone et répond à une demande croissante des collaborateurs.</p>	<p>a. Prise en charge de 50 % du titre de transport.</p> <p>b. Prise en charge de forfait Mobilité Durable</p>	<b>Application du Forfait Mobilités Durables (FMD)*</b>
<b>E2. Sobriété énergétique, maîtrise des ressources et réduction des déchets</b>	Encourager et systématiser l'utilisation responsable de l'énergie.	<p><b>Opportunités</b> : l'utilisation responsable de l'énergie contribue à un meilleur bilan carbone et répond à une demande croissante des collaborateurs.</p>	<p>a. Mesurer et suivre notre consommation d'énergie.</p> <p>b. Rationaliser l'utilisation en établissant des objectifs en fonction des résultats.</p> <p>c. Suivre les plans de sobriété énergétique</p>	<p>Quantité totale d'électricité utilisée</p> <p>Quantité totale de gaz chauffage utilisé</p>
	Encourager l'utilisation responsable du papier	<p><b>Risque</b> : Le papier compte parmi les activités les plus émettrices en carbone du Groupe. Des politiques d'utilisation inadéquates pourraient limiter la capacité de DÉKUPLE à attirer les clients et les consommateurs.</p>	<p>a. Favoriser l'utilisation de papier recyclé pour les activités internes de l'entreprise.</p> <p>b. Favoriser la dématérialisation et minimiser l'impression de documents internes.</p> <p>c. Favoriser l'impression de mailings en papier certifiés FSC ou PEFC.</p>	<p>Taux de papier recyclé utilisé à l'interne</p> <p>Quantité totale de papier consommé dans le cadre des campagnes marketing</p> <p><b>Proportion de mailings imprimés sur du papier à fibres issus de forêts gérées durablement et fibres recyclées*</b></p>
	Réduire la production totale de déchets.	<p><b>Opportunité</b> : En réduisant les déchets à chaque étape du cycle de vie de ses emballages et en explorant des mécanismes de recyclage, DÉKUPLE peut préserver les ressources naturelles et réduire les coûts.</p>	<p>a. Encourager le recyclage des déchets (papier, carton, canettes).</p> <p>b. Favoriser les emballages fabriqués avec des matières</p>	<p>Quantité de déchets recyclés</p> <p>Quantité totale de papier sur site</p>

			recyclables (livraisons).	
	Réduire l'utilisation et les impacts des matières polluantes.	<p><b>Risque :</b> L'utilisation de matières polluantes dans les activités du Groupe opérées notamment en partenariat, pourrait affecter l'intégrité de la marque partenaire ou de son image auprès des consommateurs et aurait un impact négatif sur les opérations du Groupe.</p> <p><b>Opportunité :</b> En mettant en œuvre des mesures de réduction des impacts polluant, DÉKUPLE pourrait contribuer à préserver les ressources naturelles.</p>	<p>a. Favoriser l'utilisation de matériaux d'impression non toxiques/polluants. b. Recycler les déchets D3E.</p>	<p><b>Quantité d'encres d'impression toxiques remplacées par alternatives éco*</b> Quantité de déchets D3E traités en externe</p>
<b>E3. Sensibilisation de nos parties prenantes dont nos collaborateurs aux enjeux environnementaux.</b>	Créer et implémenter un programme de sensibilisation des collaborateurs	<p><b>Opportunités :</b> Le développement de programmes de sensibilisation permet de répondre à une demande croissante des collaborateurs, tout en renforçant leur fierté d'appartenance au Groupe.</p>	<p>a. Onboarding et sensibilisation sur la plateforme de e-learning b. organiser des activités/ateliers de sensibilisation au changement climatique c. Encourager l'utilisation de calculatrices personnelles de l'empreinte carbone/écologique des collaborateurs</p>	<p><b>Nombre d'ateliers et activités proposés*</b></p>
<b>E4. Contribution à la protection / récupération des ressources naturelles et de la biodiversité</b>	Soutenir des initiatives/organisations travaillant pour la protection de la nature.	<p><b>Opportunités :</b> Les actions en faveur de la protection des ressources naturelles permettent d'affirmer les engagements du Groupe auprès de ses parties prenantes et de fédérer ses équipes autour de projets responsables en cohérence avec les valeurs du Groupe.</p>	Soutenir des initiatives de récupération des ressources de la biodiversité (reforestation), ainsi que pour la protection des espaces naturels.	<p><b>Liste d'initiatives/organisations soutenues*</b> Surface protégée</p>

### 3. Enjeux de la Gouvernance

ODD



Global Compact Principe 10

Parties prenantes Toutes les parties prenantes

Enjeux	Objectifs	Risques / opportunités	Pratiques	Indicateurs et ICP
<b>G1. Dialogue avec des parties prenantes internes et externes</b>	Engager les collaborateurs dans la démarche RSE	<b>Opportunité</b> : l'objectif de DÉKUPLE est de sensibiliser les collaborateurs aux enjeux RSE du Groupe et de développer leur fierté d'appartenance.	Communication à l'ensemble des collaborateurs sur les actions RSE du Groupe	<b>Sensibilisation des collaborateurs</b> * Nombre de communications (newsletters) traitant le sujet RSE
	Identifier les priorités des parties prenantes en ce qui concerne notre démarche RSE	<b>Risque</b> : La mise en œuvre d'une stratégie qui ne correspond pas aux enjeux et priorités des parties prenantes pourrait porter atteinte à la réputation du Groupe et nuire à son attractivité.	a. Implémentation d'un plan annuel de consultation des parties prenantes et cartographie de risques. b. Intégrer les résultats des consultations dans les politiques de l'entreprise.	Nombre de parties prenantes consultées
<b>G2. Devoir de vigilance et maîtrise des fournisseurs</b>	Veiller à la conformité de nos fournisseurs avec les référentiels internationaux	<b>Risque</b> : DÉKUPLE peut être légalement impliqué avec des fournisseurs dont les pratiques ne respectent pas : les droits humains (travail des enfants, travail forcé/servile, santé et sécurité des personnes, etc.) ; les normes environnementales (émissions de CO2, émissions toxiques, etc.) ; ou la conformité et les réglementations commerciales (corruption, fraude, etc.). Cela pourrait porter atteinte à la réputation et engager la responsabilité légale du Groupe.	a. évaluation la performance de nos fournisseurs en ce qui concerne les traités et conventions internationales de droits de l'homme et du travail via une Politique Achats Responsables et un questionnaire RSE  b. intégration de la performance RSE comme critère pour la sélection des fournisseurs.	Nombre de fournisseurs consultés
<b>G3. Garantie de sécurité, de protection et de confidentialité des données.</b>	Protéger les données à caractère personnel.	<b>Risque</b> : Au vu de la transformation digitale de ses activités et du nombre croissant de réglementations, DÉKUPLE peut être confronté à des problèmes de conformité liés à la réglementation sur la protection des données (Règlement général sur la protection des données notamment) et ne pas réussir à protéger des données à caractère personnel. Cela pourrait porter atteinte à sa réputation, engager sa responsabilité et entraîner des pertes financières.	Prendre des actions qui conduisent au renforcement de la sécurité des données personnelles.	<b>Nombre d'incidents de sécurité ayant conduit à une perte de disponibilité*</b>
<b>G4. Renforcement de notre éthique et transparence</b>	Lutter contre la corruption et les pratiques anticoncurrentielles.	<b>Risque</b> : DÉKUPLE pourrait enfreindre les lois anticorruption et d'autres réglementations similaires dans le cadre de ses activités. Ces problèmes de conformité pourraient porter atteinte à sa réputation et entraîner des sanctions financières.	a. Mettre en place d'un code de conduite et d'une procédure d'alerte. b. Implémenter un programme de sensibilisation des collaborateurs en ce qui concerne l'éthique et les procédures d'alerte.	<b>Ratio de collaborateurs ayant lu et signé le code de conduite*</b>

**PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE**

**G5. Certification et labellisation**

Évaluer et améliorer notre performance RSE à travers certifications et labels.

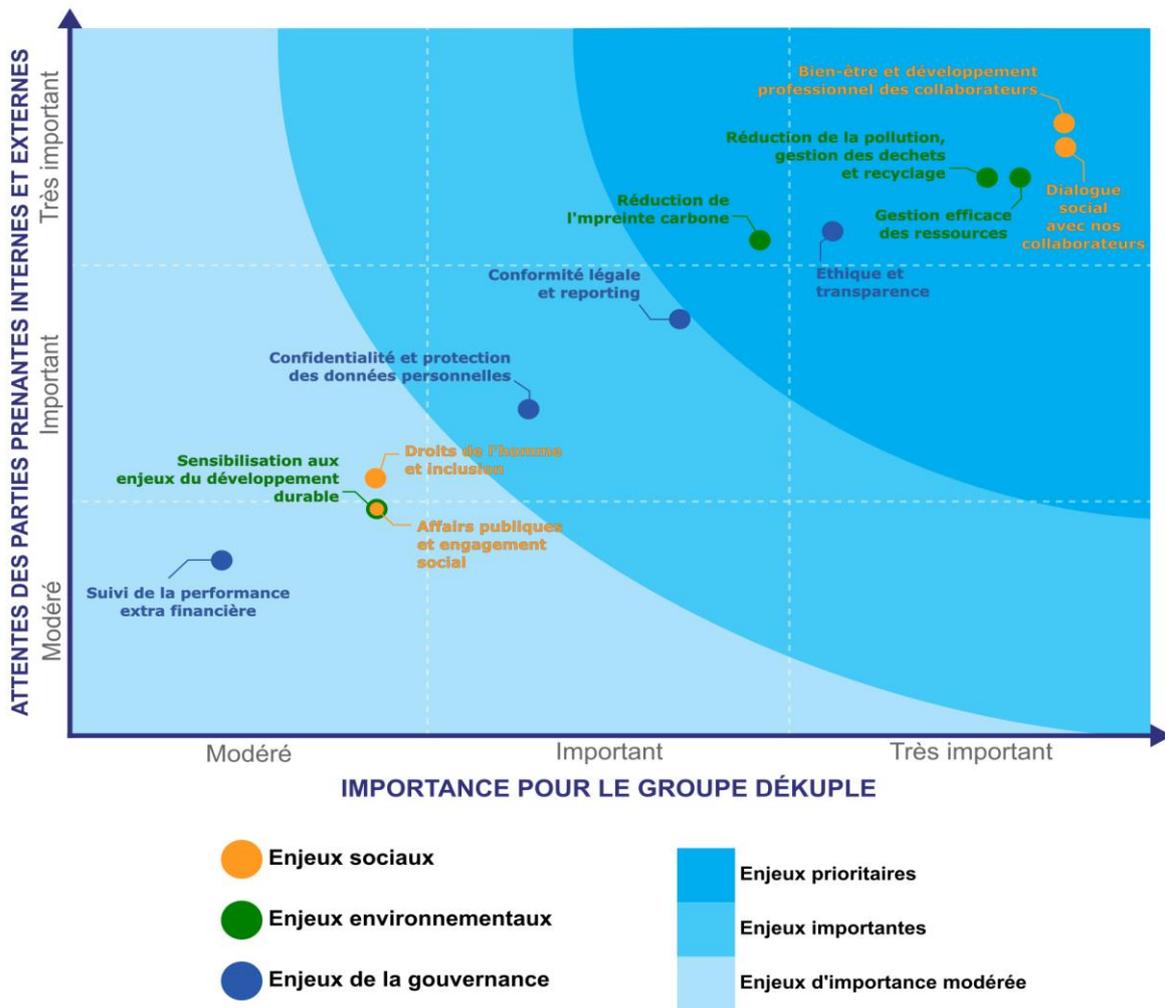
**Opportunités** : Le développement des certifications de performances sociales doit permettre de valider les engagements du Groupe et leur communication auprès des clients et partenaires, tout en renforçant la fierté d'appartenance des collaborateurs.

a. Benchmarker en continu les certifications/labels sociaux pertinents.  
b. Assurer la continuation des standards sociaux acquis.

**Nombre de certifications/labels RSE\***

**2.2.2. Matérialité des enjeux RSE**

Sur la base du questionnaire RSE exploité à fin 2023 auprès de certaines parties prenantes internes, le Groupe a classé ses enjeux extra-financiers en fonction du niveau de priorisation des parties prenantes et leurs attentes face aux enjeux RSE du Groupe.



L'exploitation élargie du questionnaire RSE, notamment auprès des parties prenantes externes, permettra d'affiner en 2024 cette analyse de matérialité.

## 2.3. DESCRIPTION DES PRINCIPALES POLITIQUES

### 2.3.1. Politiques sociales

#### 1. Égalité, inclusion, diversité au travail.

##### 1.1. Situation des effectifs au 31 décembre 2023

Au 31 décembre 2023, le nombre total de salariés inscrits à l'effectif du Groupe était de 1001 collaborateurs, CDI, CDD, alternants et stagiaires. Cet effectif inclut les équipes de la société Le Nouveau Bélier (22) qui a rejoint le Groupe au troisième trimestre 2023, ainsi que celles de Dékuple Marketing Engineering China (-14).

Ces deux sociétés n'ont pas été intégrées au périmètre d'analyse de la Déclaration de Performance Extra-financière (DPEF), ainsi l'effectif du périmètre étudié est de 968 collaborateurs inscrits à fin décembre 2023.

Les contrats à durée indéterminée (CDI) représentaient 92 % des effectifs, stable par rapport à l'année précédente. Le Groupe privilégie les CDI, témoignant ainsi sa volonté de garantir à ses collaborateurs une situation stable. À noter que sur 71 contrats à durée déterminée (CDD), 61 sont des jeunes recrutés dans le cadre de la politique de soutien à l'alternance.

##### Répartition des effectifs par âge et ancienneté

À fin décembre 2023, 385 collaborateurs ont moins de 30 ans, soit 40 % de l'effectif, alors que 166 ont plus de 45 ans (17 %), dont 52 plus de 55 ans.

L'âge moyen des effectifs CDI au 31 décembre 2023 est de 35,7 ans pour l'ensemble des CDI du Groupe, stable par rapport à 2022 (35,8 ans). Cet âge moyen est en cohérence avec la part importante des effectifs représentés par des profils digitaux généralement plus jeunes. Dans le prolongement, l'ancienneté moyenne est en diminution passant de 5,7 à 5,3 ans.

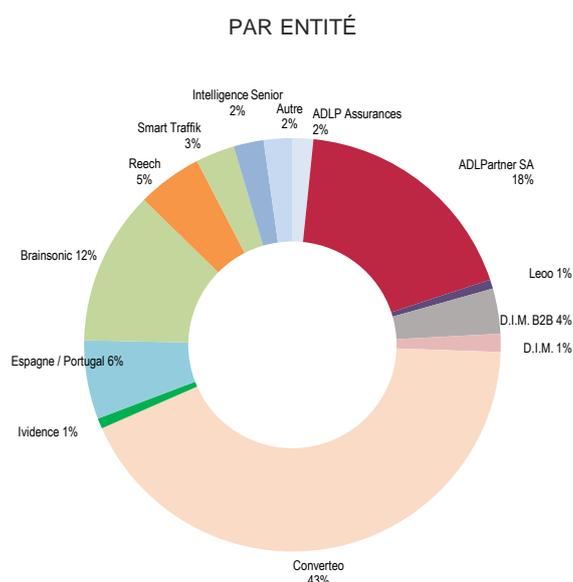
##### Évolution des effectifs CDI

DÉKUPLE connaît depuis plusieurs années une évolution très forte de ses recrutements. En 2023, en dépit du contexte de tension forte sur les ressources dans le secteur du digital et de la data, le Groupe a maintenu un fort niveau de recrutement avec 233 arrivées CDI. Les recrutements de CDI ont permis de remplacer certains départs et d'accompagner le développement du Pôle Conseil & Technologie à travers le cabinet de conseil en stratégie digitale & data Convertéo.

##### Marque employeur

Le recrutement reste un enjeu majeur du Groupe. Ces recrutements se placent pour certains profils dans un contexte de pénurie des candidats ; aussi, il est crucial de faire connaître DÉKUPLE, ses ambitions de croissance et de recrutements auprès des jeunes diplômés d'écoles correspondant aux métiers du Groupe et des salariés disposant de 3 à 10 ans d'expérience susceptibles d'être intéressés à le rejoindre. Le Groupe doit développer, grâce à ses spécificités, son attractivité pour inciter ces cibles à postuler et à préférer DÉKUPLE face à ses concurrents sectoriels.

Le Groupe soutient sa communication dans ses Relations Écoles, ses participations aux Salons, son partenariat avec My Job Glasses, ses communiqués de presse, sa présence sur les réseaux sociaux (notamment LinkedIn), la cooptation au sein du Groupe, l'expérience collaborateur - « films une minute avec... » -, son site Internet, sa plateforme WelcomeToTheJungle, ... (cf. infra).



## PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2023	Définition	2023	2022	Périmètre 2022
<b>Nouveaux recrutements totaux en CDI*</b>	Salariés	Groupe hors LNB & Chine & Chine	Nombre de salariés recrutés en CDI dans le Groupe entre le 01/01 et le 31/12. Cela correspond au nombre de CDI arrivés de l'extérieur du Groupe. 1er jour de la période d'essai comprise entre le 01/01 et le 31/12	233	258	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine
Nombre de alternants recrutés	Alternants	Groupe hors LNB & Chine	Nombre de alternants recrutés dans le Groupe entre le 01/01 et le 31/12. Cela correspond au nombre de alternants, arrivés entre le 01/01 et le 31/12	57	43	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine
Nombre de stagiaires recrutés	Stagiaires	Groupe hors LNB & Chine	Nombre de stagiaires recrutés dans le Groupe entre le 01/01 et le 31/12. Cela correspond au nombre de stagiaires de plus de 2 mois arrivés entre le 01/01 et le 31/12	38	43	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine
Pourcentage de salariés de moins de 30 ans en poste	%	Groupe hors LNB & Chine	Nombre de jeunes < 30 ans inscrits dans le groupe au 31/12 (CDD et alternants inclus).	40%	39%	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine
Pourcentage de salariés de plus de 55 ans en poste	%	Groupe hors LNB & Chine	Nombre de collaborateurs plus de 55 ans inscrits dans le groupe au 31/12 (CDD et alternants inclus).	5%	6%	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine
Ancienneté moyenne des collaborateurs	Années	Groupe hors LNB & Chine	Moyenne de l'ancienneté de l'ensemble des collaborateurs inscrits en CDI au 31/12	5,3	5,7	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine

### 1.2. Rémunération et motivation

Pour attirer les talents, le Groupe cultive le partage des richesses en menant une politique de rémunération attractive. Chaque filiale gère localement sa politique tout en respectant un socle de règles communes. Il s'agit notamment de développer une culture de la performance et de proposer une rémunération compétitive, en s'appuyant sur des données de référence et impliquant des structures de rémunération simples, compréhensibles et motivantes.

#### Intéressement et participation

Cette culture de la performance est encouragée grâce à des politiques favorables d'intéressement et de participation au sein des sociétés ADLPartner SA et Converteo, mais également depuis 2021 au sein des sociétés ADLP Assurances, Ividence et Dékuple Ingénierie Marketing, et depuis 2022 au sein de Leoo et ADLP Télésurveillance.

La création d'une UES Dékuple regroupant 6 sociétés du Groupe : ADLPartner SA, ADLP Assurances, ADLP Télésurveillance, Leoo, Ividence et Dékuple Ingénierie Marketing a permis que toutes ces sociétés soient également couvertes par des accords de participation.

En 2023, au titre de l'exercice 2022, le Groupe a versé un montant de réserve spéciale de participation de 1.491 K€ concernant 220 salariés de la société ADLPartner SA., mais également 1.661 K€ d'intéressement et de supplément d'intéressement concernant 269 salariés d'ADLPartner SA, ADLP Assurances, Ividence et Dékuple Ingénierie Marketing et 455 K€ concernant 395 salariés de Converteo.

Enfin, le total des charges de personnel s'est élevé en 2023 à 79.010 K€.

#### Plan d'épargne entreprise

Les salariés des sociétés ADLPartner SA, ADLP Assurances, Ividence, Dékuple Ingénierie Marketing et Converteo peuvent adhérer à des plans d'épargne d'entreprise. Ces plans qui associent les salariés à la constitution d'un portefeuille de valeurs

mobilières, bénéficiant d'avantages sociaux et fiscaux dans la limite fixée par les articles L. 3315-2 et L. 3315-3 du Code du Travail.

Le PEE des sociétés ADLPartner SA, ADLP Assurances, Ividence et Dékuple Ingénierie Marketing peut être alimenté par chaque salarié par des versements, à la demande du bénéficiaire, de tout ou partie de sa prime d'intéressement, ou des sommes qui lui sont attribuées au titre de la participation aux résultats de l'entreprise. Ces sommes ne peuvent excéder le quart de la rémunération annuelle brute et ne sont pas abondées par les sociétés.

Chez ADLPartner SA, ADLP Assurances, Ividence et Dékuple Ingénierie Marketing, le PEE intègre des fonds solidaires depuis 2009. Les fonds dits « solidaires » sont investis dans des associations ou entreprises ayant pour objectif d'augmenter le bien-être social. Il a été étendu en 2022 aux salariés d'ADLP Télésurveillance et de Leoo.

Chez Converteo, un Plan d'Épargne Entreprise (PEE) et un Plan d'Épargne Retraite Collectif (PERCOL) sont mis à la disposition des collaborateurs. Ces dispositifs d'épargne permettent aux salariés de placer leur prime de participation, de faire des versements volontaires ou encore de transformer des jours de congés non utilisés en épargne retraite grâce au PERCOL. Les versements ne sont pas abondés par Converteo, sauf pour les jours de congés placés sur le PERCOL.

### 1.3. Notre engagement pour la diversité

Signataire de la charte de la diversité depuis 2019, DÉKUPLE met tout en œuvre afin de développer un management respectueux des différences et fondé sur la confiance dans le but de renforcer la reconnaissance auprès de toutes les parties prenantes internes et externes.

Nos engagements vis-à-vis de celle-ci sont de trois sortes :

- La promotion de l'application du principe de non-discrimination ;
- La favorisation de la représentation de la diversité de la société française ;
- La communication sur notre engagement, nous sensibilisons tous nos collaborateurs ainsi que nombreux de nos clients, partenaires et fournisseurs au respect et au déploiement de ces différents principes.

DÉKUPLE a adopté en 2023 pour les sociétés de l'UES une charte de recrutement et promotion, qui s'inscrit dans le cadre de son engagement à promouvoir l'égalité des chances, valoriser la diversité, et lutter contre toute forme de discrimination dans le recrutement et la promotion des talents.

Ainsi, 17 nationalités sont représentées chez Converteo et 8 chez ADLPartner SA.

#### Insertion des personnes en situation de handicap

Dans le cadre de la charte de la diversité, le Groupe DÉKUPLE s'engage en faveur de l'insertion professionnelle et de l'emploi des personnes handicapées.

Ainsi, en novembre 2023, la semaine Européenne pour l'emploi des personnes en situation de handicap a été l'occasion de sensibiliser l'ensemble des équipes au travers d'articles dans la newsletter. De plus, cette même semaine, la communication a été renforcée auprès des collaborateurs des sociétés de l'UES via des affiches, un quiz, un module de formation sur la plateforme de formations en ligne 360.

Par ailleurs, le Groupe fait appel à des prestataires externes ayant recours à des personnes en situation de handicap. Par exemple, la société ADLPartner SA fait appel à la société CEDRE, une Entreprise Adaptée qui collecte et recycle des déchets d'entreprises, et à l'ESAT Le Marsoulan pour l'entretien des espaces verts ; la société Converteo fait appel à des prestations d'entretien de locaux, d'espaces verts ou de livraison de fournitures.

### 1.4. Égalité Femmes / hommes

DÉKUPLE intègre la mixité professionnelle à la culture du Groupe, conscient de l'importance et de la richesse que représente la mixité professionnelle, de même que de la nécessité de garantir une égalité des chances et de traitement des salariés à situation comparable.

Les femmes représentent 47% du total de l'effectif au 31 décembre 2023, en léger retrait par rapport à l'année précédente. Elles sont fortement présentes dans toutes les catégories professionnelles du Groupe.

En 2023, un accord relatif à l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes a été signé pour trois ans, pour les 6 sociétés de l'UES. Il fait suite aux différents plans d'actions établis depuis 2012, Cet accord permet de réaffirmer la volonté des sociétés de l'UES de garantir l'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes et de promouvoir la qualité de vie au travail au travers de trois domaines d'actions :

## PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

- La formation professionnelle,
- L'articulation entre l'activité professionnelle et l'exercice de la responsabilité familiale,
- La rémunération effective.

L'UES a obtenu une note de 78/100 à l'index 2023 publié en 2024 sur l'égalité professionnelle Femmes/Hommes, l'évolution défavorable par rapport à l'an dernier, est liée à l'intégration dans ce périmètre d'activité de solutions technologiques intégrant une très forte proportion d'hommes.

Converteo affiche un index de 86 en 2024 au titre de 2023, et Brainsonic affiche le même index de 86 en 2024 au titre de 2023 .

Chez Converteo, un plan d'action d'égalité Femmes / Hommes est en place depuis 2019 et des actions sont menées en faveur de l'égalité des chances dans le recrutement et dans la progression de carrière.

Depuis 2023, Converteo met à disposition 8 berceaux en crèche pour ses salariés jeunes parents (partenaire : Les Parents Zen).

Les autres filiales du Groupe ne sont pas tenues légalement par le plan d'égalité professionnelle entre les hommes et les femmes compte tenu de leur taille.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2023	Définition	2023	2022	Périmètre 2022
% de femmes en CDI *	%	Groupe hors LNB & Chine	Nombre total de femmes inscrites en CDI le 31/12 ----- Nombre total CDI inscrits le 31/12	47%	48%	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine

### 1.5. Favoriser la mobilité des salariés

Du fait de sa croissance externe, le Groupe a de plus en plus d'entités spécialisées dans le digital. Aussi, afin que chacun puisse avoir accès à l'ensemble des opportunités en interne et s'orienter vers de nouveaux métiers, le Groupe a centralisé sur sa page Welcome To The Jungle " GROUPE DÉKUPLE " le plus grand nombre de ses offres d'emploi pour les postes ouverts dans le Groupe. Ces offres permettent de préserver l'emploi au sein du Groupe, de développer l'employabilité et de renforcer l'expérience collaborateur pour nos salariés.

Le Groupe a pour ambition de multiplier ces passerelles métiers et ces mobilités à l'avenir, notamment entre ses différentes entités. Ainsi le Groupe communique régulièrement sur ces ouvertures via les newsletters.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2023	Définition	2023	2022	Périmètre 2022
Mobilité de service et/ou de poste	Collaborateurs	Groupe hors LNB & Chine	Nombre de collaborateurs ayant changé de postes, et/ou de service et/ou de société entre le 01/01 et le 31/12. (hors CDD, alternants)	81	110	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine

### 1.6. Cooptation

Une politique de cooptation a été mise en œuvre dans un premier temps chez Converteo, puis en 2021 à l'échelle du Groupe.

Les collaborateurs du Groupe sont encouragés à recommander des candidats de leur réseau pour des postes ouverts en interne, un barème de primes est communiqué à l'ensemble des collaborateurs du Groupe en fonction des postes concernés. Une communication régulière via les newsletters le rappelle à l'ensemble des collaborateurs.

## 2. Respect des droits du travail et du dialogue social, équilibre vie privée/travail

### 2.1. Promouvoir le respect des droits du travail et le dialogue social

#### Communication avec le personnel

Le Groupe et ses filiales s'efforcent de créer un lien social et de développer le dialogue avec ses salariés. Il est convaincu de l'importance d'un environnement professionnel qui se caractérise par des conditions de travail optimales. Le Groupe a ainsi mis en place des outils de communication interne pour multiplier les échanges et favoriser l'accès à l'information : webinars, intranet, réseaux sociaux, réunions du personnel, séminaires, newsletters...

#### Instances représentatives

Les sociétés Converteo, Dékuple Ingénierie Marketing B2B, Reech, et Brainsonic disposent chacune d'un Comité Social et Économique (CSE) réélu tous les 4 ans. Par ailleurs, en 2022, la Direction du Groupe a souhaité faire reconnaître pour 6 sociétés du Groupe une UES. Ainsi, depuis juin 2022, le nouveau CSE élu représente les collaborateurs des sociétés ADLPartner SA, ADLP Assurances, ADLP Télésurveillance, Dékuple Ingénierie Marketing, Leoo et Ividence.

Ces CSE se réunissent et sont consultés, lorsque nécessaire, dans le cadre légal prévu. Chaque réunion du CSE fait l'objet d'un procès-verbal diffusé auprès du personnel.

Les CSE de l'UES Dékuple, Brainsonic et de Converteo sont également investis dans la gestion des Œuvres Sociales au sein de leur société.

En 2023, plusieurs accords ont été signés concernant notamment les rémunérations, la PPV (Prime de Partage de la Valeur), ainsi que l'Égalité professionnelle entre les femmes et les hommes et le bien-être au travail.

#### Droits de l'Homme

Le Groupe est principalement implanté dans les pays de l'Union Européenne ayant ratifié les conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail, et qui disposent tous d'une législation protectrice en matière sociale, dans tous les domaines couverts par ces conventions. L'ensemble des filiales du Groupe s'engage à respecter ces conventions et la direction des ressources humaines de chaque filiale s'assure de la réalisation des dispositions fondamentales du droit du travail.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2023	Définition	2023	2022	Périmètre 2022
<b>Nombre de réunions avec les IRP *</b>	Réunions	Groupe hors LNB & Chine	Nombre de réunions s'étant tenues entre le 01/12 et le 31/12	75	46	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine
Évaluation d'épanouissement des collaborateurs	Note d'épanouissement	UES Dékuple	Note moyenne sur 10 de l'épanouissement enregistrée sur l'ensemble des enquêtes Poplee dans le groupe entre le 01/01 et le 31/12	7,2 / 10	7,88 / 10	UES Dékuple
Évaluation qualité de vie au travail	Note d'évaluation	Converteo	Note sur 5 obtenue HappyIndex@AtWork	4,66 / 5	4,68/5	Converteo
Évaluation qualité de vie au travail	Note d'évaluation	Brainsonic	Moyenne Glassdoor	9,4/10		

## 2.2. Contribuer à la bonne santé et au bien-être au travail.

### Épanouissement des collaborateurs

Considérant l'épanouissement des collaborateurs comme un véritable levier de croissance et de performance, DÉKUPLE souhaite s'assurer que les aspects de la bonne santé et du bien-être de ses salariés soient pris en compte dans les engagements de l'entreprise.

Dans cette perspective, le Groupe a pour objectif prioritaire de maintenir le bien-être de ses équipes.

La communication est un axe important. Elle nourrit un environnement de confiance et de transparence, favorisant ainsi le bien-être au sein de l'entreprise. Elle permet un partage des objectifs, de la stratégie et de la vision de l'organisation. La communication interne est très soutenue avec des newsletters hebdomadaires, des vidéos, le partage de workshops, des webinaires ou des jeux concours.

Par ailleurs, une ligne d'écoute psychologique est proposée aux collaborateurs 24h/24 7j/7.

## PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2023	Définition	2023	2022	Périmètre 2022
<b>Nombre moyen de jours d'absence maladie par collaborateur *</b>	Jours/collaborateur	Groupe hors LNB & Chine	<p>Somme du nombre de jours d'absence maladie et accidents du travail enregistrés pendant l'année</p> <p>-----</p> <p>Nombre moyen de salariés inscrits fin de mois entre le 01/01 et le 31/12</p> <p>- En jours calendaires, y inclus les accidents de trajet.</p> <p>- Seuls ces 2 types d'absence sont comptabilisées.</p> <p>- CDI, CDD, alternants (ne s'applique pas aux stagiaires)</p>	7	7	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine

### Pratique d'activités physiques et sportives

Le Groupe encourage la promotion d'activités physiques et sportives au sein de ses entreprises. En 2023, ses collaborateurs ont pu participer aux couleurs du Groupe aux 20 km de Paris, au semi-marathon de Vincennes, et à la Montreuilloise.

### Nos chartes et accords de télétravail

Développé dans l'urgence de la crise sanitaire, le télétravail a transformé les attentes professionnelles des candidats et de nos équipes. Le Groupe l'a adopté pour 94 % de ses collaborateurs.

Sur ses sites de Montreuil, de Chantilly et de Toucy, ce sont deux jours télétravaillés par semaine, pour les collaborateurs en temps complets. Pour ses autres activités, le télétravail très flexible est adapté aux activités des équipes et peut varier d'un jour de télétravail à du 100% télétravail avec des rendez-vous en présentiel pour maintenir le lien entre l'entreprise et les salariés en valorisant l'esprit d'équipe.

La possibilité de télétravailler sur les différents sites du Groupe "j'irai télétravailler chez vous" est proposée aux collaborateurs depuis octobre 2023, multipliant ainsi les occasions de rencontres au sein du Groupe.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2023	Définition	2023	2022	Périmètre 2022
% de collaborateurs ayant accès au télétravail	%	Groupe hors LNB & Chine	<p>Nombre moyen de collaborateurs ayant accès au télétravail</p> <p>-----</p> <p>Nombre total de collaborateurs en CDI inscrits au 31/12</p>	95%	93%	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine

### Renforcer la qualité de vie au travail

DÉKUPLE inscrit sa démarche de qualité de vie au travail (QVT) dans la durée, qui est une priorité d'action de sa politique sociale. Pour chacun des collaborateurs, le travail chez DÉKUPLE doit être un vecteur de développement professionnel et personnel. Depuis 2020, DÉKUPLE a mis en place pour plusieurs de ses filiales un baromètre social d'entreprise externalisé et anonyme : « Poplee », ex-«Bloom at Work».

Les enquêtes d'engagement collaborateurs agissent comme un baromètre QVT, elles aident à établir le diagnostic QVT et à trouver rapidement des solutions faciles à mettre en œuvre pour améliorer le bien-être au travail des équipes.

Les bénéfices d'une enquête QVT régulière sont évidents. D'abord, les collaborateurs se sentent plus écoutés : ils donnent leur avis de manière anonyme, et cela les valorise et leur donne la reconnaissance et l'écoute dont ils ont besoin. Ensuite, c'est un moyen efficace de prendre le pouls de nos équipes pour travailler à l'amélioration de l'expérience collaborateur sur une base concrète.

L'enquête QVT mesure le bien-être des collaborateurs à travers le temps via différentes thématiques :

- les sujets aspirationnels : fierté d'appartenance, sens, alignement & créativité ;
- les thématiques de développement : reconnaissance et valorisation, formation et développement ;
- les problématiques sociales : relation avec le manager, feedback & esprit d'équipe ;
- les besoins primaires : l'ambiance générale, les espaces et les conditions de travail.

Au dernier trimestre 2023, les taux moyens de participation à l'enquête QVT ont été de 55 % et les taux moyens d'épanouissement de 7,2 sur 10 pour le périmètre couvrant les sociétés ADLPartner SA, ADLP Assurances, Leoo, Dékuple Ingénierie Marketing, Ividence et Groupe Grand Mercredi.

La société Converteo bénéficie, quant à elle, de son propre outil d'enquête, HR Talk, et d'une note moyenne "bien-être" de 4.1/5 sur l'année. En 2023, Converteo a obtenu une note de 4,66 / 5 au classement HappyIndex@AtWork et s'est placée à la 4<sup>ème</sup> place du classement général.

### 3. Développement professionnel de nos collaborateurs

#### 3.1. Objectif : former 3/4 des salariés chaque année

Le Groupe DÉKUPLE se fixe un objectif de former au moins 3/4 de ses salariés chaque année afin de renforcer leur employabilité et leurs champs d'expertise dans le cadre de leur métier. Les plans de formation sont articulés autour de deux axes :

- Les orientations stratégiques de formation dont découlent des projets de formation globaux (outils, management, méthodes de travail, accompagnement à une évolution des métiers vers plus de digital...);
- Les demandes individuelles de formation en lien direct avec le métier ou le projet d'évolution professionnelle du salarié.

De plus, les prises de poste dans le cadre des évolutions internes s'accompagnent de formations internes et/ou externes.

#### 3.2. Près de 9600 heures de formation en 2023

Au global, en 2023, les dépenses totales de formation, hors temps de travail, se sont élevées à 983,6 K€ soit 2 % de la masse salariale brute.

Sur le périmètre de la DPEF, 9 587 heures de formation ont été suivies durant l'exercice par 855 salariés ce qui représente une moyenne de 11 heures par salarié en formation. 87 % des collaborateurs ont bénéficié d'au moins une action de formation en 2023. Ces formations ont été dispensées par des organismes externes choisis pour leur professionnalisme et leur capacité à répondre aux métiers et aux besoins des sociétés.

Ces formations visent à l'employabilité, au développement des compétences aussi bien de savoir-faire, que de savoir-être. Les principaux thèmes de formation couvrent différents aspects professionnels et humains, allant de la maîtrise des outils numériques et informatiques au développement des techniques commerciales et marketing, en passant par les techniques de management ou de développement personnel.

Plus généralement, les sociétés du Groupe entretiennent des relations régulières avec les écoles et universités, notamment par le biais de conventions de stages ou de contrats en alternance. L'accueil de jeunes en formation professionnelle est particulièrement apprécié en permettant l'intégration et le développement de nouveaux talents. À fin décembre 2023, le Groupe comptait 66 jeunes – 61 contrats d'apprentissage ou de professionnalisation et 5 stagiaires - qui ont été intégrés notamment dans les activités digitales et à la Direction des Systèmes d'Information.

#### 3.3. FOCUS : Formation à l'Intelligence Artificielle

En janvier 2023, le Groupe a partagé avec l'ensemble de ses collaborateurs via la newsletter une master class sur l'impact de l'Intelligence Artificielle (IA). Rapidement ensuite, un plan global de formation a été implémenté pour l'ensemble des équipes du Groupe. Celui-ci s'appuie en grande partie sur les experts du Groupe, de Brainsonic et de Converteo dans un premier temps. Ce plan de formation est coconstruit autour des points suivants:

- un IA evangelist, en coordination de la sensibilisation et de la communication des formations. Il aide l'ensemble des Pôles Commerciaux / Entités / Services à s'approprier les usages de l'IA.
- des IA champions dans chaque équipe, référents et relais de ce programme.

## PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

- des Newsletters régulières afin de suivre les dernières actualités sur l'IA, et de partager les best practices.
- des chaînes sur la plateforme de communication collaborative Slack permettent aux collaborateurs d'échanger par thématique (texte, code ...).
- des webinars.
- des workshops qui donnent lieu à des développements de projets dans les différents métiers avec l'étude de Use Case.
- la mise à disposition de vidéos sur l'outil de formation interne ou sur YouTube (+ 82 heures sont visionnées en 2023).

Ce plan transverse de formation et de transformation permet à chacun de s'approprier l'IA et de monter en compétences.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2023	Définition	2023	2022	Périmètre 2022
% de la masse salariale investie dans la formation	% de la masse salariale investie dans la formation	Groupe hors LNB & Chine	Montant global de formation* (1% et coût des organismes, hors temps de travail)  ----- Masse salariale brute avant intéressement et participation (consolidation comptable sur le Groupe)  * Formations ayant lieu entre le 01/01 et le 31/12	1,9%	2,0%	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine
Heures moyennes par collaborateur formé	Heures moyennes par collaborateur formé	Groupe hors LNB & Chine	Heures totales de formations dispensées à l'ensemble des salariés entre le 01/01 et le 31/12.  - CDI, CDD, alternants (ne s'applique pas aux stagiaires)	11	25	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine
Heures de formations dispensées	Heures de formations dispensées	Groupe hors LNB & Chine	Heures de formations dispensées à l'ensemble des salariés entre le 01/01 et le 31/12	9587	14 192	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine
Nombre de collaborateurs formés	Salariés formés	Groupe hors LNB & Chine	Nombre de salariés formés au moins une fois entre le 01/01 et le 31/12	855	563	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine
<b>Taux de collaborateurs formés *</b>	% effectif total formé	Groupe hors LNB & Chine	Nombre total de salariés formés au moins une fois entre le 01/01 et le 31/12  ----- Nombre moyen de collaborateurs inscrits fin de mois entre le 01/01 et le 31/12  - Un salarié qui bénéficie de plusieurs formations entre le 01/01 et le 31/12 est comptabilisé pour 1.  - CDI, CDD, alternants (ne s'applique pas aux stagiaires)	87%	78%	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine
Nombre de collaborateurs ayant complété un entretien d'évaluation annuel.	% des collaborateurs interviewés	Groupe hors LNB & Chine	Nombre de collaborateurs ayant suivi un entretien d'évaluation au 31/12  ----- Nombre total de collaborateurs inscrits au 31/12  - Entre le 01/01 et le 31/12	91%	71%	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine

## 4. Soutien aux initiatives, associations, organisations sociales.

### 4.1. Parrainage, mécénat et actions citoyennes

Le Groupe développe depuis de nombreuses années des initiatives à l'endroit de nombreuses associations en distribuant une partie de ses revenus sous forme de subsides ou en menant des actions concrètes au profit d'organisations actives dans deux domaines principaux : i/ l'aides aux personnes et ii/ l'environnement. Le Groupe verse également les sommes mises en jeu dans le cadre de ses opérations promotionnelles et non réclamées par leurs bénéficiaires à des œuvres caritatives ou des ONG.

- Le Groupe soutient depuis plusieurs années la Fondation de France, organisme privé et indépendant qui aide à concrétiser des projets à caractère philanthropique, éducatif, scientifique, social ou culturel, et venant en aide aux personnes ainsi qu'aux familles en difficulté avec en 2023, des actions de solidarité après les tremblements de terre en Syrie, Turquie et Maroc.
- Pour faire face à l'urgence des besoins humanitaires en Libye, après les inondations, le Groupe a soutenu en 2023 l'UNICEF dans ses actions sur le terrain pour venir en aide aux enfants et aux familles.
- Le Groupe finance deux « berceaux », dans une crèche inter-entreprises située à proximité du site de Montreuil, offrant ainsi à deux collaborateurs la possibilité de faciliter la gestion des contraintes de leurs horaires de travail avec leur situation de parents de jeunes enfants. Le second berceau proposé est resté libre depuis les épisodes de confinement.
- Le Groupe est sponsor de La Foulée Montreuilloise, première course de Montreuil solidaire et ouverte à tous, organisée par l'association « À Petits Pas pour Lina » en collaboration avec la Mairie de Montreuil.
- Le Groupe a soutenu en 2023 la fondation de Recherche sur l'hypertension artérielle.
- Le Groupe a soutenu en 2023 quatre collaborateurs engagés dans une course OXFAM en faveur de la lutte contre la pauvreté.
- Le Groupe est engagé aux côtés du skipper William Mathelin-Moreaux. Ce partenariat sportif exprime les valeurs communes qui animent le Groupe autour de l'esprit de conquête, le respect et l'entraide. Ce partenariat prend différentes formes au-delà du nom du bateau : accompagnement du skipper dans son programme de courses, mobilisation des collaborateurs autour d'actions liées au sponsoring ou d'actions RSE liées à la mer.

William a permis un rapprochement avec la fondation Perce-Neige, fondation d'aide aux handicapés. Ainsi en 2023, le Groupe a organisé un don abondé afin de financer une « Tovertafel » (La Tovertafel projette sur une table, ou au sol, des jeux développés à des fins thérapeutiques pour des personnes ayant des besoins spécifiques).

- Pour la troisième année, le partenariat avec My Job Glasses a permis de valoriser les métiers de l'entreprise, offrir du mentoring de professionnels du Groupe auprès de jeunes pour les accompagner dans leur orientation professionnelle. Le Groupe et ses filiales sont présents grâce à des mentors volontaires qui font connaître la diversité des métiers du Groupe et leur réalité terrain, tout en présentant les activités du Groupe ou en prodiguant des conseils sur le CV, la méthodologie d'entretien et les méthodes de recherches de stages et d'alternance.

En trois ans:

- Pas moins de **90 Ambassadeurs** ont participé au programme.
- Plus de **2720 conversations** enregistrées entre nos ambassadeurs et les demandeurs sur la plateforme.
- **1382 rendez-vous** réalisés par nos ambassadeurs.
- Plus de **33 K de vues** sur les profils de nos ambassadeurs.
- **82%** des personnes rencontrées se projettent dans notre secteur d'activité.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2023	Définition	2023	2022	Périmètre 2022
<b>Montant versé aux initiatives / associations*</b>	€/an	Groupe hors LNB & Chine	Total des sommes versées en dons donnant lieu à un reçu fiscal entre le 01/01 et le 31/12.	78 698	78 500	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine
Montant versé au titre de la taxe d'apprentissage	€/an	Groupe hors LNB & Chine	Montant global de la taxe d'apprentissage Groupe versé pendant l'année.	318 560	230 187	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine

## 2.3.2. Politiques environnementales

DÉKUPLE est engagé depuis toujours dans une démarche environnementale, agissant directement sur la consommation et la production en responsabilité. L'utilisation des ressources est évidente du fait de son métier. C'est pourquoi DÉKUPLE a toujours mesuré, réduit, amélioré, innové pour trouver l'équilibre entre performance économique et performance environnementale.

### 1. Réduction de l'impact carbone de nos activités

#### 1.1. Réalisation d'un Bilan Carbone

Le Groupe DÉKUPLE a lancé en 2022, avec l'aide de la société EKODEV, un premier Bilan Carbone<sup>®</sup> de l'ensemble de ses activités.

Le Bilan Carbone a été réalisé avec le tableur Bilan Carbone<sup>®</sup> de l'ADEME. Le rapport du Bilan Carbone<sup>®</sup> a été réalisé selon le guide méthodologique « Méthode pour la réalisation des bilans d'émissions de gaz à effet de serre intégrant les modifications à la réglementation » publié par le Ministère de l'Écologie, du Développement Durable, des Transports et du Logement. Les émissions prises en compte dans le Bilan Carbone<sup>®</sup> sont celles liées à l'activité interne de l'organisation, mais aussi celles émises en amont et en aval. Les émissions sont réparties en Scope 1, 2 et 3, c'est-à-dire des émissions directes aux émissions indirectes de l'entreprise.

Les enjeux de cette mesure sont :

- Identifier et hiérarchiser les sources d'émissions majeures du Groupe ;
- Définir des objectifs de réduction ;
- Définir un plan d'action de réduction de ses émissions ;
- Disposer d'une année de référence afin de suivre l'évolution des émissions ,
- Vérifier l'efficacité des plans d'actions en calculant les réductions d'émissions liées à aux plans de réduction
- Innover, réfléchir, motiver et mobiliser au travers d'ateliers de réduction de Bilan Carbone.

Le Bilan Carbone<sup>®</sup>, opéré en 2022 sur les données de l'année 2021, permet au Groupe d'orienter ses actions avec pour objectif de réduire son empreinte carbone par K€ de chiffre d'affaires ou de marge brute, par nouvel abonné ou par collaborateur en Équivalent Temps Plein.

Le Groupe entend ainsi prendre en compte la diversité et l'évolution de ses activités. Dans cette perspective, pour plus d'efficacité, d'implication des équipes, quatre groupes de travail dits "Atelier Carbone" ont été créés afin de travailler au plus proche des collaborateurs experts des métiers.

- 1) Atelier Carbone 1 - Fonctionnement : cet atelier regroupe toutes les fonctions support des entités concernées par le Bilan Carbone (DSI, Services Généraux, Ressources Humaines, Achats).
- 2) Atelier Carbone 2 - Communication Digitale : cet atelier regroupe les métiers les plus proches de l'IT et du numérique (Mails, Sites internet, Marketing Digital, IT).
- 3) Atelier Carbone 3 - Abonnement : cet atelier regroupe l'ensemble des métiers autour du marketing de fidélisation.
- 4) Atelier Carbone 4 - Code for Gifts : cet atelier vise à mettre en œuvre les plans d'actions de réduction chez ADLPartner Hispania.

Ces ateliers visent à :

- Mettre en place des plans d'actions de réduction carbone
- Suivre les plans d'actions et soutenir les métiers dans leur transition
- Être proche des métiers pour rester concrets et opérationnels.

Chaque atelier est organisé 4 fois par an, soit une fois par trimestre.

Le prochain Bilan Carbone<sup>®</sup> est prévu début 2025 sur les données de 2024.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2023	Définition	2023	2022	Périmètre 2022
Nombre d'ateliers annuels de réduction du Bilan Carbone	unité	Groupe hors LNB & Chine & Chine	Nombre d'ateliers de réduction du Bilan Carbone qui se sont tenus entre le 01/01 et le 31/12	12	Oui	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine

#### Exploitation depuis 2021 d'un calculateur carbone

Pour valoriser et renforcer ses engagements environnementaux auprès de ses clients, ADLPartner SA s'est engagée dans un plan de progrès et de réduction de l'impact de ses émissions de carbone. Ce plan s'est traduit en 2021 par la mise en place d'un outil de calcul des émissions de CO<sub>2</sub> dans la fabrication de ses mailings papier avec l'assistance d'ECOGRAF.

L'analyse du cycle de vie d'un mailing passe par des procédures d'achats responsables, la valorisation de l'éco-conception interne et la gestion de fin de vie du mailing, son recyclage. Avec l'outil de calcul, la société va plus loin dans la maîtrise de ses émissions carbone, en identifiant les principales sources d'émission, en priorisant les actions à mener par la société et en maîtrisant mieux ses achats.

Avec le calculateur développé, ADLPartner SA a identifié des pistes d'optimisation, avec notamment la généralisation de :

- l'utilisation de papier recyclé et de l'utilisation de surface d'encre moins grandes (noir en lieu et place de la quadri) sur ses enveloppes retours Partenariat ;
- l'utilisation de cristal végétal sur les fenêtres des enveloppes porteuses (anciennement plastique).

Mais aussi, avec :

- l'importance des choix papiers (provenance et choix énergétique de production) ;
- la poursuite des efforts engagés dans l'éco-conception de ses documents.

## 1.2. Implémenter une politique d'encouragement de la mobilité douce

Le forfait mobilité durable est une prise en charge forfaitaire, totale ou partielle, par l'employeur des frais de trajet des salariés qui se rendent au travail par des moyens de transport considérés comme écologiques : le vélo, le covoiturage, etc. Ce forfait vise à dédommager les salariés concernés pour les frais générés par les trajets domicile-travail et peut être cumulé avec le remboursement de l'abonnement de transport par l'employeur.

Le forfait mobilité durable est appliqué chez Converteo depuis plusieurs années. Depuis 2023, Reech et les 6 sociétés de l'UES Dékuple le proposent également à leurs collaborateurs.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2023	Définition	2023	2022	Périmètre 2022
<b>Application du Forfait Mobilités Durables (FMD)*</b>	%	Groupe hors LNB & Chine & Chine	% de collaborateurs CDI concernés par le FMD	74%	48%	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine

## 2. Sobriété énergétique, maîtrise des ressources et réduction des déchets

### 2.1. Mise en œuvre de plans de sobriété énergétique

L'envolée des prix de l'énergie et l'urgence à réduire la consommation énergétique ont conduit l'UES Dékuple, mais également les sociétés Reech, Converteo et Dékuple Ingénierie Marketing B2B, à mettre en œuvre un plan de sobriété énergétique depuis octobre 2022.

L'UES Dékuple vise notamment une diminution de ses consommations d'au moins 10% en 2024. Un plan d'actions est en cours sur les 3 sites de Montreuil, Chantilly et Toucy. Ce plan d'actions évolutif, concerté en interne et avec les élus locaux, est suivi par un responsable sur chaque site.

Voici une liste non exhaustive des mesures de sobriété énergétique :

- Réduction de la consigne de température sur les sites de Montreuil et de Chantilly (hiver 19°C et été 26°C),
- Optimisation de l'occupation des espaces à Montreuil,

## PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

- Des bonnes pratiques, telles que la sensibilisation des collaborateurs sur l'utilisation de l'énergie, l'évitement de la mise en veille des appareils électroniques, l'installation de thermomètres, l'extinction de la climatisation en fin de journée etc.

En moyenne, par rapport à 2022, la consommation électrique des bâtiments de Montreuil et Chantilly a diminué de 12,6% en 2023.

### 2.2. Encourager et systématiser l'utilisation responsable de l'énergie.

Des indicateurs sont opérationnels sur chacun des sites de la société ADLPartner SA ; ils permettent de cibler les postes sur lesquels une réduction des consommations d'énergie peut être opérée. Dans le cadre de l'application du « Décret Tertiaire » pour réduire la consommation énergétique dans les bâtiments de 1.000 m<sup>2</sup> à usage tertiaire, la société a retenu 2010 pour année de référence. Selon les objectifs de consommation énergétique fixés par décennie, il est prévu une réduction de 40% en 2030, 50% en 2040 et 60% en 2050.

Comme les années précédentes, les dépenses d'énergie restent structurellement limitées au regard de l'activité de service de la société. La facturation totale d'électricité pour les sites de Montreuil et de Chantilly en 2023 s'élève à 417 383 KWH, en baisse de 12,6 % par rapport à l'année précédente (458 826 KWH).

En 2023, sur la base de ses consommations de gaz et d'électricité, ADLPartner SA a rejeté dans l'atmosphère 124,86 tonnes équivalent CO<sub>2</sub> (calculées sur la base de facteurs de conversion de 0,0545 kg CO<sub>2</sub>eq/kWh pour l'électricité et de 0,251637 kg CO<sub>2</sub>eq/kWh pour le gaz, source Base Carbone ADEME). En 2023, la société a rejeté 154 tonnes équivalent CO<sub>2</sub> soit une diminution de 18,9% de nos émissions CO<sub>2</sub> par rapport à 2022.

ADLPartner SA avait réalisé en décembre 2019 un audit énergétique suivant les exigences de la norme NF EN 16 247-1 et couvrant les sites de Montreuil et de Chantilly. Cet audit a permis d'établir un bilan de la situation énergétique de l'entreprise et confirmé la pertinence des actions engagées. Elle a également contribué à préconiser des pistes d'optimisation énergétique et définir les actions à mettre en œuvre. Un prochain audit est prévu au 1<sup>er</sup> trimestre 2024.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2023	Définition	2023	2022	Périmètre 2022
Quantité totale d'électricité utilisée	kWh/an	Sites de Montreuil, Chantilly	Mesure de la consommation totale d'électricité. Comparatif avec les années précédentes.	417383	458826	Sites de Montreuil, Chantilly
Quantité totale de gaz chauffage utilisé	kWh/an	Sites de Chantilly	Mesure de la consommation totale de gaz chauffage. Comparatif avec les années précédentes.	405782	431407	Sites de Chantilly

### 2.3. Encourager l'utilisation responsable du papier

ADLPartner SA peut recourir, pour le compte de ses clients et partenaires, au papier pour la fabrication des supports marketing. Toutefois, la digitalisation croissante de ses activités, axe stratégique de développement, contribue à réduire la consommation de papier depuis plusieurs années.

100 % des achats de papiers destinés à un usage interne sont certifiés FSC ou PEFC. . En 2023, ADLPartner SA a consommé 38 kg de papier FSC ou PEFC dans le cadre de son activité courante (133 kg en 2022). Dans le cadre des campagnes marketing, 100% des mailings sont imprimés sur du papier certifié issu de forêts gérés durablement (FSC ou PEFC) et de fibres recyclées en 2023. L'ensemble représente une consommation de papier égale à 771 tonnes en 2023 contre 1164 en 2022, soit une diminution de 34% du volume.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2023	Définition	2023	2022	Périmètre 2022
Taux de papier recyclé utilisé à l'interne	% du total utilisé	Sites de Montreuil, Chantilly	Proportion de papier recyclé consommé à l'interne du Groupe (hors les activités de Fidélisation).	100%	100%	Sites de Montreuil, Chantilly
Quantité totale de papier consommé dans le cadre des campagnes marketing	Tonnes/an	Activités de fidélisation	Nombre cumulé de tonnes de papier consommées dans le cadre des campagnes mailings. Les activités de fidélisation sont les activités couvertes par la norme iso 14001, il	771	1164	Activités de fidélisation

			s'agit de l'activité historique du Groupe, qui correspond au partenariat Abonnement Presse.			
<b>Proportion de mailings imprimés sur du papier à fibres issues de forêts gérées durablement et fibres recyclées*</b>	% des mails imprimés	Activités de fidélisation	Les activités de fidélisation sont les activités couvertes par la norme iso 14001, il s'agit de l'activité historique du Groupe, qui correspond au partenariat Abonnement Presse.	100%	98%	Activités de fidélisation

Le mailing papier restant un canal influent dans la communication client, la société cherche en permanence à limiter l'impact environnemental. Cet engagement se traduit par :

- une approche éco-responsable dans la création des messages (Éco-conception) par l'adaptation des formats, des grammages, pagination et la prise en compte des perturbateurs de recyclage (encre, colle, vernis UV, plastique...) et une analyse encore plus précise de la data.
- la prise en compte du cycle de vie des mailings, leur recyclage et l'importance de limiter les perturbateurs de recyclage et de favoriser une économie circulaire. L'entreprise adhère dans le cadre de la responsabilité élargie des producteurs à Citéo, éco-organisme agréé par l'État.
- une veille technique et réglementaire .

En 2023, un plan de prévention et d'éco-conception a été élaboré par les équipes Fabrication selon les préconisations de l'éco-organisme Citéo.

#### 2.4. Réduire la production totale de déchets.

Les déchets générés par l'activité d'ADLPartner SA sont de deux natures : déchets de bureaux et ceux liés à la fin de vie des supports de communication. La certification ISO 14001 sur les activités de fidélisation contribue à pérenniser leur traitement et leur recyclage.

Le tri et la collecte des déchets sont en place sur les sites de Montreuil et de Chantilly. Des containers identifiés sont mis à disposition (papiers, plastiques, autres...) et un responsable est chargé de la gestion des déchets au sein de la société. Une attention est portée à leur traçabilité avec des prestataires spécialisés agréés. Nous restons par ailleurs toujours attentifs à leur réduction.

Cette démarche s'accompagne de la recherche de filières de traitement valorisant le recyclage :

- Un contrat confié à la société CEDRE permet d'assurer la collecte, le tri et le recyclage des rejets de papier produits par les deux sites français (38 kg en 2023 contre 133 kg en 2022). Depuis 2019, ce contrat couvre également la collecte et le recyclage des bouteilles (89,5 kg contre 81 kg en 2022) et des gobelets en carton (186 kg en 2023 contre 123 kg en 2022).
- La société améliore ses modalités de gestion de la collecte et du traitement des déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE). Au total, sur les sites de Montreuil et de Chantilly, 1842 kg de DEEE ont été pris en charge en 2023, contre 1006 kg en 2022. Cette hausse s'explique par le remplacement de l'ensemble des luminaires à néons énergivores par des panneaux LED moins consommateurs. Ce plan de travaux s'intègre dans le plan de sobriété énergétique. Les DEEE à Montreuil ont été traités par Cèdre.
- Dans ce même esprit, la société a confié en 2023 à des filières spécialisées 82,95 kg de cartouches/toners contre 99 kg en 2022.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2023	Définition	2023	2022	Périmètre 2022
Quantité de déchets recyclés	Kg/an	Sites de Montreuil et Chantilly	Poids global de déchets recyclés, hors papier en kg	2289,85	1316	Sites de Montreuil et Chantilly
Quantité totale de papier sur site	Kg/an	Sites de Montreuil et Chantilly	Poids global de papier retraités en kg	38	133	Sites de Montreuil et Chantilly
<b>Quantité d'encres d'impression toxiques remplacées par alternatives éco*</b>	% Tonnes encres	Activités de fidélisation	Encres et colles écologiques substituant les matières toxiques.	100%	100%	Activités de fidélisation

## PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Quantité de déchets D3E traités en externe	Kg de déchets D3E	Sites de Montreuil et Chantilly	Poids global de déchets D3E recyclés sur les sites de Montreuil et de Chantilly en kg	1842	1006	Sites de Montreuil et Chantilly
--	-------------------	---------------------------------	---	------	------	---------------------------------

### 3. Sensibilisation de nos parties prenantes dont nos collaborateurs aux enjeux environnementaux.

#### 3.1. Sensibilisation des collaborateurs, partage des pratiques et responsabilisation

Le Groupe communique régulièrement à l'ensemble de ses collaborateurs, via sa newsletter interne, le lien vers le calculateur de l'ADEME (agence de la transition écologique), mis à disposition du public, pour déterminer la quantité de CO<sub>2</sub> émise par chacun à l'année à partir des grandes catégories de la vie quotidienne (alimentation, transport, logement, services publics, numérique...).

Une vaste campagne de communication sur différents canaux (newsletters, mailing, affichage, webinars, plateforme RSE) sur les enjeux de la RSE chez DÉKUPLE a été lancée en 2023.

Cette campagne vise à sensibiliser les collaborateurs sur la transition socio-écologique et le réchauffement climatique. Voici quelques actions menées :

- 1) Bilan Carbone personnel (lancé en octobre 2023)

Le Groupe a incité les collaborateurs à calculer leur propre bilan carbone afin de se rendre compte de leur propre impact. Il vise à sensibiliser et à amener la réflexion de la sobriété dans sa consommation.

- 2) Les Fresques du Climat (lancé chez Converteo en 2022 et élargi à partir de septembre 2023)

Fort de collaborateurs formés à l'animation de la Fresque du Climat, le Groupe a pu élargir le périmètre des Fresques du Climat régulières. La Fresque du Climat est un atelier collaboratif, créé par Cédric Rigenbach en 2018 dans le but de comprendre le fonctionnement, l'ampleur et la complexité des enjeux liés au dérèglement climatique. La Fresque du Climat est fondée sur des faits scientifiques, validés et surveillés par un groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat.

Au total en 2023, 41 collaborateurs de Montreuil et Chantilly dont les membres de la Direction Groupe ont été sensibilisés à la Fresque du Climat et deux animateurs supplémentaires ont été formés à l'animation de la Fresque du Climat.

- 3) La plateforme RSE Vendredi

En décembre 2023, le Groupe a rejoint Converteo sur Vendredi, une plateforme collaborative qui permet de :

- s'informer et comprendre la politique RSE actuelle du Groupe. Elle permet au collaborateur de donner son avis et de proposer des idées d'actions RSE.
- sensibiliser et informer. Le collaborateur peut accéder à du contenu (webinar, document, présentation, infographie) expliquant les différentes thématiques autour de la RSE. Des temps forts sont organisés trois fois par an sur la plateforme.
- agir pour des associations et faire agir. Le collaborateur peut, sur temps personnel, faire des missions, du mécénat de compétences ou donner son temps à des associations reconnues.

Au total en 2023, 768 collaborateurs ont été invités sur Vendredi. 376 collaborateurs se sont inscrits sur la plateforme, soit 49 %.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2023	Définition	2023	2022	Périmètre 2022
<b>Nombre d'ateliers et activités proposés*</b>	Ateliers/an	Groupe hors LNB	Nombre d'activités de formation/sensibilisation environnementale des collaborateurs réalisées du 01/09 au 31/12, y compris les activités présentiels et d'e-learning	8	1	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine

### Actions de lutte contre le gaspillage alimentaire

Le Groupe s'efforce de limiter le gaspillage alimentaire dans la mesure de ses moyens. Pour ADLPartner SA, le restaurant inter-entreprises du site de Montreuil est géré par le Groupe ELIOR Restauration. Cette société de restauration collective est engagée dans une cuisine responsable autour de son programme Positive Foodprint Plan.

Le site de Chantilly a opté pour une solution de « frigo connecté » via la société Foodles, engagée dans une démarche anti-gaspillage et dans la réduction de l'impact carbone.

Pour les autres filiales du Groupe, l'enjeu de lutte contre le gaspillage alimentaire n'est pas identifié comme étant matériel du fait de l'absence de restaurant d'entreprise proposant des repas.

### 3.2. Accompagner et conseiller nos clients dans leur consommation responsable et la réduction de leur empreinte carbone

Cette action fait partie intégrante du plan d'actions de réduction du Bilan Carbone de DÉKUPLE et est prise en charge dans l'atelier Communication Digitale. Des pistes sont étudiées pour mieux accompagner le client dans la réduction de son empreinte carbone.

## 4. Contribution à la protection / récupération des ressources naturelles et de la biodiversité

Le Groupe est partenaire de l'ONF (Office National des Forêts) depuis plus de 12 ans. Il soutient l'action globale de l'ONF pour répondre aux enjeux de la forêt de demain par des actions définies annuellement. En 2023, le mécénat financier de DÉKUPLE a permis de financer la restauration du Ru du Berne dans la Forêt Domaniale de Compiègne. 1,35 hectares de forêt ont été plantés dans la forêt de Sénart à la suite d'un incendie. Enfin, l'ONF a pu accueillir 4 classes scolaires dans la forêt de Sénart avec la mallette "En quête des secrets de la forêt".

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2023	Définition	2023	2022	Périmètre 2022
<b>Liste d'initiatives/organisations soutenues*</b>	Initiatives/organisations soutenues par an	Groupe hors LNB	Liste de organisations ou initiatives environnementales soutenues au cours de l'année. Comptabilisées une fois par organisation/initiative entre le 01/01 et le 31/12.	1	1	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine
Surface protégée	ha/an	Groupe hors LNB	Surface d'espaces naturels protégés. Cela est difficile à mesurer. Cependant, il est peut-être possible de demander cette information à la ONF, même s'il s'agit d'un chiffre approximatif. Dans le contexte actuel des incendies forestier, cet indicateur peut avoir de très bons impacts.	5,8	3	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine

## 5. Focus sur la norme ISO 14001 pour les activités de fidélisation

Les informations présentées ci-après couvrent le seul périmètre des activités de la société ADLPartner SA et ne tiennent pas compte des activités des autres filiales du Groupe.

Depuis plus de 10 ans, DÉKUPLE a mis en place une stratégie RSE rigoureuse, au cœur de l'innovation au service de ses clients et des clients de ses clients.

Avec l'obtention sans discontinuité pour ses activités de fidélisation de la certification ISO 14001 depuis 2009, le Groupe a démontré son engagement sur la durée et sa capacité à prendre en compte une meilleure préservation de l'environnement dans l'ensemble de ses processus.

La politique environnementale de la société ADLPartner SA se structure depuis 2009 à travers un système de management environnemental (SME) répondant aux exigences de la norme ISO 14001. Sa démarche repose sur une implication forte de

## PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

tous les intervenants, relayée par un système documentaire facilement accessible aux collaborateurs via un drive commun et régulièrement mis à jour pour une bonne vision des textes réglementaires applicables sur chacun des sites.

Un audit de suivi annuel est réalisé par Bureau Veritas Certification qui certifie l'ensemble du SME mis en place sur les sites de Chantilly et de Montreuil pour nos activités de fidélisation.

Les actions suivantes permettent d'améliorer de façon continue l'empreinte environnementale des activités de fidélisation, notamment grâce à :

- La qualité du management : engagement visible de la direction, implication de toutes les équipes et identification des enjeux, risques, opportunités et parties intéressées ;
- L'efficacité du suivi : évaluation des prestataires par critère afin de valider leurs bonnes pratiques environnementales, rigueur dans la surveillance périodique, bonne traçabilité des rapports et des preuves de mise en conformité ;
- La maîtrise opérationnelle : gestion informatisée des déchets, utilisation de cartouches d'encre éco-labellisée, recours systématique à des papiers issus des filières PEFC ou FSC pour les mailings postaux.

Historiquement depuis plus de 10 ans, aucun écart majeur empêchant la certification n'a été émis au cours de ces audits.

### 2.3.3. Gouvernance responsable

#### 1.1. Dialogue avec des parties prenantes internes et externes

DÉKUPLE s'engage à embarquer toutes ses équipes et ses parties prenantes dans sa démarche RSE en tenant des réunions régulières des différents Comités RSE et en multipliant les communications traitant de la RSE notamment via les newsletters.

Pour engager davantage ses collaborateurs, le Groupe a mis en place en 2023 un partenariat avec la plateforme Vendredi qui centralise et reflète l'engagement des entreprises. Après Convertteo, l'ensemble des collaborateurs du Groupe ont rejoint cette plateforme de l'engagement fédérant une communauté de citoyens, d'entreprises et d'associations œuvrant ensemble à la résolution des défis sociaux et environnementaux par le biais d'actions de mécénat.

DÉKUPLE se donne ainsi la capacité de faire connaître à ses collaborateurs en temps réel les actions RSE mises en place par le Groupe et de les inciter à agir en proposant des actions ou en s'engageant auprès d'associations.

Remarque : La donnée de l'indicateur « Sensibilisation des collaborateurs » est reportée sur Décembre 2023.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2023	Description	2023	2022	Périmètre 2022
<b>Sensibilisation des collaborateurs *</b>	Collaborateurs	Groupe hors LNB & Chine & Chine	Moyenne des ratios des collaborateurs inscrits sur la plateforme / collaborateurs invités à s'inscrire sur la plateforme RSE (CDI, CDD) au 31/12	49%	Indicateur non existant en 2022	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine
Nombre de communications (newsletters) traitant le sujet RSE	Communications/an	Groupe hors LNB & Chine & Chine	Nombre total de communications envoyées au cours de l'année à l'ensemble des collaborateurs, et traitant de sujets RSE (Newsletters)	23	21	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine
Nombre de parties prenantes consultées	Parties prenantes/an	Groupe hors LNB & Chine & Chine	Les individus ou organisations consultés à la fin de l'année, organisés par catégorie de partie prenante.	26	13	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine

## 1.2. Devoir de vigilance et maîtrise des fournisseurs

Les sociétés du Groupe font appel à la sous-traitance pour la réalisation de travaux qui ne relèvent pas directement de leur champ de compétence habituel ou pour absorber plus facilement les variations de flux inhérentes à leur activité. Elles sensibilisent de plus en plus leurs partenaires et fournisseurs directs.

Chez ADLPartner SA, pour la fourniture du « matériel » utilisé dans la fabrication des mailings, le Directeur de fabrication tient à jour des fiches d'évaluation ainsi qu'un tableau récapitulatif des fournisseurs référencés qui est approuvé en revue de direction. À partir de critères environnementaux, une évaluation est actée chaque année. Par ailleurs, les services généraux des différents sites s'assurent que les sociétés prestataires, agissant dans l'enceinte de l'entreprise et ayant une action susceptible d'impacter l'environnement, mettent à jour régulièrement leur plan de prévention des risques.

En 2023, la formalisation d'une Politique Achats Responsable soutenue par un questionnaire RSE a été entreprise. Le plan d'actions sera finalisé d'ici 1<sup>er</sup> trimestre 2024.

## 1.3. Garantie de sécurité, de protection et de confidentialité des données.

La protection des données personnelles de ses clients fait l'objet d'une attention toute particulière. Dans le cadre du Règlement européen sur la protection des données personnelles (RGPD), un programme de gestion des données personnelles est en place depuis 2018 et se traduit par l'adoption de procédures opérationnelles spécifiques. Le respect des principes édictés par ces différentes politiques permet de développer des processus stricts et transparents dans la gouvernance, la collecte, le traitement et le stockage des données. Deux Data Protection Officers (DPO) supervisent la stratégie et l'implémentation des initiatives de protection des données au sein de l'organisation. En juillet 2022, le DPO d'ADLPartner SA a été certifié pour la seconde fois par l'APAVE, conformément au référentiel de certification des compétences de la CNIL. Le second DPO a été également certifié en juillet 2022.

Par ailleurs, un RSSI (Responsable de la Sécurité des Systèmes d'Information), nommé en 2021, convoque mensuellement un comité de sécurité informatique dans le cadre duquel tous les sujets intéressant la sécurité des systèmes d'information sont partagés entre la DSI, les DPO et la Direction Financière. À l'issue de chaque Comité de Sécurité Informatique un compte rendu des échanges et des actions à mener est partagé.

En 2023, 5 incidents de sécurité ont entraîné une perte de disponibilité sur les systèmes informatiques du Groupe. Les incidents de sécurité enregistrés ont une criticité faible et n'ont pas eu d'impact significatif sur l'activité. Les éventuelles actions d'améliorations suite aux incidents ont été menées.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2023	Description	2023	2022	Périmètre 2022
<b>Nombre d'incidents de sécurité ayant conduit à une perte de disponibilité*</b>	Incidents/an	Groupe hors LNB & Chine & Chine	Nombre d'incidents de sécurité enregistrés au cours de l'année ayant conduit à une perte de disponibilité. La perte de disponibilité est une des trois catégories d'incidents de sécurité informatique. Elle est définie comme le déni d'accès à une information ou à une fonction de nos systèmes (les deux autres catégories d'incidents de sécurité sont la perte d'intégrité et la perte de confidentialité).	5	1	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine

## 1.4. Renforcement de notre éthique et transparence

### 1.4.1. La lutte contre la corruption

DÉKUPLE respecte les dispositions légales et conventionnelles en matière de lutte contre la corruption. Il a mis en place depuis de nombreuses années des procédures internes de contrôle permettant de limiter le risque de corruption et de fraude.

Le Groupe a ainsi adopté un Code de bonne conduite, soumis aux Comités Sociaux et Économiques en décembre 2021 et janvier 2022, et à nouveau en 2023 pour intégrer les nouveaux décrets de 2022. Ce Code présente les grands principes et les lignes directrices de ses pratiques commerciales et relations internes. Il définit un corpus de règles qui, dans le respect du cadre légal et réglementaire, gouvernent au quotidien toutes les actions individuelles ou collectives conduites au nom du

## PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

Groupe DÉKUPLE. Ce code fournit également des repères utiles aux collaborateurs du Groupe afin qu'ils puissent prendre les décisions et adopter les mesures appropriées dans le cadre de leurs actions professionnelles et qu'ils conduisent leurs activités de la manière la plus intègre et exemplaire possible.

Ce Code de conduite intègre les mesures de la loi SAPIN II relative à « la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique ». Il propose des lignes directrices qui aideront à prendre des décisions en accord avec les valeurs et principes de DÉKUPLE. Il s'adresse à tous les collaborateurs du Groupe, dans les relations qu'ils entretiennent entre eux, ou dans leurs relations avec les parties prenantes de l'entreprise - actionnaires, investisseurs, organismes publics, partenaires, clients et fournisseurs -. Il est annexé aux règlements intérieurs des entreprises du Groupe et a été communiqué à l'ensemble des salariés au travers de la newsletter hebdomadaire ; il est disponible sur un Drive d'informations accessible à chacun, ainsi que sur le site [www.dekuple.com](http://www.dekuple.com).

Par ailleurs, dans le cadre du Programme de Conformité Anti-corruption du Groupe DÉKUPLE, une formation de chaque collaborateur est prévue via un programme d'e-learning ou une présentation interne.

Le code revient notamment sur les principes éthiques et d'exemplarité attendus des collaborateurs :

« Le Groupe DÉKUPLE reconnaît que sa croissance et ses performances reposent notamment sur ses ressources internes, ses collaborateurs. Le Groupe DÉKUPLE met en place un dialogue constructif et un cadre de travail qui veillent à promouvoir le respect de ses collaborateurs et qui exigent de l'ensemble de ses collaborateurs l'exemplarité à l'égard de certains principes de comportement. »

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2023	Description	2023	2022	Périmètre 2022
<b>Ratio de collaborateurs ayant lu et signé le code de conduite*</b>	% des collaborateurs	Groupe hors LNB & Chine & Chine	Taux de collaborateurs CDI signataires du code de conduite. Les collaborateurs sont encouragés à lire et signer le code de conduite du Groupe lors de l'onboarding.	83%	94%	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine

### 1.4.2. La protection et l'écoute des lanceurs d'alerte

Depuis 2018, les sociétés ADLPartner SA, Converteo et ADLP Assurances ont mis en place la procédure de recueil des signalements par les lanceurs d'alerte en vue de lutter contre la corruption et la modernisation de la vie économique (loi SAPIN II), instituant un cadre général pour la protection des lanceurs d'alerte. Cette procédure s'adresse aux personnes physiques qui souhaitent effectuer un signalement pour des faits dont elles ont eu personnellement connaissance. Elle doit permettre de faire remonter des alertes sur les crimes ou délits ou tout acte contraire à l'intérêt général, tout en protégeant le donneur d'alerte et en indiquant la procédure à suivre.

L'article 8 de la loi SAPIN II prévoit que la procédure d'alerte est constituée de trois étapes :

- 1<sup>ère</sup> étape : le signalement de l'alerte auprès du supérieur hiérarchique direct ou indirect, de l'employeur ou d'un référent désigné par ce dernier ;
- 2<sup>ème</sup> étape : le traitement de l'alerte avec accusé de réception du signalement puis organisation d'un entretien avec la personne ayant déclenché l'alerte, et éventuellement la ou les personnes mises en cause ;
- 3<sup>ème</sup> étape : le référent rédige un rapport écrit au Président Directeur Général du Groupe, qui examine et décide des suites à donner.

Cette procédure a été étendue en 2022 à tout le Groupe et mise à jour en 2023 ; la politique a été communiquée à l'ensemble des collaborateurs. Elle est accessible sur un drive commun, mais également sur le site [www.dekuple.com](http://www.dekuple.com).

### 1.4.3. Évasion fiscale

DÉKUPLE s'attache à respecter la réglementation fiscale. En respect avec la législation française, chaque entité juridique répond aux obligations de déclaration et de liquidation de l'impôt et/ou de la taxe qui lui incombent. Le Groupe encourage la transparence et la collaboration de ses entités juridiques et de ses services vis-à-vis de l'administration fiscale en cas de demande de documentation ou de contrôle fiscal.

Les transactions intra-Groupe sont régies par des contrats de service qui sont établis sur des bases de coûts complets selon des standards de marchés. Le Groupe se base sur son modèle d'affaires pour définir une politique qui couvre l'ensemble de

ses transactions intra-Groupe Les taux de rémunération des transactions intra-Groupe font l'objet d'accord entre les responsables des activités, par ailleurs, il n'y pas d'obligation pour une entité d'utiliser les services du Groupe.

### 1.5. Certification et labellisation

Le Groupe évalue et améliore sa performance sociale à travers des certifications et labels, en benchmarkant en continu les certifications/labels sociaux pertinents, en assurant la continuation des standards sociaux acquis.

#### Obtention de 8 labels et certifications en 2023

Le Groupe et ses filiales ont obtenu au cours de l'année les certifications ou labels suivants (y compris le renouvellement et les nouvelles certifications) :

- Dekuple Iberia : évaluation EcoVadis avec l'Or. Depuis sa création en 2007, EcoVadis est devenu le plus grand fournisseur reconnu dévaluations RSE du monde en constituant un réseau international de plus de 100 000 entreprises évaluées. Dékuple Iberia a obtenu également Chârter Teletrabajo et le Certificado Observatorio de Empleo
- Smart Traffik a obtenu la certification RGPD délivrée par l'Afnor, pour sa solution d'attribution marketing, l'AFAQ. Cette certification témoigne de l'engagement de Smart Traffik dans l'amélioration continue de ses processus et services pour garantir la mise en conformité avec la réglementation Européenne en matière de protection des données personnelles.
- Brainsonic est RSE agence Active AACC niveau 1.
- Agence Dékuple Ingénierie Martekring : pour les années 2023 à 2025, label « RSE agences actives » niveau 2. coconçu par l'AACC et AFNOR Certification, le référentiel du label RSE Agences Actives est spécifiquement adapté aux enjeux et métiers des agences-conseils en communication.
- Activités de fidélisation du Groupe : renouvellement en 2022 de la certification ISO 14001.

Indicateurs et ICP	Unité	Périmètre 2023	Description	2023	2022	Périmètre 2022
<b>Nombre de certifications/labels RSE*</b>	Certifications	Groupe hors LNB & Chine & Chine	Nombre de certifications ou labels actives et valides ou obtenues au cours de la période.	8	3	Groupe hors GGM, Brainsonic, SM & Chine

## 2.4. MÉTHODOLOGIE

### 2.4.1. Périmètre de la déclaration de performance extra financière 2023

Le périmètre de la Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF) se base sur le périmètre de consolidation au 31 décembre 2023, présenté en note 2.1.2 des annexes au comptes consolidés du rapport financier annuel 2023. Il regroupe l'ensemble des entités du Groupe, à l'exclusion de la société Le Nouveau Bélier, qui a rejoint le Groupe au 3<sup>ème</sup> trimestre 2023 et Dekuple Marketing Engineering China, pour laquelle le reporting n'est pas suffisamment fin.

Périmètre 2023: ADL Partner SA, ADLP Assurances, Brainsonic, Converteo, Dékuple Ingénierie Marketing (incluant les sous-filiales Dékuple Ingénierie Marketing B2B, Ividence, Leoo et Reech), Groupe Grand Mercredi et Smart-Traffik.

Les données environnementales couvrent les activités du Groupe en France, l'impact environnemental des activités à l'étranger, opérées notamment à travers une filiale en Espagne, est non significatif à l'échelle du Groupe et ne fait donc pas l'objet d'un reporting distinct. La collecte des informations environnementales, leur homologation, leur consolidation, ainsi que leur reporting répondent à un protocole spécifique mis en place depuis plus de 10 ans par la société ADLPartner SA dans le cadre du Système de Management Environnemental (SME). Les données environnementales sont intégrées au système d'information dans le cadre de la certification ISO 14001, qui, depuis 2009, fait chaque année l'objet d'un audit de suivi annuel réalisé par Bureau Veritas Certification.

Les données sociales et sociétales sont rapportées à un périmètre couvrant d'une part les activités de la société ADLPartner SA en France, à savoir les services front office à Montreuil et le centre de traitement à Chantilly. Elles intègrent d'autre part, les activités des filiales ADLP Assurances, Brainsonic, Converteo, Dékuple Ingénierie Marketing (incluant les sous-filiales Dékuple Ingénierie Marketing B2B, Ividence, Leoo et Reech), Groupe Grand Mercredi et Smart-Traffik en France, ainsi que celle d'ADLPartner Hispania en Espagne. Les effectifs comptabilisés dans ce rapport prennent en compte les salariés ayant un contrat de travail CDI ou CDD, ainsi que les étudiants en contrat d'apprentissage, de professionnalisation, ou en stage. Les accidents du travail ne sont pas traités compte tenu de leur caractère non significatif.

### 2.4.2. Limites méthodologiques et thématiques exclues de la DPEF

DÉKUPLE n'estime pas être porteur de risque ou opportunité majeure sur les sujets de lutte contre la précarité alimentaire, du respect du bien-être animal, d'actions visant à promouvoir le lien Nation-armée et à soutenir l'engagement dans les réserves et d'une alimentation responsable, équitable et durable du fait de leur absence de matérialité.

#### Thématiques exclues de la DPEF

- **Engagements en faveur de la lutte contre la précarité alimentaire** : Notre activité n'est pas directement liée à la lutte contre la précarité alimentaire. DÉKUPLE plébiscite néanmoins des actions associatives de lutte contre la précarité alimentaire.
- **Engagements en faveur du bien-être animal** : Notre activité n'est pas directement liée au bien-être animal.
- **Actions visant à promouvoir le lien Nation-armée et à soutenir l'engagement dans les réserves** : Notre activité n'est pas liée à la promotion du lien Nation-armée et à soutenir l'engagement dans les réserves.
- **Informations relatives aux conséquences sur le changement climatique de l'activité et sur la société** : Liste des postes d'émissions directes et indirectes du gaz à effet de serre liées aux activités de transports amont et aval

#### Attendu réglementaire de la loi n°2021-1104 du 22 août 2021 portant sur la lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience - art 138 :

Pour les exercices comptables ouverts à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2022, il est attendu que les entreprises publient « des informations relatives aux conséquences sur le changement climatique de l'activité et sur la société : la liste des postes d'émissions directes et indirectes de gaz à effet de serre liées aux activités de transports amont et aval de l'activité et la présentation d'un plan d'action visant à réduire ces émissions ».

Les émissions relatives au fret représentent 0,9% de nos émissions GES en 2021. Elles ne sont donc pas significatives dans le Bilan Carbone de DÉKUPLE. Cet attendu réglementaire n'est donc pas pris en compte en 2023.

### 2.4.3. Évolution de notre stratégie et du reporting RSE

Compte tenu de la structuration de sa stratégie RSE pour mieux les adapter aux attentes de ses parties prenantes, le Groupe a fait évoluer ses objectifs et indicateurs de suivi par rapport aux années précédentes. Dans notre démarche de préparation de la DPEF pour cette année, nous avons simplifié nos indicateurs tout en maintenant leur pertinence et en établissant des objectifs à terme pour assurer un suivi dans le temps. Cette simplification vise à rendre notre reporting plus clair et accessible

à nos parties prenantes, tout en garantissant une évaluation précise de nos performances environnementales, sociales et de gouvernance. En nous concentrant sur les indicateurs les plus significatifs, nous nous engageons à maintenir une transparence accrue et à démontrer notre progression vers des objectifs mesurables et réalisables dans le domaine du développement durable et de la responsabilité sociétale. L'analyse de ces écarts a été portée dans notre note de procédure.

Les objectifs de la DPEF 2023 sont au format d'objectifs qualitatifs et non chiffrés. Les objectifs chiffrés seront disponibles dans notre futur Rapport de durabilité en 2025.

## 2.5. LA TAXONOMIE EUROPÉENNE

### 2.5.1. Contexte réglementaire

Pour favoriser les investissements durables, le Règlement Taxonomie (règlement UE- 2020/852) établit un système de classification commun à l'Union européenne permettant d'identifier les activités économiques considérées comme durables, par rapport à six objectifs environnementaux :

- (i) L'atténuation du changement climatique (CCM),
- (ii) L'adaptation au changement climatique (CCA),
- (iii) L'utilisation durable et la protection des ressources aquatiques et marines (WTR),
- (iv) La transition vers une économie circulaire (CE),
- (v) La prévention et le contrôle de la pollution (PPC),
- (vi) La protection des écosystèmes sains (BIO).

En tant qu'entreprise soumise à l'obligation de publier une Déclaration annuelle de Performance Extra-Financière (DPEF) conformément à la directive NFRD, DÉKUPLE applique les dispositions des actes délégués publiés par l'UE relatifs à cette taxonomie, à savoir :

- l'acte délégué qui définit les indicateurs clés de performance (« ICP ») à publier : chiffre d'affaires, dépenses d'investissement (« CapEx ») et certaines dépenses d'exploitation (« OpEx ») selon l'article 8 du règlement taxonomie,
- l'acte délégué qui définit les critères d'examen technique des activités de l'entreprise qui contribuent de manière substantielle aux objectifs environnementaux d'atténuation du changement climatique (CCM) et d'adaptation au changement climatique (CCA). Pour 2023, comme pour 2022, les pourcentages d'éligibilité et d'alignement sont ainsi publiés ;
- les actes délégués qui définissent les critères d'examen technique des activités contribuant de manière substantielle aux quatre autres objectifs environnementaux (WTR, CE, PPC, BIO) applicables à compter du 01/01/2023. Pour 2023, seul le pourcentage d'éligibilité est publié.

### 2.5.2. Analyse et durabilité des activités

#### 1.1. Chiffre d'affaires

*Nature du chiffre d'affaires (« CA »), dénominateur*

DÉKUPLE commercialise trois offres principales qui ont généré 199,7 M€ de chiffre d'affaires en 2023 :

##### 1. Marketing digital (60 % du chiffre d'affaires consolidé 2023, 53% en 2022)

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.

##### 2. Magazines (36 % du chiffre d'affaires consolidé 2023, 43% en 2022)

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.

##### 2. Assurances (4 % du chiffre d'affaires consolidé 2023, 5% en 2022)

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.

À travers ces trois offres, le Groupe occupe une place majeure sur le marché de la data et du marketing, en France et en Espagne, en accompagnant un grand nombre de marques paneuropéennes. À l'horizon 2025, le Groupe a pour ambition de devenir un leader du data marketing en Europe.

*Analyse d'éligibilité et d'alignement, numérateur*

Pour le calcul du ratio de durabilité, le groupe a effectué un examen approfondi de ses activités et de leur chiffre d'affaires associé, et a conclu qu'aucune de celles-ci n'était éligible à la taxonomie, car ne contribuant pas de manière substantielle aux objectifs environnementaux précités. Il s'ensuit que le groupe n'a pas examiné les critères d'alignement du CA consécutifs à l'éligibilité et les a affichés comme non applicables (« N/A ») dans les tableaux de CA publiés ci-dessous.

Tableau 1 – Chiffre d'affaires

Synthèse : part de CA durable par rapport au total du CA, année 2023

	Éligibilité par objectif	Alignement par objectif
CCM	0 %	N/A
CCA	0 %	N/A
WTR	0 %	N/A
CE	0 %	N/A
PPC	0 %	N/A
BIO	0 %	N/A

Part du CA issue de services associés à des activités économiques éligibles et alignées sur la taxonomie, année 2023

Activités économiques	Codes	Montant du CA	Proportion du CA	Critère de contribution substantielle							Critères DNSH ("Does No Significant Harm")							Proportion du CA N-1	Garanties minimales	Catégorie (activité habilitée)	Catégorie (activité de transition)				
				Atténuation du changement climatique	Adaptation au changement climatique	Eau	Pollution	Economie circulaire	Biodiversité et écosystèmes	Atténuation du changement climatique	Adaptation au changement climatique	Eau	Pollution	Economie circulaire	Biodiversité et écosystèmes										
<b>A. Activités éligibles à la taxonomie</b>																									
<b>A1 Activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie)</b>																									
Activités durables alignées sur la taxonomie (A1)				0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0%					
dont Activités habilitantes				0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0%						H
dont Activités de Transition				0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0%						T
<b>A2 Activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie (A2))</b>				0%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0%						
<b>B Activités non éligibles à la taxonomie</b>																									
Activités non éligibles à la taxonomie				199 662	100%																				
<b>Total CA</b>				<b>199 662</b>																					

N/A non applicable, activité non éligible

**1.2. Dépenses d'investissement**

*Nature des investissements, dénominateur*

Les dépenses d'investissement (« CapEx ») visées par la taxonomie comprennent les acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles réalisées au cours de l'exercice (3 001 milliers d'euros en 2023 et les droits d'utilisation des biens loués et capitalisés au bilan selon la norme IFRS 16 (2 344 milliers d'euros en 2023 ; voir Note Annexe 2.).

*Analyse d'éligibilité et d'alignement, numérateur*

Pour le calcul du ratio de durabilité, les dépenses d'investissement (« CapEx ») directement liées aux activités génératrices de chiffre d'affaires ont été classées comme non éligibles, le chiffre d'affaires issu de ces activités n'étant pas lui-même éligible.

Les autres dépenses d'investissement ont fait l'objet d'un examen technique, afin d'isoler les dépenses d'investissement considérées comme des activités individuellement éligibles ou alignées (« CapEx individuels ») selon la classification de la

## PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

taxonomie. Les natures d'investissement éligibles à ce titre en 2023 et contribuant à l'objectif d'atténuation du changement climatique (CCM) sont les suivants :

- CCM 7.2 Investissements dans la rénovation de bâtiments existants
- CCM 7.3 Investissements dans des équipements d'efficacité énergétique
- CCM 7.7 Acquisition et propriété d'immeubles

### Tableau 2 – Dépenses d'investissement

Part des dépenses d'investissement liées à des activités économiques éligibles et alignées sur la taxonomie

Activités économiques	Codes	Montant des CapEx	Proportion des CapEx 2023	Critères de contribution substantielle						Critères DNSH ("Does No Significant Harm")						Proportion des CapEx N-1	Catégorie (activité habilitante)	Catégorie (activité de transition)
				Atténuation du changement climatique	Adaptation au changement climatique	Eau	Pollution	Economie circulaire	Biodiversité et écosystèmes	Atténuation du changement climatique	Adaptation au changement climatique	Eau	Pollution	Economie circulaire	Biodiversité et écosystèmes			
		k€	%															
<b>A. Activités éligibles à la taxonomie</b>																		
<b>A1 Activités durables sur le plan environnemental (alignées sur la taxonomie)</b>																		
Investissements dans la rénovation de bâtiments existants	CCM 7.2		0,0%	O	N	N	N	N	N	O	O	O	O	O	O	0%	T	
Investissements dans des équipements d'efficacité énergétique	CCM 7.3	20	0,4%	O	N	N	N	N	N	O	O	O	O	O	O	0%	H	
Acquisition et propriété d'immeubles	CCM 7.7		0,0%	O	N	N	N	N	N	O	O	O	O	O	O	0%		
Flotte (Transport de motos, de voitures particulières et de véhicules utilitaires légers)	CCM 6.5		0,0%	O	N	N	N	N	N	O	O	O	O	O	O	0%	T	
<b>Sous-total des activités durables alignées sur la taxonomie</b>		<b>20</b>	<b>0,4%</b>	<b>0,4%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>						<b>0%</b>			
<i>dont Activités habilitantes</i>			<b>0,4%</b>	<b>0,4%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>						<b>0%</b>	<b>H</b>		
<i>dont Activités de Transition</i>			<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>						<b>0%</b>		<b>T</b>	
<b>A2 Activités éligibles à la taxonomie mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie)</b>																		
Investissements dans la rénovation de bâtiments existants	CCM 7.2		0,0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL							%		
Investissements dans des équipements d'efficacité énergétique	CCM 7.3		0,0%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL							%		
Acquisition et propriété d'immeubles	CCM 7.7	2 133	39,9%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL							64%		
Flotte (Transport de motos, de voitures particulières et de véhicules utilitaires légers)	CCM 6.5	210	3,9%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL							2%		
<b>Sous-total des activités éligibles mais non alignées sur la taxonomie (A2)</b>		<b>2 343</b>	<b>43,8%</b>	<b>43,8%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>							<b>66%</b>		
<b>B Activités non éligibles à la taxonomie</b>																		
Activités non éligibles à la taxonomie		2 982	55,8%															
<b>Total CAPEX</b>		<b>5 345</b>																

N/A non applicable  
N/EL non éligible  
EL éligible  
O oui  
N non

### 1.3. Dépenses d'exploitation

#### Nature des dépenses, dénominateur

Les dépenses opérationnelles (« OpEx ») visées par la taxonomie correspondent aux coûts directs non capitalisables enregistrés en charges, constitués des frais de recherche et développement, des loyers de location à court terme, des coûts de rénovation des bâtiments, des frais de maintenance et de réparation, et de toute autre dépense directe liée à l'entretien courant d'immobilisations corporelles.

Notre évaluation des OpEx correspondant à cette définition conduit à la conclusion que seuls les frais de recherche et développement représentent des charges d'importance significative au regard de l'ensemble des dépenses opérationnelles du groupe. Ces dépenses sont liées à l'investissement technologique que le groupe réalise en permanence au profit de ses outils de marketing digital, afin d'outiller les campagnes marketing et d'analyser les données de ses clients. Elle se sont élevées à 4,9 M€ en 2023.

#### Analyse d'éligibilité et d'alignement, numérateur

Les dépenses de recherche et développement ne sont liées à aucune activité éligible à la taxonomie générant du chiffre d'affaires ou des CapEx et sont donc classées comme dépenses non éligibles dans le tableau ci-dessous.

Les autres dépenses opérationnelles ne sont pas significatives et n'entrent pas dans le modèle d'affaires de DÉKUPLE. Elles sont considérées comme nulles dans le tableau-ci-dessous.

Tableau 3 – Dépenses d'exploitation

Part des dépenses d'exploitation liées à des activités économiques éligibles et alignées sur la taxonomie

Activités économiques	Codes	Montant des OPEX	Proportion des OPEX 2023	Critères de contribution substantielle						Critères DNSH ("Does No Significant Harm")						Proportion des OPEX N-1	Garanties minimales	Catégorie (activité habilitante)	Catégorie (activité de transition)
				Atténuation du changement climatique	Adaptation au changement climatique	Eau	Pollution	Économie circulaire	Biodiversité et écosystèmes	Atténuation du changement climatique	Adaptation au changement climatique	Eau	Pollution	Économie circulaire	Biodiversité et écosystèmes				
<b>A. Activités éligibles à la taxonomie</b>																			
environnemental (alignées sur la taxonomie)																			
Sous-total des activités durables alignées sur la taxonomie (A1)			0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	H	T	
dont Activités habilitantes			0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	H	T	
dont Activités de Transition			0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	H	T	
mais non durables sur le plan environnemental (non alignées sur la taxonomie)																			
Sous-total des activités éligibles mais non alignées sur la taxonomie (A2)			0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	H	T	
<b>B Activités non éligibles à la taxonomie</b>																			
Activités non éligibles à la taxonomie		4 900	100,0%																
<b>Total OPEX</b>		<b>4 900</b>																	

## 2.6. RAPPORT DE L'UN DES COMMISSAIRES AUX COMPTES, DÉSIGNÉ ORGANISME TIERS INDÉPENDANT, SUR LA DÉCLARATION CONSOLIDÉE DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE FIGURANT DANS LE RAPPORT DE GESTION DU GROUPE

### **Société ADLPartner Exercice clos le 31 décembre 2023**

*A l'assemblée générale de la société ADLPartner,*

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre société (ci-après « entité ») désigné organisme tiers indépendant (« tierce partie »), accrédité par le COFRAC (Comité d'Accréditation Français ; Accréditation Cofrac validation/vérification n° 3-1861, portée disponible sur le site [www.cofrac.fr](http://www.cofrac.fr)), nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur les informations de nature historique ou extrapolée de la déclaration de performance extra-financière consolidée, préparées selon les procédures de l'entité (ci-après le « Référentiel »), pour l'exercice clos le 31 décembre 2023 (ci-après respectivement les « Informations » et la « Déclaration »), présentée dans le rapport de gestion du groupe en application des dispositions des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du code de commerce.

#### **Préparation de la déclaration de performance extra-financière**

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lesquels s'appuyer pour évaluer et mesurer les Informations permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, pouvant affecter la comparabilité entre les entités et dans le temps.

Par conséquent, les Informations doivent être lues et comprises en se référant au Référentiel dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration.

#### **Limites inhérentes à la préparation de l'information liée à la Déclaration**

Les Informations peuvent être sujettes à une incertitude inhérente en l'état des connaissances scientifiques et à la qualité des données publiques externes utilisées (*ex : les facteurs d'émission de gaz à effet de serre, les trajectoires climatiques sectorielles, ...*). Certaines informations sont sensibles aux choix méthodologiques, hypothèses et/ou estimations retenues pour leur établissement et présentées dans la Déclaration (*ex : le périmètre de reporting, les extrapolations effectuées sur les consommations d'énergie, les gaz à effet de serre scope 3 reportés...*).

#### **Responsabilité de l'entité**

Il appartient au Conseil d'administration :

- de sélectionner ou d'établir des critères appropriés pour la préparation des Informations ;
- d'établir une Déclaration conforme aux dispositions légales et réglementaires, incluant une présentation du modèle d'affaires, une description des principaux risques extra financiers, une présentation des politiques appliquées au regard de ces risques ainsi que les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance et par ailleurs les informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxonomie verte) ;
- ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'il estime nécessaire à l'établissement des Informations ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

La Déclaration a été établie en appliquant le Référentiel de l'entité tel que mentionné ci-avant.

#### **Responsabilité du commissaire aux comptes désigné organisme tiers indépendant**

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur :

- la conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du code de commerce ;

- la sincérité des informations fournies en application du 3° du I et du II de l'article R. 225-105 du code de commerce, à savoir les résultats des politiques, incluant des indicateurs clés de performance, et les actions, relatifs aux principaux risques, ci-après les « Informations ».

Comme il nous appartient de formuler une conclusion indépendante sur les Informations telles que préparées par la direction, nous ne sommes pas autorisés à être impliqués dans la préparation desdites Informations, car cela pourrait compromettre notre indépendance.

Il ne nous appartient pas de nous prononcer sur :

- le respect par l'entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables (notamment en matière d'informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxonomie verte), de plan de vigilance et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale) ;
- la sincérité des informations prévues par l'article 8 du règlement (UE) 2020/852 (taxonomie verte) ;
- la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

#### **Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable**

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions des articles A. 225-1 et suivants du code de commerce, à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention et conformément au *Programme de vérification DPEF (P01.a)*, tenant lieu de programme de vérification.

#### **Indépendance et contrôle qualité**

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11-3 du code de commerce et le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des textes légaux et réglementaires applicables, des règles déontologiques et de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention.

#### **Nature et étendue des travaux**

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d'anomalies significatives sur les Informations.

Nous estimons que les procédures que nous avons menées en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée.

Nos travaux sont réalisés en respectant un programme de vérification et les exigences spécifiées associées relatives à la vérification.

- nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation et de l'exposé des principaux risques ;
- nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225-102-1 en matière sociale et environnementale, ainsi que de respect des droits de l'homme et de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et une description des principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance afférents aux principaux risques ;
- nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour :
  - apprécier le processus de sélection et de validation des principaux risques ainsi que la cohérence des résultats incluant les indicateurs clés de performance retenus, au regard des principaux risques et politiques présentés, et
  - corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes présentées en Annexe 1. Pour certains risques, nos travaux ont été réalisés au niveau de l'entité consolidante, pour les autres risques, des travaux ont été menés au niveau de l'entité consolidante et dans une sélection d'entités ;

## PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE

- nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16 ;
- nous avons pris connaissance des procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'entité et avons apprécié le processus de collecte visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations ;
- pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants présentés en Annexe 1, nous avons mis en œuvre :
  - des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
  - des tests de détail sur la base de sondages, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés auprès d'une sélection d'entités contributrices, à savoir ADLPartner, Dekuple UES, Converteo et Brainsonic, et couvrent entre 20 et 100% des données consolidées sélectionnées pour ces tests ;
- nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation.

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une mission d'assurance modérée sont moins étendues que celles requises pour une mission d'assurance raisonnable effectuée selon la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

### Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de 2 personnes et se sont déroulés entre octobre 2023 et mars 2024 sur une durée totale d'intervention de 2 semaines.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos spécialistes en matière de développement durable et de responsabilité sociétale. Nous avons mené 11 entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration.

### Conclusion

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la déclaration de performance extra-financière est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

Fait à Paris, le 18 avril 2024

Le Commissaire aux comptes désigné Organisme tiers indépendant

**RSM Paris**

**Martine Leconte**

Directrice département RSE  
Associée

**Annexe 1 : Liste des informations que nous avons considérées comme les plus importantes**

Informations qualitatives et quantitatives (dont indicateurs clés de performance) :

Risques et Enjeux	Indicateurs Quantitatifs	Données qualitatives testées
S1. Egalité, inclusion, diversité au travail	ICP : - Nouveaux recrutements totaux en CDI - Pourcentage de femmes en CDI	- Articles de newsletter visant à sensibiliser l'ensemble des équipes lors de la semaine Européennes pour l'emploi des personnes en situation de handicap
S2. Respect des droits du travail et du dialogue social, équilibre vie privée/travail	ICP : - Nombre de réunions avec les IRP - Nombre moyen de jours d'absence maladie par collaborateur	- Investissements dans la gestion des Œuvres Sociales des CSE de l'UES Dekuple, Brainsonic et Convertéo - Outil d'enquête, HR Talk, de Convertéo
S3. Développement professionnel de nos collaborateurs	ICP : - Taux de collaborateurs formés	- Formations dispensées par des organismes externes choisis pour leur professionnalisme et leur capacité à répondre aux métiers et aux besoins des sociétés
S4. Soutien aux initiatives, associations, organisations sociales	ICP : - Montant versé aux initiatives/associations	- Soutien de l'UNICEF dans ses actions sur le terrain pour faire face à l'urgence des besoins humanitaires en Libye
E1. Réduction de l'impact carbone de nos activités	ICP : - Application du Forfait Mobilité Durable (FMD)	- Création de quatre groupes de travail dits « Ateliers Carbone » ont été créés
E2. Sobriété énergétique, maîtrise des ressources et réduction des déchets	ICP : - Proportion de mailings imprimés sur du papier à fibres issues de forêts gérées durablement et fibres recyclées - Quantité d'encres d'impression toxiques remplacées par des alternatives éco	- Elaboration d'un plan de prévention et d'éco-conception par les équipes Fabrication selon les préconisations de l'éco-organisme Citéo - Amélioration des modalités de gestion de la collecte et du traitement des déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE)
E3. Sensibilisation de nos parties prenantes dont nos collaborateurs aux enjeux environnementaux	ICP : - Nombre d'ateliers et activités proposés	- Mise en place d'une solution de « frigo connecté » via une société engagée dans une démarche anti-gaspillage et dans la réduction de l'impact carbone
E4. Contribution à la protection/récupération des ressources naturelles et de la biodiversité	ICP : - Liste d'initiatives/organisations soutenues	- Financement de la restauration du Ru du Berne dans la Forêt Domaniale de Compiègne via le mécénat financier du groupe
G1. Dialogue avec des parties prenantes internes et externes	ICP : - Sensibilisation des collaborateurs	- Partenariat avec la plateforme Vendredi qui incite les collaborateurs à agir en proposant des actions ou en s'engageant auprès d'associations
G2. Devoir de vigilance et maîtrise des fournisseurs	En cours de réflexion pour 2025	- Mise à jour régulière des plans de prévention des risques des sociétés prestataires agissant dans l'enceinte de l'entreprise
G3. Garantie de sécurité, de protection et de confidentialité des données	ICP : Nombre d'incidents de sécurité ayant conduit à une perte de disponibilité	- Nomination de deux Data Protection Officers (DPO) qui supervisent la stratégie et l'implémentation des initiatives de protection des données au sein de l'organisation
G4. Renforcement de notre éthique et transparence	ICP : - Ratio de collaborateurs ayant lu et signé le code de conduite	- Code de conduite qui fournit des repères utiles aux collaborateurs afin qu'ils puissent prendre les décisions et adopter les mesures appropriées
G5. Certification et labellisation	ICP : - Nombre de certifications/labels RSE	- Réalisation de benchmark des certifications/labels sociaux pertinents



### 3. RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

<b>3.1. PRÉSENTATION DE LA GOUVERNANCE .....</b>	<b>143</b>
<b>3.2. LE CONSEIL D'ADMINISTRATION .....</b>	<b>144</b>
<b>3.3. LISTE DES DIVERS MANDATS ET FONCTIONS EXERCÉS PAR LES MANDATAIRES SOCIAUX EN 2023 .....</b>	<b>149</b>
<b>3.4. RÉMUNÉRATIONS DES MANDATAIRES SOCIAUX D'ADLPARTNER .....</b>	<b>150</b>
<b>3.5. INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES.....</b>	<b>156</b>

## 3.1. PRÉSENTATION DE LA GOUVERNANCE

La société ADLPartner SA est depuis le 11 décembre 2020 une société anonyme à conseil d'administration. Elle était au préalable une société anonyme à directoire et conseil de surveillance.

La société est dirigée par Monsieur Bertrand Laurioz, Président Directeur Général. Les fonctions de Président et Directeur Général ne sont pas dissociées.

Le mandat de Président Directeur Général de Monsieur Bertrand Laurioz, d'une durée égale à celui de son mandat d'administrateur, expirera le jour de l'assemblée générale annuelle ordinaire de la société devant se prononcer en 2026 sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2025.

A titre interne, six directions commerciales sont rattachées à Monsieur Bertrand Laurioz :

- un pôle Service Marketing France
- un pôle Presse
- un pôle Conseil et Technologie
- un pôle Assurance
- un pôle Service Marketing Iberia
- Un pôle Engagement Marketing

ainsi que trois directions centrales

- une direction de la stratégie, du marketing et de la communication ;
- une direction des ressources humaines ;
- une direction générale adjointe en charge des finances, du M&A et des systèmes d'information.

Le cabinet RSM Paris et la société Grant Thornton sont les commissaires aux comptes titulaires de la société.

Le cabinet RSM Paris, a pris ses fonctions en juillet 2015, suite à la démission du cabinet Boissière Expertise Audit (BEA). Son mandat a été renouvelé le 15 juin 2018 pour une période de 6 exercices se terminant à l'issue de l'assemblée générale ordinaire appelée à statuer en 2024 sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2023. Dans sa réunion du 29 mars 2023, le conseil d'administration a proposé, sur recommandation du comité d'audit de la Société, de renouveler le mandat de la société RSM Paris, selon les termes du projet de résolution suivant :

*« L'assemblée générale, statuant aux conditions de quorum et de majorité requises pour les assemblées ordinaires, prenant acte du fait que le mandat de commissaire aux comptes titulaire de la société du cabinet RSM Paris vient à expiration à l'issue de la présente assemblée générale, sur proposition du conseil d'administration en accord avec la comité d'audit de la Société, décide de renouveler son mandat pour une durée de six exercices, soit jusqu'à l'issue de l'assemblée générale ordinaire appelée à statuer en 2030 sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2029, avec mission de certification des comptes et de certification des informations en matière de durabilité. »*

Le conseil d'administration propose en effet, sur recommandation du comité d'audit de la Société, de nommer le cabinet RSM Paris en qualité de commissaire aux comptes en charge de la certification des informations en matière de durabilité, conformément aux termes de l'ordonnance n°2023-1142 du 6 décembre 2023.

Le mandat de commissaire aux comptes titulaire de la société Grant Thornton a été renouvelé lors de l'assemblée générale de la société du 17 juin 2022 pour une nouvelle période de 6 exercices. se terminant à l'issue de l'assemblée générale ordinaire appelée à statuer en 2029 sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2028.

Il est précisé qu'il s'agit du dernier mandat du cabinet Grant Thornton dans la mesure où le cabinet atteindra la durée maximale autorisée par la réglementation applicable (article L 823-3-1 II du Code de commerce, article 53 4° de l'ordonnance 2016-315 du 17 mars 2016 et article 41 du règlement européen UE/2014 du 16 avril 2014), ayant commencé sa mission de commissaire aux comptes pour le compte de la société ADLPartner le 17 avril 1998.

## 3.2. LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

### 3.2.1. Composition, conditions de préparation et d'organisation des travaux du conseil

A la date du 31 mars 2024, le conseil d'administration se trouve composé des personnes suivantes :

Identité des membres du conseil	Membre indépendant (oui/non)	Année première nomination	Echéance du mandat***	Comité d'audit (membre / président)	Comité des nomination et rémunérations (membre / président)	Comité du développement	Comité RSE
<b>Bertrand Laurioz</b> Président Directeur Général	Non	2020*	2026			Président	
<b>Stéphane Treppoz</b> Membre du conseil	Oui	2020	2026			Membre	
<b>Claire Vigneron Brunel</b> Membre du conseil	Non	2005**	2026				Présidente
<b>Xavier Gandillot</b> Membre du conseil	Oui	2020	2026		Président		
<b>Roland Massenet</b> Membre du conseil	Oui	2009**	2026	Président		Membre	
<b>Caroline Desaegher</b> Membre du conseil	Oui	2017**	2026				Membre
<b>Delphine Grison</b> Membre du conseil	Oui	2020	2026	Membre	Membre		
<b>Marc Vigneron</b> Membre du conseil	Non	2019**	2026				
<b>Isabelle Vigneron Laurioz</b> Membre du conseil	Non	2019**	2026				Membre
<b>Dinesh Katiyar</b> Censeur	N/A	2009**	2026			Membre	

\* étaient préalablement membre du directoire de la société

\*\*année de nomination en qualité de membre du conseil de la société

Le conseil est ainsi dorénavant composé de 4 membres représentant le groupe familial Vigneron, actionnaire à plus de 70%, et de 5 membres indépendants. La notion de membre indépendant est celle retenue par le "Code de gouvernement d'entreprise" (version du mois de septembre 2021) établi par Middlednext auquel la société a choisi de se référer (voir ci-après) à savoir :

- ne pas avoir été, au cours des cinq (5) dernières années, et ne pas être salarié ni mandataire social dirigeant de la société ou d'une société du Groupe DÉKUPLE ;
- ne pas avoir été, au cours des deux (2) dernières années, et ne pas être en relation d'affaires significative avec la société ou une société du Groupe DÉKUPLE (client, fournisseur, concurrent, prestataire, créancier, banquier, etc...);
- ne pas être actionnaire de référence de la société ou détenir un pourcentage de droit de vote significatif ;
- ne pas avoir de relation de proximité ou de lien familial proche avec un mandataire social ou un actionnaire de référence ;
- ne pas avoir été, au cours des six (6) dernières années, commissaire aux comptes d'ADLPartner.

La proportion de femmes membre du conseil est de plus de 40%, en conformité avec la réglementation applicable et en application du principe de représentation équilibrée des femmes et des hommes que le conseil applique.

Les membres du conseil ne sont pas tenus de détenir des actions de la Société au titre de leur mandat.

Le conseil comprend actuellement un censeur. Son rôle est d'assister le conseil et ses membres dans leurs délibérations. Le censeur ne dispose pas de droit de vote, mais il a la faculté de faire part de son point de vue. Il est soumis aux mêmes obligations de confidentialité que les membres du conseil et s'est engagé à respecter les engagements posés par le règlement Intérieur de la société. Le censeur perçoit une rémunération au titre de cette fonction prise sur l'enveloppe de

la rémunération globale allouée par l'assemblée générale des actionnaires aux membres du conseil, selon les mêmes principes que pour les membres du conseil.

En 2023, le conseil d'administration s'est réuni 4 fois aux dates ci-après et avec des ordres du jour qui ont été principalement consacrés :

- le 31 mars, à l'arrêté des comptes 2022 et à la marche des affaires du 1<sup>er</sup> trimestre ; la séance a également eu pour objet de faire le point sur le mandat des administrateurs et sur le fonctionnement du conseil, de faire le point sur la succession des dirigeants, sur les points de vigilance du code Middlenext, de faire le point et vérifier la politique visant à l'équilibre femmes/hommes et à l'équité de chaque niveau hiérarchique de l'entreprise ; de revoir les conflits d'intérêts connus et l'indépendance des membres du conseil, d'examiner la politique de la société en matière d'égalité professionnelle et salariale, et d'examiner les conventions réglementées autorisées antérieurement dont l'exercice a été poursuivi au cours de l'exercice 2022 ainsi que la procédure d'évaluation des conventions courantes conclues à des conditions normales ; diverses autorisations ont été données au titre des cautions, avals et autres garanties ainsi qu'au titre de différentes opérations (taux de présence des membres du conseil : 100%) ;
- le 16 juin, à la confirmation de M. Bertrand Laurioz en qualité de Président directeur générale et non dissociation des fonctions de président du conseil et directeur général ; à la confirmation de l'existence des quatre comités du conseil et nomination de leurs membres ; à la marche des affaires et situation de trésorerie ; à l'avis du comité d'entreprise sur la situation économique et financière de l'entreprise ainsi que sur sa stratégie ; à l'examen des résultats de l'assemblée générale (taux de présence des membres du conseil : 100%) ;
- le 29 septembre, à l'arrêté des comptes semestriels et à l'examen du rapport financier semestriel ; à l'évolution des activités ; à une opération de croissance externe (taux de présence des membres du conseil : 100%) ;
- le 15 décembre, à l'évolution des activités ; à l'examen des budgets de l'exercice 2024 ; à la rémunération du président directeur général ; à la répartition de la rémunération des administrateurs et du censeur (ex jetons de présence) ; à l'attribution gratuite d'actions aux collaborateurs et mandataires sociaux du groupe et à l'autorisation d'une convention réglementée (taux de présence des membres du conseil : 89%).

A chaque réunion, le Président directeur général a fait également le point sur la marche des affaires ; enfin, il a toujours communiqué une estimation révisée des résultats prévisionnels annuels et un point sur la situation de trésorerie, les plans de financement et les documents de gestion prévisionnelle. En outre, la direction générale soumettait au conseil, qui les discutait, les avis financiers qui faisait l'objet de publications.

Il est adressé aux membres du conseil, la semaine précédant les réunions, l'ensemble des documents qui seront examinés, ce qui lui permet de consacrer le temps des séances à des commentaires et à des échanges de vues plutôt qu'à la présentation de chiffres ; la mise à disposition des documents se fait électroniquement évitant ainsi la diffusion de dossiers sur papier.

Le secrétariat du conseil est assuré par le conseil juridique du Groupe. Les procès-verbaux des débats de chaque réunion sont soumis pour approbation au commencement de chaque séance suivante.

Le montant total des rémunérations (ex jetons de présence) octroyées aux membres du conseil en 2023 a été de 170 000 euros, conformément au montant voté par l'assemblée générale du 16 juin 2023 et conformément à la politique de rémunération des mandataires sociaux approuvés par l'assemblée générale.

### 3.2.2. Principes de gouvernance

#### 1. Le Code de gouvernance

Dans sa séance du 25 mars 2022, le conseil d'administration de la société a décidé l'adoption de la nouvelle version de septembre 2021 du "Code de gouvernement d'entreprise" établi par MiddleNext (le "Code de gouvernance MiddleNext")<sup>3</sup> comme code de référence de la société pour l'établissement du présent rapport (la société se référant préalablement à la précédente version dudit code).

La Société applique l'intégralité des recommandations posées par le Code de gouvernance Middlenext à l'exception toutefois des recommandations suivantes :

---

<sup>3</sup> Le Code de gouvernance MiddleNext peut être consulté au siège social ou auprès de l'association MiddleNext ([www.middlenext.com](http://www.middlenext.com))

## RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

- recommandation concernant la présidence du Comité RSE (le code préconisant un membre indépendant), ce poste étant occupée par un membre représentant l'actionnaire majoritaire (Madame Claire Vigneron-Brunel) compte tenu du caractère stratégique du domaine pour le groupe Dékuple, avec donc notamment la nécessité de prendre une approche long terme, sans toutefois faire partie de la direction générale de la Société.
- recommandation concernant l'échelonnement des mandats des administrateurs (le code préconisant un renouvellement échelonné), compte tenu de la courte durée du mandat des administrateurs limitée statutairement à 3 ans, permettant de fait un tel renouvellement échelonné si nécessaire

On notera également que pour la présentation des éléments de rémunération des dirigeants et mandataires sociaux de la société, il a été décidé de conserver dans une certaine mesure la présentation historique de ces éléments, inspirée initialement du code AFEP-MEDEF et plus exhaustive, et de ne pas reprendre celle issue du Code de gouvernance MiddleNext.

## 2. Le règlement intérieur du conseil

Dans sa séance du 16 décembre 2022, suite à la création d'un Comité RSE, le conseil a mis à jour le règlement intérieur du conseil.

Ce règlement précise notamment les principes régissant le fonctionnement du conseil, ainsi que les droits et devoirs de ses membres, notamment en matière de déclaration et de gestion des conflits d'intérêts au sein du conseil.

Chaque membre du conseil est ainsi tenu d'informer le président de toute situation le concernant susceptible de créer un conflit d'intérêts avec la société ou une des sociétés du Groupe ; le président recueille alors l'avis des autres membres du conseil. Il appartient au membre du conseil intéressé, à l'issue de cette démarche, d'agir en conséquence dans le cadre de la législation applicable, le membre du conseil intéressé pouvant notamment s'abstenir de participer aux délibérations, et, le cas échéant, démissionner. Chaque année, le conseil effectue une revue des conflits d'intérêts ainsi déclarés.

Le règlement intérieur rappelle en outre la disposition statutaire listant les décisions pour lesquelles le directeur général doit requérir l'autorisation du conseil, outre les autorisations prévues par la loi. Il s'agit des décisions suivantes :

- acheter ou échanger tout immeuble, ou en faire apport à une société constituée ou à constituer ;
- acheter, vendre ou échanger tout fonds de commerce, ou en faire apport à une société constituée ou à constituer ;
- vendre ou échanger toute participation dans toute société contrôlée au sens de l'article L.233-3 I du Code de commerce, ou en faire apport à une société constituée ou à constituer ;
- procéder à toute introduction sur un marché réglementé français ou étranger des actions d'une filiale ;
- décider et/ou souscrire à toute augmentation de capital pour une somme supérieure à un montant qui sera fixé par le Conseil ou à défaut pour une somme supérieure à un montant de deux millions d'euros ;
- décider de la dissolution ou de la fusion de toute société contrôlée au sens de l'article L.233-3 I du Code de commerce (hors opérations de restructuration internes au Groupe DÉKUPLE) ;
- acheter toute participation dans toute société pour une somme supérieure à un montant qui sera fixé par le Conseil ou à défaut pour une somme supérieure à un montant de deux millions d'euros (en prenant en compte à la fois les paiements comptants et à terme) ;
- conclure tout emprunt d'une durée supérieure à un an et d'une somme supérieure à un montant qui sera fixé par le Conseil ou à défaut d'une somme supérieure à un montant de deux millions d'euros ; et
- prendre tout engagement financier nouveau d'une somme supérieure à un montant qui sera fixé par le Conseil ou à défaut d'une somme supérieure à un montant de deux millions d'euros.

Le règlement intérieur précise que les membres du conseil ne sont pas tenus de détenir des actions de la société ADLPartner au titre de leur mandat.

Le règlement intérieur du conseil d'administration a été rendu public et mis en ligne sur le site Internet de la société à l'adresse [www.dekuple.com/investisseurs](http://www.dekuple.com/investisseurs).

### 3. Les comités spécialisés

Dans ses séances du 11 décembre 2020, du 16 décembre 2022 et du 16 juin 2023, le conseil d'administration a décidé la création des quatre comités spécialisés suivants : le comité d'audit, le comité des nominations et rémunérations, le comité développement et le Comité RSE.

#### Comité d'audit

Le comité d'audit aide le conseil à veiller à l'exactitude et à la sincérité des comptes annuels et consolidés de la société et à la qualité de l'information délivrée. Il est notamment chargé des tâches suivantes :

- Il suit le processus d'élaboration de l'information financière et, le cas échéant, formule des recommandations pour en garantir l'intégrité ;
- Il suit l'efficacité des systèmes de contrôle interne et de gestion des risques, en ce qui concerne les procédures relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, sans qu'il soit porté atteinte à son indépendance ;
- Il émet une recommandation sur les commissaires aux comptes proposés à la désignation par l'assemblée générale conformément à la réglementation applicable ;
- Il suit la réalisation par le commissaire aux comptes de sa mission, conformément à la réglementation applicable ;
- Il s'assure du respect par le commissaire aux comptes des conditions d'indépendance conformément à la réglementation applicable ;
- Il rend compte régulièrement au conseil de l'exercice de ses missions ;
- Il rend également compte au conseil des résultats de la mission de certification des comptes, de la manière dont cette mission a contribué à l'intégrité de l'information financière et du rôle qu'il a joué dans ce processus ; il l'informe sans délai de toute difficulté rencontrée.

Le comité d'audit est actuellement composé des 2 membres du conseil suivants :

- Monsieur Roland Massenet, président ;
- Madame Delphine Grison, membre indépendant.

Ces deux personnes ont toutes d'indéniables compétences en matières financières et comptables, tant compte tenu de leur formation que de leur parcours professionnel.

Le comité d'audit a tenu 2 réunions en 2023, les 30 mars et 28 septembre. La première a été consacrée à l'examen des comptes annuels 2022 et la seconde à celui des comptes semestriels au 30 juin 2023.

Le comité d'audit est systématiquement consulté, avant publication, sur le texte des avis financiers préparés par la direction. Toutefois, il n'est pas intervenu concernant la communication financière faite aux analystes.

#### Comité des nominations et des rémunérations

Le comité des nominations et des rémunérations propose au conseil les conditions de rémunération des mandataires sociaux. Il étudie également les modalités de nomination de nouveaux mandataires sociaux.

Le comité des nominations et des rémunérations est actuellement composé des 2 membres du conseil suivants :

- Monsieur Xavier Gandillot, président ;
- Madame Delphine Grison, membre indépendante.

Le comité des nominations et des rémunérations s'est réuni 4 fois en 2023.

#### Comité du développement

Le comité développement a pour principe objet de préparer les réunions du conseil et de donner un avis sur les perspectives de développement de nouvelles activités et les opérations de croissances externes de la Société et du Groupe Dékuple.

Le comité du développement est actuellement composé des 4 membres et censeur du conseil suivants :

- Monsieur Bertrand Laurioz, président ;
- Monsieur Stéphane Treppoz, membre indépendant ;
- Monsieur Rolland Massenet, membre indépendant ;
- Monsieur Dinesh Katiyar, censeur.

Le comité développement s'est réuni une fois en 2023, le 23 février.

#### Comité RSE

## RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION SUR LE GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

Le comité RSE a pour principal objet de préparer les réunions du conseil et de donner un avis pour toutes questions relatives à la responsabilité sociale/sociétale et environnementale (RSE) afin que la Société et les entités du groupe Dékuple anticipent au mieux les opportunités, enjeux et risques qui y sont associés. Le comité RSE sera également en charge d'assurer le suivi de la politique sociale/sociétale de la Société et du groupe Dékuple. Il appartient au comité RSE de réfléchir au partage de la valeur créée au sein du groupe Dékuple et de travailler si nécessaire en lien avec les autres comités.

Le comité RSE est actuellement composé des 3 membres du conseil suivants :

- Madame Claire Vigneron-Brunel, présidente ;
- Madame Isabelle Vigneron-Laurioz ;
- Madame Caroline Desaegher, membre indépendante ;

Le comité RSE s'est réuni le 12 décembre 2022 et le 2 février 2024.

### 3.3. LISTE DES DIVERS MANDATS ET FONCTIONS EXERCÉS PAR LES MANDATAIRES SOCIAUX EN 2023

Prénom & Nom	Mandats actuels au sein d'ADLPartner	Mandats et fonctions actuels au sein d'autres sociétés
<b>M. Bertrand Laurioz</b>	Président Directeur Général	Gérant de la SCI LCM Président de la SAS Dekuple Conseil et Technologie Gérant de la SARL Dekuple Ingenierie Marketing Directeur Général de la SAS Sogespa - membre du conseil d'administration Président ADLP Assurances Membre du conseil d'administration de la SAS Converteo Gérant d'ADLPartner Hispania Gérant de ADLPERFORMANCE, UNIPESSOAL LDA (Portugal) Représentant de la SA ADLPartner en qualité de membre du Comité stratégique de la SAS LABORATOIRES YSSENA Gérant de la SCI de la Rue de Chartres Président de la SAS ADLP Telesurveillance Représentant de la SAS Dékuple Ingenierie Marketing au comité stratégique de la SAS Nextocom Représentant de la SAS Dékuple Ingenierie Marketing au comité stratégique de la SAS Rocket Marketing Représentant de la SAS Dékuple Ingenierie Marketing au comité stratégique de la SAS E-Retail Development Représentant de la SAS Dékuple Ingenierie Marketing au comité stratégique de la SAS Brainsonic Représentant de la SA ADLPartner en qualité de membre du Comité stratégique de la SAS LABORATOIRES YSSENA jusqu'au 2 mai 2023
<b>Mme Robin Smith</b>	Administrateur jusqu'au 16 Juin 2023	Board Member Publishers Clearing House (USA) jusqu'à fin 2021
<b>Mme Claire Brunel</b>	Administrateur	Membre du conseil d'administration de la SAS Sogespa D.R.H. et membre du directoire de la SAS Cèdre
<b>M. Marc Vigneron</b>	Administrateur	Membre du conseil d'administration de la SAS Sogespa Data Scientist - Allianz SE
<b>Mme Isabelle Laurioz</b>	Administrateur	Présidente et membre du conseil d'administration de la SAS Sogespa
<b>M. Dinesh Katiyar</b>	Censeur	Partner, Accel  Director, Mindtickle Director, Entyle
<b>M. Roland Massenet</b>	Administrateur	Président de Incenteev SAS
<b>Mme Caroline Desaegher</b>	Administrateur	Directrice Communication & Expérience Patients de Vivalto Santé
<b>Mme. Delphine Grison</b>	Administrateur	Présidente de DGTL Conseil Administratrice de la société SOLOCAL GROUP Membre de l'Advisory Board de Centreon Administratrice de Pierre et Vacances - Center Parcs
<b>M. Xavier Gandillot</b>	Administrateur	Président de Twice Again
<b>M. Stéphane Treppoz</b>	Administrateur	Administrateur de ISAI PARTNERS (SAS)  Gérant de CARPE DIEM INVESTISSEMENTS (SC) Gérant de LE REVESTEL CAP CANAILLE (SARL) Représentant permanent de la société AUSSPAR, elle-même Administrateur, de BUNSHA INTERNATIONAL (SA)

### 3.4. RÉMUNÉRATIONS DES MANDATAIRES SOCIAUX D'ADLPARTNER

#### 3.4.1. Rémunération du président directeur général pour les exercices 2023 et 2022

<u>Rémunérations dues</u> <u>au titre des exercices 2022 et 2023</u>	Ph. Vigneron		B. Laurioz	
	2023	2022	2023	2022
<b>En Euros</b>				
Rémunération Fixe (Brute)			355 356	345 000
Rémunération Variable (Brute)			100 161	177 646
Rémunération Exceptionnelle (Brute)			106 607	103 500
Avantages En Nature (Voiture)			7 757	7 747
Jetons De Présence		12 000		-
<b>Total</b>		12 000	569 881	633 893
Valorisation Des Droits À Actions*			355 374	207 000
<b>Total</b>		<b>12 000</b>	<b>925 255</b>	<b>840 893</b>
Proportion variable / total		0%	61%	58%
Par rapport à rem mediane		x0,2	x14,6	x13,3
Par rapport à moyenne		x0,1	x11,2	x10,2

\* 60% des actions gratuites attribuées en 2023 sont soumises à des critères de performance

<u>Rémunérations versées</u> <u>au cours des exercices 2022 et 2023</u>	Ph. Vigneron		B. Laurioz	
	2023	2022	2023	2022
<b>En Euros</b>				
Rémunération Fixe (Brute)			355 356	345 000
Rémunération Variable (Brute)			177 646	259 733
Rémunération Exceptionnelle (Brute)			103 500	69 000
Avantages En Nature (Voiture)			7 757	7 747
Jetons De Présence		12 000		-
<b>Total</b>	-	<b>12 000</b>	<b>644 259</b>	<b>681 480</b>

<u>Options d'achats d'actions attribuées au titre des exercices 2022 et 2023</u>	B. Laurioz	
	2023	2022
N° Et Date Du Plan		
Valorisation Des Options Selon La Méthode Retenue Dans Les Comptes Consolidés (En Euros)	Néant	Néant
Nombre D'options Attribuées Au Titre De L'exercice		
Période D'exercice		
Prix D'exercice (En Euros)		

<u>Actions attribuées gratuitement au titre des exercices 2022 et 2023</u>	B. Laurioz	
	2023	2022
N° Et Date Du Plan	B 2023 15/12/2023	B 2022 16/12/2022
Nombre De Droits Attribués	13 162	6 900
Date D'acquisition Des Droits Et De Disponibilité Des Actions	01/05/2026	01/05/2025
Valorisation Des Droits Selon La Méthode Retenue Pour Les Comptes Consolidés (En Euros)*	355 374 €	207 000 €
Conditions De Performance	Oui	Oui

\* 60% des actions gratuites attribuées en 2023 sont soumises à des critères de performance

<u>Options d'achats d'actions levées au cours des exercices 2022 et 2023</u>	B. Laurioz	
	2023	2022
N° Et Date Du Plan		
Nombre D'options Levées Durant L'exercice	Néant	Néant
Prix D'exercice		
Année D'attribution		

Il est précisé qu'aucune autre entité du Groupe qu'ADLPartner (et ce y compris des entités comprises dans le périmètre de consolidation) ne verse de rémunération aux mandataires sociaux.

### 3.4.2. Tableau récapitulatif des indemnités ou des avantages au profit du président directeur général

Président directeur général et vice-président du conseil	Contrat de travail		Régime de retraite supplémentaire		Indemnités de non-concurrence		Indemnités de départ	
	oui	non	oui	non	oui	non	oui	Non
<b>LAURIOZ Bertrand</b>		X	X <sup>(1)</sup>			X	X <sup>(2)</sup>	
Date de début de mandat : 2020*								
Date de fin de mandat : 2026*								

\* Cf. le tableau de l'article 3.2.1 ci-dessus pour des précisions sur la durée des mandats.

<sup>(1)</sup> B. Laurioz bénéficie d'un régime de retraite supplémentaire comme l'ensemble des collaborateurs « cadres » d'ADLPartner. Il s'agit d'un régime à cotisations définies (article 83) souscrit auprès du groupe d'assurances AXA. La cotisation d'ADLPartner pour cette assurance s'est élevée en 2023 à 16 277 € et en 2022 à 15 220 € pour B. Laurioz.

<sup>(2)</sup> Cf. informations sur ce point figurant au paragraphe 3.4.4.4 ci-après

### 3.4.3. Tableau sur les rémunérations (ex jetons de présence et autres rémunérations) perçues par les mandataires sociaux non dirigeants (membres du conseil d'administration autres que le président)

<u>Au titre des exercices 2022 et 2023</u>	Claire Brunel		Marc Vigneron		Isabelle Laurioz	
En Euros	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Autres rémunérations						
Rémunération au titre du mandat	19 000	13 000	12 000	13 000	17 000	13 000
<b>Total</b>	<b>19 000</b>	<b>13 000</b>	<b>12 000</b>	<b>13 000</b>	<b>17 000</b>	<b>13 000</b>

<u>Au titre des exercices 2022 et 2023</u>	Stéphane Treppoz		Robin Smith		Dinesh Katiyar	
En Euros	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Autres rémunérations		35 200				
Rémunération au titre du mandat	17 000	16 000	10 000	20 000	17 000	16 000
<b>Total</b>	<b>17 000</b>	<b>51 200</b>	<b>10 000</b>	<b>20 000</b>	<b>17 000</b>	<b>16 000</b>

<u>Au titre des exercices 2022 et 2023</u>	Delphine Grison		Roland Massenet		Caroline Desaegher	
En Euros	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Autres rémunérations						
Rémunération au titre du mandat	21 000	18 000	22 000	20 000	17 000	13 000
<b>Total</b>	<b>21 000</b>	<b>18 000</b>	<b>22 000</b>	<b>20 000</b>	<b>17 000</b>	<b>13 000</b>

<u>Au titre des exercices 2022 et 2023</u>	Xavier Gandillot	
En Euros	2023	2022
Autres rémunérations		
Rémunération au titre du mandat	18 000	16 000
<b>Total</b>	<b>18 000</b>	<b>16 000</b>

### 3.4.4. Politique de rémunération des mandataires sociaux

#### 1. Principes

Les éléments de rémunération des mandataires sociaux d'ADLPartner et la politique de rémunération sont déterminés par le conseil d'administration, sur recommandation du comité des nominations et des rémunérations. Ce comité, dont la composition, les missions et les travaux sont décrits ci-avant est composé en majeure partie de membres indépendants.

Les diverses conditions appliquées aux rémunérations des mandataires sociaux et des cadres dirigeants s'appuient sur les recommandations de la société spécialisée Towers Watson et se réfèrent ainsi à des conditions de marché applicables à des sociétés exerçant dans des conditions proches de celles d'ADLPartner. A ce titre, les conditions de rémunération et d'emploi des salariés de la Société, et notamment les cadres dirigeants, sont pris en compte pour déterminer les rémunérations des mandataires sociaux.

La politique de rémunération des mandataires sociaux d'ADLPartner est conçue pour accompagner durablement sa stratégie ainsi que celle du groupe auquel elle appartient et servir aux mieux l'intérêt social. Elle contribue à la pérennité de la société et s'inscrit dans sa stratégie commerciale. Elle vise notamment à aligner les intérêts des mandataires sociaux avec ceux des actionnaires en intégrant une corrélation entre la performance et la rémunération tout en assurant une offre compétitive permettant de recruter et garder les meilleurs talents.

Les méthodes d'évaluation à appliquer pour déterminer dans quelle mesure il a été satisfait aux critères de performance prévus pour la rémunération variable et la rémunération en actions sont propres à chaque type de rémunération et sont décrites ci-après. Il appartient en général à la direction générale, en lien avec la direction financière du groupe, de calculer les montants revenant au bénéficiaire ou de vérifier si les critères de performance ont été atteints, conformément aux règles déterminées par le conseil, dès lors que ces règles sont objectives. Dans le cas contraire, notamment pour le bonus discrétionnaire, il appartient au conseil de le déterminer sur la base des principes convenus.

La présente politique de rémunération, cohérente avec les pratiques passées de la société et du groupe, a été confirmée par le conseil d'administration dans sa réunion du 26 mars 2021. Elle fera l'objet d'une revue autant de fois que nécessaire et au minimum une fois par an.

Il est précisé que les rémunérations attribuées et perçues par les mandataires sociaux dirigeants et non dirigeants pour l'exercice 2022 telles que décrites ci-avant sont conformes avec les principes et critères de détermination, de répartition et d'attribution préalablement approuvés par l'assemblée générale de la société du 17 juin 2022.

#### 2. Monsieur Bertrand Laurioz, président directeur général

La rémunération de Monsieur Bertrand Laurioz, président directeur général, est composée d'une partie fixe et d'une partie variable (bonus). Elle lui est versée intégralement au titre de ces mandats.

- Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2023, la rémunération fixe de Monsieur Bertrand Laurioz s'élève à un montant brut annuel de 355.356 euros
- Au titre de l'exercice 2023 (devant être payée en 2024), les modalités de détermination de la rémunération variable sont égales à la somme de deux composantes suivantes :
  - a. Une composante calculée en fonction du degré d'atteinte de la création de valeur opérationnelle groupe ADLPartner (le « Groupe ») budgétée : L'atteinte de moins de 75% de l'objectif ne donne pas droit à un bonus ; au-delà de 75% le bonus est égal à un pourcentage de la rémunération fixe annuelle dépendant du degré d'atteinte du budget présenté au conseil, ce pourcentage est de : (i) 12% entre 75% et 89,99% de la création de valeur opérationnelle budgétée, (ii) 18% entre 90% et 109,99% de la création de valeur opérationnelle budgétée, (iii) 24% entre 110% et 119,99% de la création de valeur opérationnelle budgétée, (iv) 32% entre 120% et 129,99% de la création de valeur opérationnelle budgétée, et (v) 40% à partir et au-delà de l'atteinte de 130% de la création de valeur opérationnelle budgétée ;
  - b. Une composante calculée comme un intéressement sur la création de valeur opérationnelle constatée à la fin de chaque exercice ; le taux d'intéressement est de 1,55% appliqué à la création de valeur telle que définie ci-dessus.

A ces éléments, le conseil peut ajouter chaque année un bonus discrétionnaire destiné à reconnaître la contribution du président à la réalisation d'objectifs stratégiques dont l'effet n'est pas immédiatement mesurable au niveau des indicateurs financiers de l'exercice. Le montant de ce bonus est laissé à l'appréciation du conseil. Il est en général d'un ordre de

grandeur proche de 20% de la rémunération fixe. Le total des deux composantes de la rémunération variable éventuellement majoré du bonus discrétionnaire est limité à 150% de la rémunération fixe. Pour 2023, le bonus discrétionnaire s'est élevé à un montant brut de 103.500 euros.

Lors de sa réunion du 15 décembre 2023, le conseil a décidé de faire évoluer les modalités de détermination de la rémunération variable et du bonus discrétionnaire à allouer à Monsieur Bertrand Laurioz comme suit, ces modifications devant s'appliquer au titre de l'exercice 2024 (devant être payée en 2025) et pour les exercices suivants, la rémunération variable, incluant l'éventuel bonus discrétionnaire, deviendra dorénavant égale à la somme de quatre composantes suivantes, sans toutefois que cette rémunération variable au total ne puisse être supérieure à 150% de la part fixe de la rémunération allouée à Monsieur Bertrand Laurioz:

- a. Une première composante calculée en fonction du degré d'atteinte de la création de valeur opérationnelle du groupe Dékuple (le « Groupe ») budgétée: le montant de référence de cette composante, en cas d'atteinte de la cible étant de 30% du montant annuel brut de la rémunération fixe de Monsieur Bertrand Laurioz ; si la création de valeur opérationnelle est inférieure ou égale à 50% au budget, cette composante sera nulle ; si la création de valeur opérationnelle est comprise entre 50% et 100% du budget, cette composante sera d'un montant exprimé en % du montant de référence calculé de manière linéaire avec 0% du montant de référence pour une création de valeur opérationnelle égale à 50% du budget et 100% du montant de référence pour une création de valeur opérationnelle égale à 100% du budget ; si la création de valeur opérationnelle est supérieure ou égale au budget, cette composante sera égale au montant de référence.
- b. Une deuxième composante égale à 1,55% de la création de valeur opérationnelle à la fin de chaque exercice ;
- c. Une troisième composante calculée en fonction du développement de la marge brute générée par les activités de marketing digital du Groupe ; le montant de référence de cette composante, en cas d'atteinte de la cible étant de 23% du montant annuel brut de la rémunération fixe de Monsieur Bertrand Laurioz. Si la marge brute est inférieure ou égal au plus élevé (i) de 80% de la marge brute du budget et (ii) de 100% de la marge brute de l'exercice précédent (le « montant minimal »), cette composante sera nulle ; Si la marge brute est comprise entre le montant minimal et 100% du budget, cette composante sera d'un montant exprimé en % du montant de référence calculé de manière linéaire avec 0% du montant de référence pour une marge brute égale au montant minimal et 100% du montant de référence pour une marge brute égale à 100% du budget ; si la marge brute est supérieure ou égale au budget, cette composante sera égale au montant de référence.
- d. Une quatrième composante dite « part qualitative », à la discrétion du conseil d'administration sur proposition du Comité des Nominations et Rémunérations, elle devrait représenter en brut 20% de la rémunération fixe de Bertrand Laurioz « à la cible atteinte » ; cette composante serait basée sur les 3 orientations stratégiques suivantes : actions de diversification du Groupe vers les nouvelles activités de marketing digital, et notamment M&A ; actions de défense de l'érosion subie par les activités traditionnelles ; actions de développement d'une culture socialement responsable au sein du groupe (RSE notamment).

Monsieur Bertrand Laurioz dispose en outre d'une voiture de fonction.

Le conseil d'administration s'interroge fréquemment (en général chaque année), après avis du comité des rémunérations, sur l'opportunité de faire évoluer la rémunération fixe ou variable (notamment les modalités de la détermination de la part variable, tant quant à la nature des critères de la rémunération variable qu'à ses seuils ou montants) de Monsieur Bertrand Laurioz. Une telle modification fait partie de la politique de rémunération de Monsieur Bertrand Laurioz.

Monsieur Bertrand Laurioz se voit en principe également attribuer chaque année, au même titre que les principaux collaborateurs du Groupe, des actions gratuites de la société. Leur nombre fait l'objet d'une discussion annuelle, leur valeur étant déterminée en fonction d'un % de leur rémunération fixe et devant correspondre environ à 60 % de sa rémunération fixe annuelle. 60% des actions gratuites attribuées sont soumises à des critères de performance basées actuellement sur la « création de valeur consolidée (part du groupe) » au titre des deux exercices suivants leur attribution et sur la progression de la marge brute et du résultat de l'offre de marketing digital. Leur période d'acquisition (sauf cas de décès, de départ à la retraite ou d'invalidité) se termine à la fin du 1er semestre suivant ces deux exercices (soit une durée totale d'environ 2 ans et demi), une fois les comptes connus permettant de confirmer ou non l'atteinte des critères de performance définis par le conseil. Aucune période de conservation n'est actuellement prévue, sauf l'obligation pour Monsieur Bertrand Laurioz de conserver 25% des actions ainsi attribuées au nominatif jusqu'à la cessation de ses fonctions conformément à la décision du conseil. La définition des critères de performance et la durée des périodes de conservation font l'objet d'une analyse à chaque attribution par le conseil et peuvent donc évoluer dans le futur si l'intérêt de la société l'exige.

Monsieur Bertrand Laurioz bénéficie enfin d'un régime de retraite supplémentaire comme l'ensemble des collaborateurs « cadres » d'ADLPartner. Il s'agit d'un régime à cotisations définies (article 83) souscrit auprès du groupe d'assurances AXA.

Il est rappelé que le mandat de Président Directeur Général de Monsieur Bertrand Laurioz est d'une durée égale à celui de son mandat d'administrateur et expirera le jour de l'assemblée générale annuelle ordinaire de la société devant se tenir en 2026 et prononcer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2025. Le conseil a la faculté de le révoquer à tout moment de son mandat de président directeur général. Il en est de même pour l'assemblée générale de son mandat d'administrateur.

### 3. Indemnités en cas de cessation des fonctions de Monsieur Bertrand Laurioz

Le conseil d'administration du 11 décembre 2020 et du 16 juin 2023, conformément à l'accord préalablement donné par le conseil de surveillance de la société a confirmé allouer à Monsieur Bertrand Laurioz les avantages ci-après dont le bénéficiaire est subordonné au respect des conditions suivantes :

Les avantages suivants sont limités à deux années de rémunération (fixe et variable inclus), et ce en conformité avec les recommandations du Code de gouvernement d'entreprise auquel se réfère la société.

Dans le cadre de l'application des règles ci-après exprimées, le mot « résultat » est défini comme suit : le résultat est déterminé sur la base des comptes consolidés après déduction des intérêts minoritaires. Il s'agit du résultat opérationnel bénéficiaire auquel est ajoutée la variation de valeur avant IS - entre le 1/1 et le 31/12 de chacune des années considérées - des portefeuilles d'abonnements détenus par les différentes entités du Groupe ADLPartner, telle qu'elle figure dans les annexes du rapport annuel de la société ADLPartner.

Il est rappelé que Monsieur Bertrand Laurioz a été renouvelé aux fonctions de président directeur général de la société ADLPartner lors de sa réunion en date du 16 juin 2023.

A ce titre, le conseil d'administration a fixé comme suit le montant des indemnités (« rémunérations différées ») qui lui serait versé dans les cas de cessation de son mandat définis ci-après :

1.1. Si le mandat prend fin pour quelque cause que ce soit autre que par suite du changement du contrôle de la société au sens de l'article L233-16 du Code de commerce et à l'exclusion du cas de rupture à l'initiative de l'intéressé.

1.1.1. Aussi longtemps que le « résultat » de l'exercice clos au titre de l'année N-1, précédent celui au cours duquel est intervenue la cessation du mandat (année N), est supérieur ou égal à 50 % du résultat de l'année N-2, la rémunération différée sera égale au moins à trois années de la partie fixe de sa rémunération brute au jour de la cessation de son mandat, augmentée d'un montant égal à deux fois le montant du bonus qui lui a été versé au titre de l'année N-1.

1.1.2. Si le « résultat » de l'année N-1 est inférieur à 50 % - mais supérieur ou égal à 20 % - du résultat de l'année N-2, la rémunération différée sera égale à au moins deux années de la partie fixe de sa rémunération brute au jour de la cessation de son mandat.

1.1.3. A l'exclusion des cas visés au paragraphe III si la moyenne arithmétique des résultats des années N-1 et N-2 est inférieure à 20 % de la moyenne arithmétique des résultats des années N-2 et N-3, aucune rémunération différée ne sera due au mandataire.

1.2. En cas de changement du contrôle de la société au sens de l'article L233-16 du Code de commerce et que, dans cette hypothèse :

- son mandat social arrive à son terme normal et n'est pas renouvelé,
- il est mis fin à son mandat par suite d'une décision de révocation,
- la cessation de son mandat est provoquée par une rétrogradation ou une mutation s'accompagnant de la réduction de l'une ou l'autre des composantes de sa rémunération : salaire fixe ou bonus non compensée par une hausse de la composante non réduite ou par une demande de changement du lieu d'exercice du mandat en dehors de la région Ile-de-France.

La rémunération différée sera, dans ces cas, déterminée selon la formule exposée au 1.1.1 ci-dessus. Toutefois, la partie variable de l'indemnité sera égale à trois années du Bonus cible (Target Bonus) fixé au titre de l'exercice au cours duquel la cessation du mandat intervient.

En outre, aucune rémunération différée ne sera due à Monsieur Bertrand Laurioz dans les cas suivants :

- au cas où la cessation de son mandat est causée par le redressement ou liquidation judiciaire de la société ;

- en cas de décès, de départ ou de mise à la retraite;
- en cas d'empêchement personnel (notamment exercice d'une profession incompatible avec les fonctions de dirigeant, faillite personnelle, interdiction de gérer, survenance d'une incapacité, maladie empêchant le dirigeant d'assumer ses fonctions de manière durable) ;
- en cas de démission ou toute forme de départ volontaire ;
- en cas de changement des fonctions du mandataire avec toutefois maintien de la rémunération fixe et variable au niveau existant avant ce changement ;
- en cas de faute grave.

### 4. Principes concernant la politique de rémunération des membres du conseil d'administration

Dans la limite du montant annuel global approuvé par l'assemblée générale des actionnaires, le conseil d'administration décide des règles de répartition de cette enveloppe entre ses membres, et ce y compris le censeur, et fixe ainsi leur rémunération en leur qualité de membre du conseil d'administration. La répartition de cette enveloppe répond aux critères suivants : appartenance de chacun des membres concernés au conseil et le cas échéant à ses comités consultatifs, éventuelle présidence d'un comité consultatif, participation effective aux réunions du conseil et des comités, pas de rémunération à ce titre pour le Président du conseil tant qu'il est directeur général. Il n'est pas fait de distinction entre le censeur et chacun des membres du conseil.

Le conseil pourrait confier une mission exceptionnelle rémunérée à un membre du conseil, étant entendu que la rémunération d'une telle mission serait déterminée par le conseil, après recommandation du comité des nominations et des rémunérations, au regard de l'importance de la mission pour la société, de l'implication requise par le membre, de son expertise, des déplacements requis et toutes autres spécificités liées à la mission.

## 3.5. INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

### 3.5.1. Restrictions imposées par le conseil d'administration en matière de levée d'options ou de vente de titres liés à des actions attribuées gratuitement aux mandataires sociaux

Le conseil a décidé dans ses réunions du 11 décembre 2020, du 17 décembre 2021, du 16 décembre 2022 et du 15 décembre 2023, conformément aux décisions préalables du conseil de surveillance, que la quotité du nombre d'actions gratuites que M. Bertrand Laurioz devra conserver au nominatif jusqu'à la cessation de ses fonctions est égale à 25%.

### 3.5.2. Conventions conclues entre un dirigeant ou un actionnaire significatif et une filiale de la société

Aucune à la connaissance de la société.

### 3.5.3. Participation des actionnaires à l'assemblée générale

Les statuts ne prévoient pas de modalité particulière relative à la participation des actionnaires à l'assemblée générale.

Les assemblées générales sont convoquées et délibèrent dans les conditions prévues par la loi. Elles sont réunies au siège social ou en tout autre lieu précisé dans l'avis de convocation.

Tout au plus convient-il de noter les éléments suivants.

Un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité de capital qu'elles représentent, est attribué à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il est justifié d'une inscription nominative depuis deux ans au moins, au nom d'un même actionnaire.

En outre, toute personne physique ou morale agissant seule ou de concert, qui vient à détenir un pourcentage du capital ou des droits de vote (si le nombre et la répartition des droits de vote ne correspond pas au nombre et à la répartition des actions) au moins égal à 2 % ou à tout multiple de ce pourcentage, jusqu'au seuil de 40 %, doit informer la société de sa participation ainsi que des variations ultérieures de cette participation. L'information doit être communiquée à la société

dans un délai de cinq jours de bourse, à compter du franchissement de l'un de ces seuils, par lettre recommandée avec demande d'avis de réception adressée au siège social de la société.

A défaut d'avoir été déclarées dans les conditions ci-dessus, les actions excédant la fraction qui aurait dû être déclarée sont privées du droit de vote dans les assemblées d'actionnaires si, à l'occasion d'une assemblée, le défaut de déclaration a été constaté et si un ou plusieurs actionnaires détenant ensemble 5% du capital ou des droits de vote en font la demande lors de cette assemblée. Dans ce cas, les actions privées du droit de vote ne retrouvent ce droit qu'à l'expiration d'un délai de deux ans suivant la date de régularisation de la notification.

Enfin, en assemblée générale, le droit de vote appartient au nu-proprétaire, sauf pour les décisions d'affectation des résultats où il est réservé à l'usufruitier.

### 3.5.4. Éléments susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique

#### 1. Structure du capital de la société

En application de l'article L.233-13 du Code de commerce, le tableau ci-dessous présente la répartition du capital sur les deux derniers exercices (actionnaires détenant directement ou indirectement plus de 5% de son capital ou de ses droits de vote), étant précisé qu'aucune filiale ne détient d'actions de la société ADLPartner :

Actionnariat ADLPartner	Situation au 31/12/2023			Situation au 31/12/2022		
	Nombre d'actions	% du capital	% théorique des droits de vote	Nombre d'actions	% du capital	% théorique des droits de vote
Groupe familial Vigneron	3 147 273	75,57%	87,42%	3 130 473	75,17%	86,81%
Titres auto-détenus	197 240	4,74%	0,00%	163 490	3,93%	0,00%
Public	820 077	19,69%	12,58%	870 627	20,91%	13,19%
<b>Total</b>	<b>4 164 590</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>4 164 590</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Note : le pourcentage théorique de droits de vote (y compris les actions auto-détenues) figurant dans le tableau ci-dessus est déterminé conformément aux articles L233-8-II du Code de commerce et aux articles 223-11 2ème alinéa et 223-16 du Règlement Général de l'AMF.

A la connaissance de la société, en dehors du groupe familial Vigneron, aucun actionnaire ne détient plus de 5% du capital.

Le tableau ci-dessous présente la répartition de l'actionnariat au sein du groupe familial Vigneron au 31 décembre 2023 :

Actionnariat ADLPartner au sein du groupe familial Vigneron	Actions			% capital	Droits de vote	% des droits de vote en AG
	Pleine propriété	Usufruit	Nue-proprété			
BRUNEL Claire	235		66 666	0,01%	133 802	1,86%
LAURIOZ Bertrand	19 885			0,48%	20 120	0,28%
LAURIOZ Isabelle	236		66 666	0,01%	133 804	1,86%
SOGESPA	2 901 450			69,67%	5 801 700	80,84%
VIGNERON Enfants JMV	4 137		87 997	0,10%	184 268	2,57%
VIGNERON Philippe	1	221 329		5,31%	2	0,00%
<b>Total Groupe familial Vigneron</b>	<b>2 925 944</b>	<b>221 329</b>	<b>221 329</b>	<b>75,57%</b>	<b>6 273 696</b>	<b>87,42%</b>

Le tableau ci-dessus affecte les droits de vote des actions démembrées au nu-proprétaire, étant précisé, comme indiqué ci-dessus, que le droit de vote appartient à l'usufruitier pour les décisions d'affectation des résultats.

Sogespa est une société holding familiale détenue en totalité par Monsieur Philippe Vigneron et ses enfants et petits-enfants (à savoir : les enfants de Monsieur Jean-Marie Vigneron, Madame Claire Brunel et ses enfants ainsi que Madame Isabelle Laurioz et ses enfants).

## 2. Restrictions statutaires à l'exercice des droits de vote et aux transferts d'actions

Les statuts de la société ne prévoient aucune clause spécifique restreignant l'exercice des droits de vote ou les transferts d'actions.

Tout au plus, peut-on mentionner :

- L'existence de droit de vote double attribué à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il est justifié d'une inscription nominative depuis deux ans au moins, au nom d'un même actionnaire.
- L'obligation statutaire de déclaration des franchissements de seuil pour toute personne physique ou morale agissant seule ou de concert, qui vient à détenir un pourcentage du capital ou des droits de vote (si le nombre et la répartition des droits de vote ne correspond pas au nombre et à la répartition des actions) au moins égal à 2 % ou à tout multiple de ce pourcentage, jusqu'au seuil de 40 %.
- Le fait qu'en assemblée générale, le droit de vote appartient au nu-propriétaire, sauf pour les décisions d'affectation des bénéfices où il est réservé à l'usufruitier.

## 3. Accords entre actionnaires

Certains actionnaires de la société, faisant principalement partie du groupe familial Vigneron, ont conclu en date du 14 février 2019 un engagement collectif de conservation d'actions de la société ADLPartner souscrits pour l'application de l'article 787 B du Code général des impôts, dont les principales caractéristiques sont les suivantes :

Régime	Article 787 B du Code général des impôts
Date de signature	14 février 2019
Durée de l'engagement collectif	2 ans
Modalités de reconduction	Prorogation automatique de mois en mois à son terme
% de capital visé par le pacte à la date de signature	20,10%
% de droits de vote visés par le pacte à la date de signature(1)	22,9 %
Noms des signataires ayant la qualité de dirigeants mandataires et/ou membres du conseil	Bertrand Laurioz
Noms des signataires (autres que les dirigeants mandataires et/ou membres du conseil) détenant au moins 5% du capital et des droits de vote	Société Sogespa

(1) Sur la base d'un capital social composé de 4.164.590 actions représentant 7.293.261 droits vote théorique (au 31 décembre 2018).

(2) Dans le cadre de donations familiales intervenues depuis portant sur des titres Sogespa, les donataires, membres du groupe familiale Vigneron, ont demandé le bénéfice de l'exonération partielle de droit de mutation prévues par l'article 787 B du Code général des impôts, de telle manière qu'en principe Sogespa a pris l'engagement pendant une durée totale de 6 ans (2 ans au titre de l'engagement collectif et 4 ans au titre de l'engagement individuel) de conserver inchangée sa participation précitée dans la société ADLPartner, sous les réserves prévues par la réglementation applicable.

Certains membres de la famille Vigneron et Monsieur Olivier Riès ont également conclu en date du 28 février 2020 trois autres engagements collectifs de conservation d'actions de la société ADLPartner souscrits pour l'application de l'article 787 B du Code général des impôts encore en vigueur, dont les principales caractéristiques sont les suivantes :

Régime	Article 787 B du Code général des impôts		
Date de signature	28 février 2020		
Durée de l'engagement collectif	2 ans		
Modalités de reconduction	Prorogation automatique de mois en mois à son terme	Prorogation automatique de mois en mois à son terme	Prorogation automatique de mois en mois à son terme
% de capital visé par le pacte à la date de signature	69,67%	71,28%	71,28%
% de droits de vote visés par le pacte à la date de signature(1)	81,4%	83,3%	83,3%
Noms des signataires ayant la qualité de dirigeants mandataires et/ou membres du conseil	Bertrand Laurioz	Bertrand Laurioz Claire Vigneron	Bertrand Laurioz Isabelle Laurioz
Noms des signataires (autres que les dirigeants mandataires et/ou membres du conseil) détenant au moins 5% du capital et des droits de vote	Société Sogespa		

(1) Sur la base d'un capital social composé de 4.164.590 actions représentant 7.125.926 droits vote théorique (au 31 décembre 2019).

Un pacte d'actionnaires, régissant notamment les relations actionnariales du groupe familial Vigneron au sein de la société ADLPartner a également été conclu le 22 décembre 2014. Compte tenu du décès de Monsieur Jean-Marie Vigneron, ce pacte a été amendé en date du 23 avril 2019.

Le pacte amendé prévoit notamment :

- que les membres du groupe familial Vigneron continuent d'agir de concert entre eux vis-à-vis de la société ADLPartner ;
- une obligation de concertation préalable entre les membres du groupe familial Vigneron avant toute assemblée générale d'ADLPartner (sans obligation d'avoir à trouver une position commune, sauf pour les distributions de dividendes) ;
- une obligation de concertation préalable entre les membres du groupe familial Vigneron avant toute réunion du conseil devant se prononcer sur les décisions les plus importantes dès lors qu'elles ont un impact supérieur à 2 M€ pour ADLPartner ;
- un droit pour Monsieur Bertrand Laurioz (gendre de Monsieur Philippe Vigneron) de rester membre et Président Directeur Général d'ADLPartner (avec un engagement de vote en ce sens, dans le respect des règles de gouvernance d'ADLPartner), jusqu'en 2029 au minimum, sous réserve (i) de la survenance d'un certain nombre d'événements dits disqualifiant<sup>4</sup> ou (ii) d'un accord contraire des trois branches familiales (iii) ou d'un cas d'incapacité ou d'invalidité avérée;
- la possibilité pour chacune des branches du groupe familial Vigneron d'avoir chacun (i.e. Madame Claire Vigneron-Brunel, Madame Isabelle Vigneron-Laurioz et Monsieur Marc Vigneron) un représentant au conseil d'ADLPartner ;
- l'obligation pour les parties de faire en sorte que des membres indépendants soient nommés au sein du conseil d'ADLPartner, avec une obligation de concertation préalable sur l'identité desdits membres, dans le respect des règles de gouvernance d'ADLPartner ;
- L'obligation d'obtenir l'accord des héritiers de Monsieur Jean-Marie Vigneron en cas demande de mise en jeu des droits de sortie forcée ou conjointe statutaire de la société Sogespa, sauf à les indemniser du préjudice financier subi liés à la violation des engagements fiscaux pris en relation avec les engagements collectifs de conservation précités.

#### 4. Pouvoirs du directeur général et du conseil d'administration

Concernant les pouvoirs du directeur général, nous vous renvoyons principalement au paragraphe 2.2 ci-dessus qui précise les décisions qui doivent faire l'objet, aux termes des statuts de la société et du règlement intérieur du conseil, d'une délibération préalable du conseil d'administration.

L'assemblée générale de la société du 16 juin 2023 a autorisé le conseil d'administration de procéder à des rachats d'actions de la société. L'assemblée générale de la société du 17 juin 2022 a autorisé le conseil d'administration à annuler les actions acquises dans le cadre d'un programme de rachat. L'assemblée générale de la société du 18 juin 2021 a autorisé le conseil d'administration à attribuer gratuitement des actions existantes de la société.

---

<sup>4</sup> Aux termes du pacte on entend par événement disqualifiant (i) le fait que les comptes consolidés d'ADLPartner fassent ressortir un montant de pertes cumulées : (i) excédant, sur une période de 3 exercices consécutifs, 70 % du capital social d'ADLPartner plus 30 % de la différence entre le montant total des capitaux propres part du groupe et le capital social de cette société, qui existaient au début de la période considérée, ou (ii) excédant, sur une période de 4 exercices consécutifs, 50 % du capital social d'ADLPartner plus 25 % de la différence entre le montant total des capitaux propres part du groupe et le capital social de cette société, qui existaient au début de la période considérée et (dans les deux cas précédents), si un cabinet de conseil en direction d'entreprises, de réputation internationale et acceptable par l'ensemble des personnes concernées, conclut, après avoir mené une expertise appropriée, que Monsieur Bertrand Laurioz n'est plus apte à remplir ses fonctions

## 5. Règles applicables à la nomination et au remplacement des membres du conseil d'administration ainsi qu'à la modification des statuts de la société

### 5.1. Les règles applicables à la nomination et au remplacement des membres du conseil d'administration.

La société est administrée par un conseil d'administration de trois (3) membres au moins et de dix-huit (18) au plus, sauf dérogation temporaire prévue la réglementation applicable.

Les administrateurs sont nommés ou renouvelés dans leurs fonctions par l'assemblée générale ordinaire des actionnaires qui peut les révoquer à tout moment. Toutefois, en cas de fusion ou de scission, la nomination des administrateurs peut être faite par l'assemblée générale extraordinaire.

Les administrateurs peuvent être des personnes physiques ou des personnes morales.

La durée des fonctions des administrateurs est de trois (3) années ; elle expire à l'issue de l'assemblée qui statue sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expire leur mandat.

Les administrateurs sont toujours rééligibles.

Les administrateurs ne sont pas tenus de posséder d'actions de la société.

L'assemblée générale ordinaire peut également nommer des censeurs, personnes physiques ou morales, actionnaires ou non. La durée des fonctions de censeur est de trois (3) années ; elle expire à l'issue de l'assemblée qui statue sur les comptes de l'exercice écoulé et tenue dans l'année au cours de laquelle expire leur mandat. Les censeurs sont toujours rééligibles. Ils peuvent être révoqués à tout moment par décision de l'assemblée générale ordinaire. Les censeurs assistent aux séances du conseil d'administration ; dans ce cadre, ils font part de leurs avis et observations et participent aux délibérations mais uniquement avec voix consultative.

### 5.2. Les règles applicables à la modification des statuts de la société.

L'assemblée générale extraordinaire est seule habilitée à modifier les statuts dans toutes leurs dispositions.

## 6. Accords qui sont modifiés ou prennent fin en cas de changement de contrôle de la société ou prévoyant des indemnités pour les membres du directoire ou les salariés, s'ils démissionnent ou sont licenciés sans cause réelle ou sérieuse ou si leur emploi prend fin en raison d'une offre publique

Certains contrats conclus avec les principaux partenaires clients, assureurs et éditeurs prévoient des clauses de changement de contrôle, de manière assez usuelle en la matière. Compte tenu des engagements de confidentialité pris, et aux fins de ne pas porter atteinte aux intérêts de la société, il n'est pas possible de les identifier individuellement. On précisera enfin qu'il n'existe pas d'accord conclu par la société qui serait modifié ou prendrait fin en cas de changement de contrôle de la société ou qui prévoirait des indemnités pour les membres du conseil d'administration ou les salariés, s'ils démissionnent ou sont licenciés sans cause réelle et sérieuse ou si leur emploi prend fin en raison expressément d'une offre publique.

Le paragraphe 3.4 du présent rapport présente la rémunération due au directeur général en cas de fin de son mandat, suite notamment à un changement de contrôle de la société ADLPartner au sens de l'article L.233-16 du Code de commerce.

### 3.5.5. Tableau des délégations en matière d'augmentation de capital

L 225-129-1, L225-129-2, L225-100

Date de l'autorisation	Nature de la délégation	Durée de la délégation	Utilisation au cours de l'exercice 2021
	Néant		

### 3.5.6. Procédure d'évaluation des conventions courantes

Lors de sa réunion du 29 mars 2024, le conseil d'administration de la société a confirmé la procédure suivante permettant d'évaluer régulièrement si les conventions portant sur des opérations courantes et conclues à des conditions normales (les « Conventions Courantes ») remplissent bien ces conditions, et conformément aux nouvelles dispositions de l'article L.225-87 du Code de commerce :

Il appartient au directeur général de la société, préalablement à la conclusion de toute convention entre la société et une personne visée à l'article L.225-86 du Code de commerce, de vérifier ou faire vérifier, après avoir pris avis de la direction financière de la société (cette dernière pouvant faire appel à tout expert de son choix pour rendre son avis, et notamment au conseil juridique du Groupe), si cette convention doit être soumise à la procédure des conventions réglementées ou non et ainsi de déterminer le cas échéant si cette convention doit être considérée comme une Convention Courante..

Dans l'hypothèse d'une Convention Courante pour laquelle le directeur général ou un membre du conseil d'administration est directement ou indirectement partie (hors conventions conclues entre la société et une de ses filiales ou sous-filiales), le conseil devra être systématiquement informé de sa signature.

La liste et les caractéristiques des Conventions Courantes nouvelles devront être transmises chaque année par le directeur général au conseil qui devra procéder à leur évaluation. A cette occasion, le conseil devra également procéder à l'évaluation des Conventions Courantes préalablement conclues qui se sont poursuivies au cours de l'exercice précédent. Pour les besoins de cette évaluation, le Conseil aura la possibilité, comme le directeur général, de s'appuyer sur les avis de la direction financière de la société ainsi que sur ceux du comité d'audit, voir des commissaires aux comptes. Il pourra faire appel à tout tiers expert de son choix et notamment au conseil juridique du groupe. Les membres du conseil directement ou indirectement intéressés à une Convention Courante ne participeront pas à son évaluation.



## 4. DESCRIPTIF DU PROGRAMME DE RACHAT

En application des articles 241-1 à 241-5 du Règlement Général de l'Autorité des Marchés Financiers et du règlement européen (EU) n°596/2014 du 16 avril 2014, ainsi que des règlements délégués (UE) n°2016/908 du 26 février 2016 et n°2016/1052 du 8 mars 2016, le présent document constitue le descriptif du programme de rachat proposé à l'assemblée générale mixte des actionnaires de la société ADLPartner du 14 juin 2024.

### Objectifs du programme de rachat

L'autorisation demandée à l'assemblée générale mixte des actionnaires du 14 juin 2024 est destinée à permettre à ADLPartner :

1. de satisfaire aux obligations découlant des programmes d'options sur actions, ou autres allocations d'actions, notamment l'attribution gratuite d'actions, aux salariés ou aux dirigeants d'ADLPartner ou d'une entreprise associée ;
2. de satisfaire aux obligations découlant de titres de créance qui sont échangeables en actions ADLPartner ;
3. de réduire son capital en les annulant ;
4. d'animer le marché secondaire ou la liquidité de l'action ADLPartner par l'intermédiaire d'un prestataire de service d'investissement intervenant au nom et pour le compte de la société en toute indépendance au travers d'un contrat de liquidité conforme à une charte de déontologie reconnue par l'Autorité des marchés financiers ;
5. de mettre en œuvre tout autre but qui viendrait à être autorisé ou toute autre pratique de marché qui viendrait à être admise par la loi ou la réglementation en vigueur.

Les opérations ci-dessus décrites pourront être effectuées par tout moyen compatible avec la loi et la réglementation en vigueur. Ces opérations pourront intervenir à tout moment, y compris en période d'offre publique, dans les conditions et limites autorisées par la réglementation en vigueur.

### Montant pécuniaire maximal alloué au programme – nombre maximal d'actions à acquérir

Il est proposé à l'assemblée générale de fixer le nombre maximum d'actions pouvant être acquises à 10 % du capital de la société arrêté au 31 mars 2024, ce qui correspond à 416 459 actions, étant précisé que, pour le calcul de la limite de 10%, lorsque les actions sont achetées dans le cadre d'un contrat de liquidité, il sera tenu compte du nombre d'actions revendues pendant la durée de l'autorisation, les acquisitions réalisées par la société ne pouvant toutefois en aucun cas l'amener à détenir, directement ou indirectement, plus de 10% de son capital social. Il est proposé à l'assemblée que le montant total consacré à ces acquisitions ne puisse pas dépasser au total 16 millions d'€, hors frais.

En outre, dans la mesure où le rachat aurait pour objet l'une des trois premières finalités, ou la cinquième finalité, mentionnées ci-dessus, il est proposé que le prix maximum d'achat ne puisse excéder 40 € par action, hors frais. Dans la mesure où le rachat aurait pour objet la quatrième finalité mentionnée ci-dessus, il est proposé que le prix maximum d'achat ne puisse excéder 40 € par action. En cas d'augmentation de capital par incorporation de réserves et attribution d'actions gratuites, en cas de division ou de regroupement des actions, le prix unitaire ci-dessus visé serait ajusté par un coefficient multiplicateur égal au rapport entre le nombre de titres composant le capital avant l'opération et ce nombre après l'opération.

Les titres concernés par le programme de rachat sont les actions ordinaires émises par la société ADLPartner cotées sur Euronext Paris (compartiment C) sous le code ISIN FR 0000062978.

**Durée du programme**

Le programme de rachat pourra être mis en œuvre jusqu'à son renouvellement par une prochaine assemblée générale, et dans tous les cas, pendant une période maximale de dix-huit mois à compter de l'approbation de la vingtième résolution de l'assemblée générale ordinaire du 14 juin 2024, soit au plus tard le 14 décembre 2025.



## 5. RAPPORT SPÉCIAL SUR LES OPÉRATIONS D'ATTRIBUTION GRATUITE D' ACTIONS AU BÉNÉFICE DU PERSONNEL SALARIÉ ET DES DIRIGEANTS

Conformément aux dispositions de l'article L. 225-197-4 du Code de commerce, nous avons l'honneur de vous rendre compte des opérations d'attribution d'actions réalisées en vertu des dispositions des articles L.225-197-1 à L.225-197-3 dudit code.

Les programmes accordés en 2023 l'ont été en totalité par la société ADLPartner (la « Société »), aucune des sociétés liées à la Société n'ayant mis en place d'opérations d'attribution d'actions dans les conditions prévues à l'article L.225-197-2 du Code de commerce.

Ils ont été attribués le 15 décembre 2023 par le conseil d'administration de la Société, suite à l'autorisation donnée par l'assemblée générale des actionnaires du 18 juin 2021.

### 1. Programmes accordés en 2023

Nous vous indiquons ci-après, le nombre et la valeur des actions, qui durant l'année écoulée ont été consenties :

- à raison des mandats et fonctions exercées dans la Société, à chacun des mandataires sociaux ;
- à chacun des salariés de la Société non-mandataires sociaux, étant précisé que seuls les 12 salariés non-mandataires sociaux indiqués se sont vu attribuer gratuitement des actions de la Société en 2023
- à chacun des salariés et mandataires sociaux des autres entités du groupe (les entités concernées sont ADLP Assurances, Dékuple Ingénierie Marketing, Converteo, ADLPartner Hispania et Brainsonic)

Statut	Plan	Nombre d'Actions Gratuites Attribuées	Nombre de Bénéficiaires Distincts	Valeur de marché totale à l'attribution (en €)
Autres Entités	Plan A 2023	6 248	9	168 696 €
	Plan C 2023	2 594	2	70 038 €
<b>Total Autres Entités</b>		<b>8 842</b>	<b>11</b>	<b>238 734 €</b>
<b>Mandataire Social</b>	<b>Plan B 2023</b>	<b>13 162</b>	<b>1</b>	<b>355 374 €</b>
Salariés ADLPartner	Plan A 2023	10 779	7	291 033 €
	Plan C 2023	10 373	5	280 071 €
<b>Total pour Salariés ADLPartner</b>		<b>21 152</b>	<b>12</b>	<b>571 104 €</b>
<b>Total général</b>		<b>43 156</b>	<b>24</b>	<b>1 165 212 €</b>

## 2. Actions définitivement acquises en 2023

Nous vous rendons compte ci-après du nombre d'actions remis par la Société suite à la fin de la période d'acquisition de programmes d'attribution gratuite d'actions préalablement accordés.

Catégorie	Nombre d'Actions	Nombre d'Attributaires
Mandataire social	24 279	2
Autres Entités	4 707	4
Salariés ADLPartner	13 662	6
<b>Total général</b>	<b>42 648</b>	<b>12</b>



## 6. RAPPORT COMPLÉMENTAIRE DU CONSEIL D'ADMINISTRATION QUANT AUX RÉSOLUTIONS PROPOSÉES PAR LE CONSEIL D'ADMINISTRATION À L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE DES ACTIONNAIRES DU 14 JUIN 2024

Mesdames, Messieurs les associés,

En complément de notre rapport de gestion et de notre rapport sur le gouvernement d'entreprise, nous vous prions de bien vouloir trouver ci-après nos commentaires sur les projets de résolutions que nous soumettons à votre vote.

Les trois premières résolutions soumises au vote sont relatives à l'approbation des comptes sociaux et consolidés de la société pour l'exercice 2023 et à l'affectation du résultat. Le détail des comptes et la proposition d'affectation de résultat figurent dans notre rapport de gestion.

La quatrième résolution est relative à la fixation du montant annuel de la rémunération alloué aux membres du conseil d'administration et au censeur. Le montant proposé de 170.000 € est identique à celui alloué au titre de l'exercice précédent.

La cinquième résolution est relative au renouvellement du mandat du cabinet RSM Paris en sa qualité de co-commissaire aux comptes de la société avec mission de certification des comptes et de certification des informations en matière de durabilité. Nous vous renvoyons au rapport du conseil sur le gouvernement d'entreprise.

La sixième résolution est relative aux conventions réglementées. Nous vous renvoyons au rapport spécial des commissaires aux comptes sur les conventions réglementées.

Les septième, huitième et neuvième résolutions sont relatives ou liées à la politique de rémunération des mandataires sociaux de la Société et des membres du conseil pour 2023 et 2024. Nous vous renvoyons au rapport du conseil sur le gouvernement d'entreprise.

La dixième résolution est relative à l'autorisation d'un programme de rachat d'actions. Il s'agit de renouveler l'autorisation préalablement donnée. Nous vous renvoyons au descriptif dudit programme de rachat publié par ailleurs pour plus d'informations.

La onzième résolution est relative à l'autorisation donnée au conseil d'administration à l'effet de procéder à des attributions gratuites d'actions existantes de la Société aux salariés et dirigeants mandataires sociaux de la Société et des sociétés de son groupe. Cette autorisation serait limitée à 15% du capital et serait donnée pour 38 mois. Il s'agit encore de renouveler l'autorisation préalablement donnée (tout en l'étendant à 15% du capital comme autorisé dorénavant par la

réglementation). Nous vous renvoyons au projet de résolutions et au rapport des commissaires aux comptes pour plus de détail.

La douzième résolution est relative à l'octroi d'une autorisation au conseil d'administration à l'effet d'annuler les actions acquises dans le cadre d'un programme de rachat d'actions. Cette autorisation serait limitée à 10% du capital et serait donnée pour 24 mois. Elle ne porte pas atteinte à l'égalité des actionnaires dans la mesure où elle concerne uniquement des actions auto-détenues. Il s'agit encore de renouveler l'autorisation préalablement donnée. Nous vous renvoyons au projet de résolutions et au rapport des commissaires aux comptes pour plus de détail.

La treizième résolution est relative aux pouvoirs pour les formalités.

Le conseil d'administration recommande de voter favorablement à l'ensemble des résolutions qui sont soumises à votre vote.

Le Conseil d'administration.



## 7. ETATS FINANCIERS

<b>7.1. COMPTES CONSOLIDÉS .....</b>	<b>169</b>
<b>7.2. COMPTES ANNUELS DE ADLPARTNER SA.....</b>	<b>209</b>

## 7.1. COMPTES CONSOLIDÉS

### 7.1.1. Bilan consolidé

#### 1. ACTIF

(en k€)	Notes	31/12/2023	31/12/2022
<b>Actifs non-courants</b>			
Ecart d'acquisition	3.1.	39 267	31 031
Droits d'utilisation contrats de location		16 739	15 356
Immobilisations incorporelles	3.2.	4 886	4 775
Immobilisations corporelles	3.3.	4 297	4 664
Participations dans les entreprises associées	5.2.	0	1 500
Titres non consolidés		0	109
Autres actifs financiers	3.4.	1 874	2 074
Actifs d'impôts différés	3.5.	4 673	3 098
<b>Sous-Total Actifs non-courants</b>		<b>71 737</b>	<b>62 607</b>
<b>Actifs courants</b>			
Stocks	3.6.	1 367	4 330
Clients et autres débiteurs	3.7.	58 139	53 555
Autres actifs	3.8.	2 746	2 489
Trésorerie et équivalents de trésorerie	3.9.	63 570	60 589
<b>Sous-Total Actifs courants</b>		<b>125 822</b>	<b>120 962</b>
Actifs destinés à être cédés		0	0
<b>TOTAL ACTIFS</b>		<b>197 559</b>	<b>183 569</b>

## 2. PASSIF

(en k€)	Notes	31/12/2023	31/12/2022
<b>Capital</b>		6 479	6 479
Réserves consolidées		31 746	19 460
Résultat consolidé		12 880	11 398
<b>Capitaux Propres</b>	<b>3.10.</b>	<b>51 105</b>	<b>37 337</b>
Dont			
Part du groupe		33 960	23 916
Intérêts minoritaires		17 145	13 421
<b>Passifs non-courants</b>			
Provisions à long terme	3.12.	3 091	1 967
Passifs financiers	3.13.	38 827	44 816
Dette de loyers		13 360	12 420
Passifs d'impôts différés	3.14.	254	268
<b>Sous-Total Passifs non-courants</b>		<b>55 532</b>	<b>59 470</b>
<b>Passifs courants</b>			
Provisions à court terme	3.15.	677	274
Dettes fiscales et sociales		23 726	21 797
Fournisseurs et autres créditeurs	3.16.	47 631	47 709
Passifs financiers	3.13.	5 548	6 104
Dette de loyers		3 832	3 255
Autres passifs	3.17.	9 508	7 622
<b>Sous-Total Passifs courants</b>		<b>90 922</b>	<b>86 762</b>
Passifs destinés à être cédés		0	0
<b>TOTAL CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS</b>		<b>197 559</b>	<b>183 569</b>

## 7.1.2. Compte de résultat consolidé

(En k€)	Notes	2023	2022
<b>Chiffre d'Affaires Net HT</b>	<b>4.1.</b>	<b>199 662</b>	<b>181 250</b>
Achats consommés		(23 711)	(30 689)
Charges de personnel	4.2.	(80 604)	(65 858)
Charges externes		(68 894)	(61 075)
Impôts et taxes		(2 873)	(2 829)
Dotations aux amortissements des immobilisations		(7 103)	(5 037)
Autres produits et charges d'exploitation	4.3.	1 009	1 284
<b>Résultat opérationnel courant</b>		<b>17 485</b>	<b>17 046</b>
Autres produits et charges	5.2.	0	(600)
<b>Résultat opérationnel</b>		<b>17 485</b>	<b>16 446</b>
Produits de trésorerie et d'équivalents de trésorerie		1 005	22
Coût de l'endettement financier brut		(550)	(322)
<b>Charges financières / Produits financiers nets</b>	<b>4.4.</b>	<b>454</b>	<b>(300)</b>
Autres produits et charges financiers	4.4.	(6)	26
Charge d'impôt	4.5.	(4 495)	(3 820)
Quote-part du résultat net des sociétés mises en équivalence	5.2.	(558)	(955)
<b>Résultat des activités poursuivies</b>		<b>12 880</b>	<b>11 398</b>
<b>Résultat net d'impôt des activités arrêtées ou en cours de cession</b>	<b>4.6.</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Résultat net</b>		<b>12 880</b>	<b>11 398</b>
. Part du groupe		12 442	10 891
. Intérêts minoritaires		438	506
<b>Résultat net part du groupe de base par action en €</b>	<b>3.11.</b>	<b>3,12</b>	<b>2,73</b>
<b>Résultat net part du groupe dilué par action en €</b>		<b>3,06</b>	<b>2,64</b>

ETAT DE RESULTAT GLOBAL	Notes	2023	2022
<b>Résultat net</b>		<b>12 880</b>	<b>11 398</b>
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres :			
Ecart de change liés à la conversion des activités à l'étranger		9	(4)
Engagements de retraite (IAS 19 révisée) : Ecart actuariels brut		(543)	665
Engagements de retraite (IAS 19 révisée) : Impôts sur écarts actuariels		136	(170)
Engagements de retraite (IAS 19 révisée) : Ecart actuariels net		(407)	495
<b>Résultat net global</b>		<b>12 482</b>	<b>11 888</b>
. Part du groupe		12 136	11 334
. Intérêts minoritaires		346	555

### 7.1.3. EBITDA retraité

(En k€)	2023	2022
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>17 485</b>	<b>17 046</b>
+ Dotations aux amortissements des immobilisations	7 103	5 037
+ Impôts et taxes	2 873	2 829
- Retraitement de l'impact IFRS16 des charges de loyers	(3 998)	(2 859)
+ Retraitement de l'impact IFRS2 des attributions d'actions gratuites	1 485	1 267
<b>EBITDA Retraité</b>	<b>24 948</b>	<b>23 320</b>

## 7.1.4. Tableau des flux de trésorerie nette consolidés

En k€	2023	2022
<b>Résultat net consolidé</b> (y compris intérêts minoritaires)	<b>12 880</b>	<b>11 398</b>
+ / - Dotations nettes aux amortissements et provisions (à l'exclusion de celles liées à l'actif circulant)	7 817	6 120
- / + Gains et pertes latents liés aux variations de juste valeur		
+ / - Charges et produits calculés liés aux stock-options et assimilés	1 291	795
- / + Autres produits et charges calculés		
- / + Plus et moins-values de cession	(142)	(34)
- / + Profits et pertes de dilution		
+ / - Quote-part de résultat liée aux sociétés mises en équivalence	558	955
- Dividendes (titres non consolidés)		
<b>Capacité d'autofinancement après produits financiers nets et impôt société</b>	<b>22 405</b>	<b>19 234</b>
+ / - Charges et produits financiers nets	(454)	300
+ / - Charge d'impôt société (y compris impôts différés)	4 495	3 820
<b>Capacité d'autofinancement avant produits financiers nets et impôt société (A)</b>	<b>26 445</b>	<b>23 353</b>
- <i>Impôt société versé (B)</i>	(2 954)	(3 714)
+ / - Variation du B.F.R. lié à l'activité (y compris dette liée aux avantages au personnel)	680	(4 758)
<b>(C)</b>		
<b>= FLUX NET DE TRESORERIE GENERALE PAR L'ACTIVITE (D) = (A + B + C)</b>	<b>24 171</b>	<b>14 881</b>
- Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(3 001)	(2 765)
+ Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	167	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	(3 508)	(4 966)
+ Dividendes reçus (sociétés mises en équivalence, titres non consolidés)		
+ / - Variation des prêts et avances consentis	(35)	(1 200)
+ Subventions d'investissement reçues		
+ / - Autres flux liés aux opérations d'investissement	(330)	(913)
<b>= FLUX NET DE TRESORERIE LIE AUX OPERATIONS D'INVESTISSEMENT (E)</b>	<b>(6 707)</b>	<b>(9 839)</b>
+ Sommes reçues des actionnaires lors d'augmentations de capital		
. Versées par les actionnaires de la société mère		
. Versées par les minoritaires des sociétés intégrées		30
+ Sommes reçues lors de l'exercice des stock-options		
- / + Rachats et reventes d'actions propres	(2 211)	(417)
- 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		(24)
+ Encaissements liés aux nouveaux emprunts	47	23 000
- Remboursements d'emprunts	(7 445)	(4 146)
- / + Charges et produits financiers nets versés ou reçus	570	(266)
+ / - Autres flux liés aux opérations de financement	(2)	(11)
<b>= FLUX NET DE TRESORERIE LIE AUX OPERATIONS DE FINANCEMENT (F)</b>	<b>(12 539)</b>	<b>14 657</b>
+ / - Incidence des variations des cours des devises <b>(G)</b>	9	(4)
<b>= VARIATION DE LA TRESORERIE NETTE (D + E + F + G)</b>	<b>4 935</b>	<b>19 695</b>
<b>Trésorerie d'ouverture</b>	<b>58 457</b>	<b>38 762</b>
<b>Trésorerie de clôture</b>	<b>63 392</b>	<b>58 457</b>
<b>Trésorerie active</b>	<b>63 570</b>	<b>60 589</b>
<b>Trésorerie passive</b>	<b>(178)</b>	<b>(2 132)</b>
<b>Trésorerie nette</b>	<b>63 392</b>	<b>58 457</b>

## 7.1.5. Variation des capitaux propres consolidés

en k€	Part du groupe					Intérêts minoritaires	TOTAL ENSEMBLE CONSOLIDÉ
	Capital	Réserves liées au capital (1)	Réserves consolidées (2)	Résultat net de l'exercice	TOTAL		
<b>CAPITAUX PROPRES AU 31/12/2021</b>	<b>6 479</b>	<b>56 088</b>	<b>-50 301</b>	<b>8 491</b>	<b>20 757</b>	<b>10 011</b>	<b>30 769</b>
Résultat net de l'exercice				10 891	10 891	506	11 398
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres :							
Ecart de change liés à la conversion des activités à l'étranger			-1		-1	-3	-4
Engagements de retraite : Ecarts actuariels non recyclables en résultat			444		444	51	495
<b>Résultat global de l'exercice</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>442</b>	<b>10 891</b>	<b>11 334</b>	<b>555</b>	<b>11 888</b>
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	512	0	512	33	545
Impacts puts sur minoritaires et earn out	0	0	-3 953	0	-3 953	0	-3 953
Impacts goodwill	0	0	0	0	0	3 217	3 217
Impacts variations de périmètre et changements de méthode de consolidation	0	0	-1 225	0	-1 225	-395	-1 619
<b>CAPITAUX PROPRES AU 31/12/2022</b>	<b>6 479</b>	<b>65 882</b>	<b>-59 337</b>	<b>10 891</b>	<b>23 916</b>	<b>13 421</b>	<b>37 337</b>
Résultat net de l'exercice				12 442	12 442	438	12 880
Produits et charges comptabilisés directement en capitaux propres :							
Ecart de change liés à la conversion des activités à l'étranger			3		3	6	9
Engagements de retraite : Ecarts actuariels non recyclables en résultat			-309		-309	-98	-407
<b>Résultat global de l'exercice</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-306</b>	<b>12 442</b>	<b>12 136</b>	<b>346</b>	<b>12 482</b>
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	-719	0	-719	203	-516
Impacts puts sur minoritaires et earn out	0	0	2 308	0	2 308	0	2 308
Impacts goodwill	0	0	0	0	0	2 420	2 420
Impacts variations de périmètre et changements de méthode	0	0	-181	0	-181	755	574
<b>CAPITAUX PROPRES AU 31/12/2023</b>	<b>6 479</b>	<b>70 969</b>	<b>-55 929</b>	<b>12 442</b>	<b>33 960</b>	<b>17 145</b>	<b>51 105</b>

(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

## 7.1.6. Annexe aux comptes consolidés

### Table des matières de l'annexe aux comptes consolidés

<b>1. Informations Générales.....</b>	<b>176</b>	3.12. Provisions à long terme.....	195
1.1. Faits significatifs 2023.....	176	3.13. Passifs financiers .....	198
<b>2. Règles et méthodes comptables.....</b>	<b>176</b>	3.14. Impôts différés passifs.....	198
2.1. Base de préparation des états financiers	176	3.15. Provisions à court terme.....	198
2.2. Présentation des états financiers consolidés .....	178	3.16. Fournisseurs et autres créditeurs .....	199
2.3. Méthodes de consolidation .....	178	3.17. Autres passifs.....	199
2.4. Regroupements d'entreprises .....	179	<b>4. Notes relatives au compte de résultat ..</b>	<b>200</b>
2.5. Transactions en devises étrangères .....	180	4.1. Produits – Information Sectorielle.....	200
2.6. Actifs non courants destinés à être cédés et abandon d'activité .....	180	4.2. Données sociales .....	201
2.7. Actifs incorporels.....	181	4.3. Autres produits et charges d'exploitation	201
2.8. Immobilisations corporelles.....	181	4.4. Autres produits et charges .....	201
2.9. Contrats de location .....	182	4.5. Résultat financier net.....	201
2.10. Dépréciation d'actifs.....	182	4.6. Impôts sur le résultat .....	201
2.11. Stocks .....	182	<b>5. Informations complémentaires.....</b>	<b>203</b>
2.12. Clients et autres débiteurs .....	182	5.1. Tableau de flux de trésorerie.....	203
2.13. Trésorerie et équivalents de trésorerie ...	183	5.2. Acquisition de participations.....	203
2.14. Actifs financiers.....	183	5.3. Transactions avec les parties liées.....	203
2.15. Actions auto-détenues .....	183	5.4. Avantages aux dirigeants .....	203
2.16. Avantages accordés au personnel.....	183	5.5. Honoraires des commissaires aux comptes et membres de leurs réseaux pris en charge par le Groupe .....	204
2.17. Paiements en actions ou assimilés .....	184	5.6. Transactions non réalisées en trésorerie	204
2.18. Provisions .....	184	5.7. Engagements donnés et reçus.....	204
2.19. Passifs Financiers.....	184	5.8. Événements postérieurs à la clôture .....	205
2.20. Fournisseurs et autres créditeurs.....	184	5.9. Dettes potentielles.....	205
2.21. Impôt différé .....	184	<b>6. Liste des sociétés consolidées .....</b>	<b>206</b>
2.22. Chiffre d'affaires .....	185		
2.23. Coûts d'emprunts .....	186		
2.24. Impôt sur les sociétés .....	186		
2.25. Secteurs opérationnels et géographiques .....	186		
<b>3. Notes relatives au bilan.....</b>	<b>187</b>		
3.1. Goodwill .....	187		
3.2. Immobilisations incorporelles .....	188		
3.3. Immobilisations corporelles.....	189		
3.4. Autres actifs financiers non courants .....	190		
3.5. Impôts différés actifs .....	190		
3.6. Stocks .....	190		
3.7. Clients et autres débiteurs .....	191		
3.8. Autres actifs .....	191		
3.9. Trésorerie et équivalents de trésorerie ...	191		
3.10. Capitaux propres.....	192		
3.11. Résultat par action .....	193		

## 1. Informations Générales

Le Groupe ADLPartner (« DÉKUPLE ») est un acteur 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.

Le Groupe se structure autour de trois activités principales : services et conseil en data marketing, services de presse et courtage d'assurances.

La clientèle prospectée 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 société tête de Groupe est ADLPartner, société de droit français, SA à conseil d'administration au capital de 6 478 836,00 €, domiciliée 3 avenue de Chartres - 60 500 Chantilly, cotée sur Euronext Paris – compartiment C – Isin FR0000062978.

Le conseil d'administration a donné son autorisation de publication des états financiers consolidés au 31 décembre 2023, le 29 mars 2024. Ces comptes ne seront définitifs qu'après leur approbation par l'assemblée générale des actionnaires le 14 juin 2024.

### 1.1. Faits significatifs 2023

La société Laboratoires Yssena a fait l'objet d'une Transmission Universelle de Patrimoine dans la société ADLPartner au 30 avril 2023.

La société Converteo a acquis le fonds de commerce de la société Synomia. Cette acquisition a engendré la comptabilisation d'un goodwill complémentaire. En Juillet 2023, la société a augmenté sa participation dans la filiale Groupe Grand Mercredi par rachat de l'ensemble des actions d'un associé minoritaire et par le biais d'une incorporation de créance au capital. Il en résulte une participation majoritaire et un passage des comptes de la filiale d'une mise en équivalence à l'intégration globale.

En Décembre 2023, la société a cédé les titres de la société Groupe Grand Mercredi à sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing pour maintenir la cohérence de l'organigramme au regard de l'activité de cette filiale qui appartient à l'offre de services en data marketing.

## 2. Règles et méthodes comptables

### 2.1. Base de préparation des états financiers

#### 2.1.1. Référentiel

Les sociétés entrant dans le périmètre de consolidation du Groupe ont établi des comptes annuels arrêtés au 31 décembre 2023.

Les états financiers sont établis au 31 décembre 2023 conformément au référentiel IFRS tel qu'adopté par l'Union Européenne et publié par l'IASB.

La devise dans laquelle sont présentés les comptes consolidés est l'euro (EUR)

Tous les montants sont exprimés en milliers d'euros, sauf précision contraire. L'établissement des états financiers consolidés préparés conformément aux normes internationales d'information financière (IFRS) implique que le Groupe procède à un certain nombre d'estimations et retienne certaines hypothèses qui affectent le montant des actifs et passifs, les produits et charges enregistrés sur la période ainsi que les actifs et passifs potentiels mentionnés dans les notes aux états financiers. A chaque clôture, ces hypothèses et estimations peuvent être révisées, si les circonstances sur lesquelles elles sont fondées ont évolué ou si de nouvelles informations sont disponibles. Il est possible que les résultats futurs diffèrent de ces estimations et hypothèses.

Les principales estimations et jugements comptables effectués par le Groupe portent sur les points suivants :

- Appréciation du risque clients et provisions correspondantes, se référer à la note 3.7,
- Evaluation des impôts différés sur les déficits reportables des filiales, se référer à la note 4.6,
- Evaluation et ajustement du niveau de dépréciation des goodwill,
- Evaluation des engagements d'achats d'actions (puts sur minoritaires) se référer à la note 3.13.

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

- Décision de l'IFRS IC d'avril 2021, portant sur l'attribution des avantages aux périodes de services rendus par les bénéficiaires de régimes d'avantages postérieurs à l'emploi ;
- Amendements à IFRS 4 « extension de l'exemption temporaire pour l'application de la norme IFRS 9 » ;
- Amendements à IFRS 16 « COVID-19 allègement des loyers » ;
- Amendements à IFRS 9, IAS 39, IFRS 7, IFRS 4 & IFRS 16 « réforme des taux d'intérêt de référence » (phase 2).

Ces normes et interprétations n'ont pas d'impact sur le groupe.

Les nouvelles normes, amendements de normes existantes et interprétations entrés en vigueur au 1er janvier 2023 et mentionnées ci-après n'ont pas d'incidence significative sur les comptes consolidés :

- Amendements à IAS 1 et au practice statement 2 « informations sur les principes comptables » ;
- Amendement à IAS 8 « définition des estimations comptables » ;
- Amendement à IAS 12 « impôts différés relatifs aux actifs et aux passifs résultant d'une transaction unique » ;
- Amendement à IAS 12 « réforme fiscale Pilier 2 » ;

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

- En 2023, le Groupe n'a pas opté pour une application anticipée des normes suivantes :
- IFRS 17 « contrats d'assurance » (secteurs des assurances et des mutuelles) ;
- Amendements à IAS 1 « clarification du classement des passifs en courant ou non courant » ;
- Amendements à IAS 16 « précision sur le traitement des revenus des échantillons de produits » ;
- Amendements à IAS 37 « précision sur le traitement des coûts d'exécution d'un contrat » ;
- Améliorations annuelles cycle 2018-2020 (amendements à IFRS 16, IFRS 9, IAS 41 et à IFRS 1).
- Amendement à IFRS 3 « référence au cadre conceptuel » ;
- Amendements à IFRS 17 ;
- Amendements à IAS 1 « informations significatives en matière de méthodes comptables » ;
- Amendement à IAS 8 « définition des estimations comptables » ;
- Amendement à IAS 12 « traitement des impôts différés provenant d'une seule et même transaction » ;
- IAS 7 et IFRS 7 « information concernant les accords de financement des fournisseurs y compris reverse factoring » ;
- Amendements à IAS 1 « classement d'un emprunt en courant ou en non courant » ;
- Amendements à IAS 21 « absence de convertibilité » ;

L'impact de ces normes en en cours d'analyse par le groupe. Aucun impact financier n'est attendu.

#### 2.1.2. Périmètre de consolidation

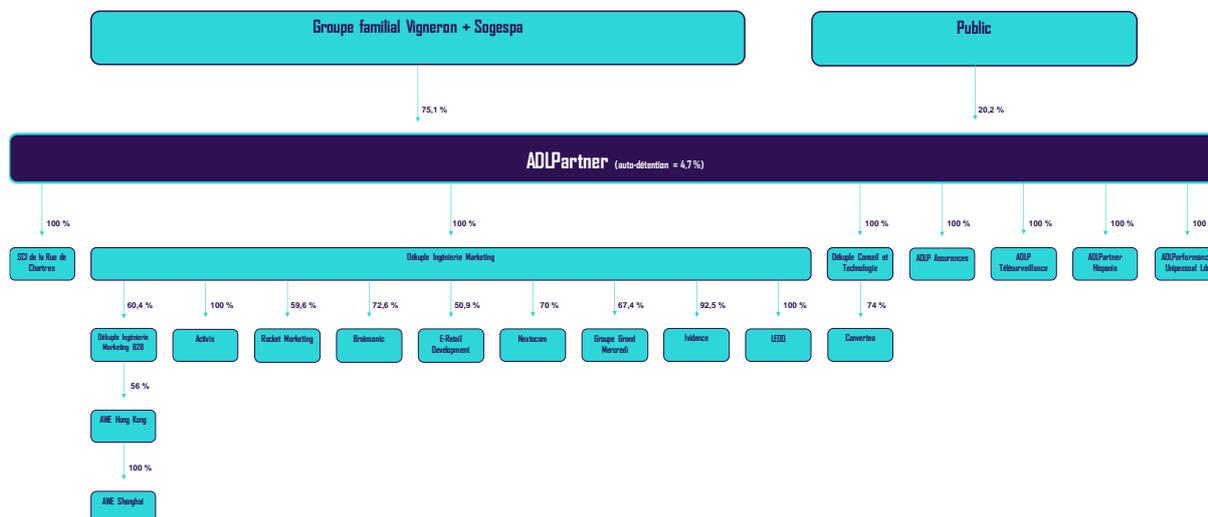
Par rapport au 31 décembre 2022, le périmètre de consolidation a évolué de la façon suivante :

- 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<sup>er</sup> 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, Decide.AI a ensuite été dissoute le 1er juillet 2023 à la suite d'une Transmission Universelle de Patrimoine.
- Cession des titres #NoComment par Dékuple Ingénierie Marketing B2B le 1er juillet 2023.
- Livraison d'actions gratuites de la filiale AWE Hong Kong et acquisition complémentaire de titres le 7 octobre 2023 désormais détenue à 56 % par Dékuple Ingénierie Marketing B2B.

**COMPTES CONSOLIDÉS**  
annexe aux comptes consolidés

- Livraison d'actions gratuites de la filiale Rocket Marketing désormais détenue à 59,6 % par Dékuple Ingénierie Marketing.
- Acquisition complémentaire de titres le 31 juillet 2023 de la filiale Groupe Grand Mercredi détenue à 67,4 % et cession le 22 décembre 2023 de cette filiale par ADLPartner à Dékuple Ingénierie Marketing.
- Acquisition le 2 août 2023 par Dékuple Ingénierie Marketing de la filiale Nextocom détenue à 70 %.
- Déconsolidation de la filiale ADL Servicos de Fidelização car non significatif.

L'organigramme, au 31 décembre 2023, se présente comme suit :



Les titres auto-détenus représentent 4,7 % du capital d'ADLPartner (se reporter à la note 3.10.4).

ADLPartner n'exerçant aucune influence notable sur la société Chine Abonnements (participation minoritaire acquise en 2017), les comptes de cette participation ne sont pas consolidés.

## 2.2. Présentation des états financiers consolidés

Tous les montants sont exprimés en milliers d'euros, sauf précision contraire.

Les états financiers consolidés du Groupe ont été préparés sur la base des coûts historiques, à l'exception de certaines catégories d'actifs et passifs conformément aux règles édictées par les IFRS. Les catégories concernées sont mentionnées dans les notes suivantes.

Les actifs destinés à être cédés ou consommés au cours du cycle normal d'exploitation du Groupe, les actifs détenus dans la perspective d'une cession dans les douze mois suivant la clôture de l'exercice ainsi que la trésorerie et les équivalents de trésorerie constituent des actifs courants. Tous les autres actifs sont non courants.

Les dettes échues au cours du cycle d'exploitation normal du Groupe ou dans les douze mois suivant la clôture de l'exercice constituent des dettes courantes. Toutes les autres dettes sont non courantes.

Les principales méthodes comptables mises en œuvre sont décrites ci-après.

## 2.3. Méthodes de consolidation

### 2.3.1. Filiales

Les états financiers consolidés comprennent les états financiers de la société et des entités contrôlées par la société ou ses filiales. Le contrôle est caractérisé par les trois éléments suivants :

- Pouvoir sur l'autre entité,
- Exposition, ou droits, à des rendements variables de cette autre entité,
- Capacité d'utiliser son pouvoir afin d'impacter les rendements de l'autre entité.

Les résultats des filiales acquises ou cédées au cours de l'exercice sont inclus dans le compte de résultat consolidé à compter de la date effective de transfert du contrôle ou jusqu'à la date effective où le contrôle cesse d'exister.

Si nécessaire, des ajustements ont été réalisés sur les états financiers des filiales afin de mettre leurs méthodes comptables en adéquation avec celles utilisées par le Groupe.

Les participations ne donnant pas le contrôle dans les actifs nets des filiales consolidées sont identifiés séparément des capitaux propres - part du Groupe. Pour chaque prise de contrôle, le Groupe décide de les reconnaître sur la base de leur juste valeur ou sur la base de leur quote-part d'actif net. Par la suite, les participations ne donnant pas le contrôle tiennent compte des variations de l'actif net de la filiale depuis la date de regroupement.

### 2.3.2. Mise en équivalence

Une entreprise associée est une entreprise sur laquelle le Groupe exerce une influence notable ou un contrôle conjoint et qui n'est ni une filiale ni une participation dans une coentreprise. L'influence notable est le pouvoir de participer aux décisions financières et opérationnelles de l'entreprise détenue sans toutefois exercer un contrôle exclusif ou un contrôle conjoint. Le contrôle conjoint est le partage du contrôle d'une activité économique en vertu d'un accord contractuel. Il n'existe que lorsque les décisions stratégiques financières et opérationnelles correspondant à l'activité imposent le consentement unanime des parties partageant le contrôle.

Les résultats, ainsi que les actifs et passifs des entreprises associées, sont inclus dans les états financiers selon la méthode de la mise en équivalence, sauf lorsque la participation est classée en actifs destinés à être cédés selon IFRS 5 "Actifs non courants détenus en vue de la vente et activités abandonnées". Selon la méthode de la mise en équivalence, les participations dans des entreprises associées sont comptabilisées au coût ajusté des modifications post-acquisition dans la quote-part de l'investisseur dans l'entreprise détenue, diminué d'éventuelles pertes de valeurs de la participation nette. Les participations dans les entreprises associées comprennent le goodwill identifié à la date d'acquisition. Les pertes d'une entreprise associée qui excèdent la participation du Groupe ne sont pas comptabilisées, sauf si le Groupe a une obligation ferme et est en mesure d'effectuer un investissement complémentaire afin de couvrir les pertes.

### 2.3.3. Opérations éliminées en consolidation

Toutes les transactions intragroupes, les soldes débiteurs et créditeurs, les charges et produits intragroupe ont été éliminés dans le cadre de la préparation des états financiers consolidés. Les pertes latentes résultant des transactions intragroupes ne sont éliminées que dans la mesure où il n'existe pas d'indication d'une éventuelle dépréciation.

Lorsque le Groupe réalise des transactions avec des entités sous contrôle conjoint, les pertes et profits latents sont éliminés à concurrence de la part d'intérêt du Groupe dans la coentreprise.

## 2.4. Regroupements d'entreprises

En application d'IFRS 3, l'acquisition de filiales est comptabilisée en utilisant la méthode du coût d'acquisition. La contrepartie transférée à l'occasion d'un regroupement d'entreprises est mesurée, à la date de prise de contrôle, comme l'agrégat des justes valeurs des actifs transférés, des dettes contractées et des parts de capitaux propres émises par l'acquéreur.

Les frais d'acquisition que le Groupe engage pour effectuer un regroupement d'entreprises sont comptabilisés en charges lorsqu'ils sont encourus.

Les actifs identifiables de la société acquise, les passifs existants ou éventuels qui remplissent les conditions posées pour leur comptabilisation par la norme IFRS 3 sont constatés à leur juste valeur à la date d'acquisition, à l'exception des actifs non courants (ou groupes d'actifs destinés à être sortis du bilan) qui sont classés comme destinés à la vente, en application de la norme IFRS 5 « *Actifs non courants destinés à la vente et opérations abandonnées* », qui sont comptabilisés et évalués à leur juste valeur diminuée des coûts de cession.

### 2.4.1. Goodwill

Le goodwill résultant de l'acquisition d'une filiale représente l'excédent entre le coût d'acquisition des titres et le solde net des actifs identifiables acquis et des passifs repris à la date d'acquisition. Le Goodwill est initialement comptabilisé comme un actif évalué à son coût et il est ensuite diminué d'éventuelles dépréciations. Si la part d'intérêt du Groupe dans la juste valeur nette des actifs identifiables, des passifs existants et éventuels de la société acquise excède le coût du regroupement d'entreprises, l'excédent est immédiatement comptabilisé au résultat.

Ce Goodwill est testé annuellement et pour la première fois avant la fin du délai d'évaluation. Pour la réalisation de ce test, le Goodwill est alloué à chacune des unités génératrices de trésorerie (UGT) du Groupe, dont on s'attend à ce qu'elles

bénéficient des synergies liées au regroupement. Les UGT sont testées annuellement pour dépréciation, ou plus fréquemment, lorsqu'il existe un indice de perte de valeur.

Si la valeur recouvrable de l'UGT est inférieure à sa valeur nette comptable, la perte pour dépréciation est en priorité affectée pour réduire l'écart d'acquisition, puis, au prorata de la valeur nette comptable, des actifs de ladite unité. Une perte pour dépréciation reconnue sur un écart d'acquisition ne peut être reprise sur un exercice ultérieur.

Lors de la cession de la filiale ou de l'entité contrôlée conjointement, le montant attribué à l'écart d'acquisition est pris en compte dans la détermination des profits ou pertes de cession.

#### **2.4.2. Participations ne donnant pas le contrôle**

Pour chaque prise de contrôle, le Groupe décide de reconnaître les participations ne donnant pas le contrôle sur la base de leur juste valeur ou sur la base de leur quote-part d'actif net. En fonction des acquisitions, conformément à IFRS 3, le Groupe décide de prendre en compte les intérêts minoritaires sur les écarts d'acquisition (méthode du full goodwill).

### **2.5. Transactions en devises étrangères**

Les états financiers de chacune des entités du Groupe sont présentés dans la devise de l'environnement économique principal dans lequel elle opère (devise fonctionnelle). Pour les besoins de la préparation des états financiers consolidés, les résultats et la situation financière de chaque entité sont exprimés en euro, qui est la devise fonctionnelle du Groupe et la devise de présentation des états financiers consolidés.

#### **2.5.1. Transactions en devises**

Dans la préparation des états financiers des entités individuelles, les transactions dans des devises autres que la devise fonctionnelle de l'entité sont enregistrées au taux de change effectif à la date de transaction. A chaque date de clôture, les éléments monétaires en devises étrangères sont traduits au taux effectif à la date de clôture. Les éléments non monétaires libellés en devises étrangères sont comptabilisés au cours historique en vigueur à la date de transaction.

Les différences de change qui résultent de la traduction des éléments monétaires ou de leur paiement sont incluses dans le compte de résultat pour l'exercice.

#### **2.5.2. États financiers libellés en devises**

Pour les besoins de la présentation des états financiers consolidés, les actifs et passifs des opérations du Groupe à l'étranger (y compris les informations comparables) sont exprimées en euros, en utilisant les taux de change en vigueur à la date de clôture. Les charges et produits (y compris les informations comparables) sont traduits au taux de change moyen pour l'exercice. Les écarts de conversion en résultant sont comptabilisés directement dans les autres éléments du résultat global. Ces écarts sont repris en résultat lors de la cession ou de l'arrêt de l'activité étrangère.

Les écarts d'acquisition et les ajustements de la juste valeur résultant de l'acquisition d'une entité étrangère sont convertis en euros au taux de clôture.

### **2.6. Actifs non courants destinés à être cédés et abandon d'activité**

Les actifs non courants et les groupes d'actifs destinés à être « sortis » du bilan sont classés comme « actifs destinés à être cédés », si leur valeur nette comptable doit être recouvrée sous la forme d'une transaction de vente, plutôt que par la poursuite de leur utilisation.

Cette condition n'est considérée comme remplie que lorsque la vente est hautement probable et que l'actif (ou le groupe d'actifs) est disponible pour une vente immédiate en l'état. La direction doit également s'être engagée en faveur de cette vente, qui doit être effective dans les 12 mois qui suivent la classification en actifs destinés à la vente.

Il en va de même si la prospection commerciale d'une activité est arrêtée ou si l'activité concernée entre en phase d'exploitation à minima du portefeuille d'abonnements précédemment constitué, en attendant la conclusion effective d'une transaction de vente.

Dans ce dernier cas, cette condition est remplie lorsque la direction considère sa décision irrévocable.

## 2.7. Actifs incorporels

Le Groupe présente ses actifs incorporels conformément à la norme IAS 38 « *Immobilisations incorporelles* ». Un actif incorporel est identifiable c'est à dire séparable ou résultant de droits contractuels ou légaux. Seuls les éléments dont le coût peut être déterminé de façon fiable et pour lesquels il est probable que les avantages économiques futurs iront au Groupe sont comptabilisés en immobilisations.

Un actif généré de manière interne n'est pas comptabilisé comme un actif. Pour cette raison, le portefeuille d'abonnements et les listes de clients générés en interne ne sont pas comptabilisés comme des actifs incorporels. Les dépenses relatives à la prospection de nouveaux clients, à la création du portefeuille d'abonnements et à la fidélisation des clients existants sont comptabilisées directement en charges dès qu'encourues.

Les actifs incorporels sont initialement évalués à leur coût. Après sa comptabilisation initiale, le Groupe mesure un actif incorporel à son coût diminué de l'amortissement cumulé et des pertes de valeur éventuelles cumulées.

Les immobilisations en cours correspondent aux coûts réels des biens non encore achevés à la date de clôture de l'exercice.

Un actif incorporel avec une durée de vie utile déterminée est amorti sur cette durée de vie. Les durées d'utilité estimées sont les suivantes :

- Logiciel bureautique 3 ans
- Logiciel applicatif 3 à 5 ans
- Contrat éditeur 5 ans

Les marques acquises lors d'un regroupement d'entreprise sont des actifs incorporels comptabilisés à leur juste valeur et à durée de vie indéfinie. Un actif incorporel à durée de vie indéfinie n'est pas amorti et, conformément à IAS 36 « *Dépréciation d'actifs* », fait l'objet d'un test de dépréciation d'actifs réalisé à la date de clôture ou à chaque fois qu'il existe des indices témoignant d'une perte de valeur.

## 2.8. Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont initialement comptabilisées à leur coût de revient, qui inclut toutes les dépenses nécessaires à leur mise en service.

Le Groupe enregistre ses immobilisations conformément à l'approche par composants, le remplacement d'un composant est enregistré comme un actif et l'actif remplacé est sorti à sa valeur nette comptable.

Après l'acquisition, le Groupe évalue les immobilisations corporelles à leur coût de revient diminué de l'amortissement cumulé et des éventuelles pertes de valeur constatées cumulées.

Les immobilisations corporelles sont amorties selon la durée d'utilisation attendue par le Groupe. La base amortissable des actifs correspond au coût d'acquisition, aucune valeur résiduelle significative n'ayant été identifiée. Le montant amortissable prend en compte la valeur résiduelle estimée à la fin de la durée de vie utile du bien si elle est jugée significative. La méthode d'amortissement et son taux sont revus chaque année.

Les immobilisations corporelles sont amorties linéairement selon les durées d'utilité estimées suivantes :

- Constructions 50 ans
- Agencements et aménagements des constructions 3 à 10 ans
- Installations techniques, matériel et outillage industriel 3 à 10 ans
- Matériel de restaurant d'entreprise 3 à 10 ans
- Mobilier de bureau 3 à 10 ans
- Matériel de transport 3 à 4 ans
- Matériel de bureau 3 à 10 ans
- Matériel informatique 3 ans à 5 ans

Les biens financés par un contrat de location financement sont comptabilisés dans l'actif immobilisé (cf. note ci-dessous).

## 2.9. Contrats de location

Conformément à IFRS 16, tous les contrats de location sont retraités à l'exception des contrats dont la durée est inférieure à 12 mois sans option d'achat et des contrats d'un montant inférieur à 5 k€.

Les actifs sous contrat de location sont comptabilisés comme des actifs du Groupe à leur juste valeur à la date de début du contrat ou, si elle est plus faible, à la juste valeur des paiements minimaux due au titre du contrat de location. La dette correspondante vis-à-vis du bailleur est incluse dans le bilan comme un emprunt. Les paiements effectués au titre de la location sont ventilés entre la charge d'intérêts et le remboursement de la dette. Les charges d'intérêts sont comptabilisées en résultat financier.

## 2.10. Dépréciation d'actifs

Conformément à la norme IAS 36 « *Dépréciation d'actifs* », lorsque des événements ou modifications d'environnement de marché indiquent un risque de perte de valeur des immobilisations incorporelles et corporelles, celles-ci font l'objet d'un test de dépréciation afin de déterminer si leur valeur nette comptable est inférieure à leur valeur recouvrable.

La valeur recouvrable des actifs est calculée au minimum chaque fin d'année même en l'absence d'indicateur de perte de valeur possible pour les actifs incorporels à durée de vie indéfinie, immobilisations en cours et Goodwill résultant d'un regroupement d'entreprises.

La valeur recouvrable est la plus importante des deux valeurs suivantes :

- Le prix de vente net,
- La valeur d'utilité.

La valeur d'utilité se fonde sur l'actualisation des flux de trésorerie futurs. Les projections des flux de trésorerie futurs sont établies à partir de prévisions pour les 5 prochaines années et d'une valeur actualisée à l'infini. Le taux d'actualisation retenu est un taux après impôt reflétant les appréciations actuelles du marché de la valeur temps de l'argent et des risques spécifiques à l'actif. Les hypothèses retenues en termes de variation du chiffre d'affaires et de valeurs terminales sont prudentes et conformes aux données de marché disponibles pour chacune des unités opérationnelles.

Dans certains cas, la valeur recouvrable d'un actif isolé ne peut être déterminée, c'est à dire qu'il ne génère pas d'entrées de trésorerie indépendantes de celles d'autres actifs. Dans cette situation, la valeur recouvrable est déterminée sur l'unité génératrice de trésorerie (UGT) auquel il appartient.

Si la valeur recouvrable est inférieure à la valeur nette comptable de l'actif, une perte de valeur est immédiatement constatée en résultat pour la différence entre ces deux montants. Dans le cas d'une UGT comprenant un écart d'acquisition, l'écart d'acquisition est déprécié prioritairement, puis les autres actifs sont dépréciés au prorata de leur valeur nette comptable.

Une perte de valeur comptabilisée sur un écart d'acquisition est irréversible.

Pour les autres actifs, si les circonstances qui ont amené à constater la perte de valeur ont disparu, la perte de valeur est réversible. Cependant, le montant de la valeur nette comptable augmentée d'une reprise de perte de valeur ne peut pas excéder la valeur nette comptable qui aurait été déterminée si aucune perte de valeur n'avait été comptabilisée pour cet actif au cours des années précédentes.

## 2.11. Stocks

Les stocks sont évalués au plus faible de leur coût de revient (selon la méthode du premier entré, premier sorti) et de leur valeur nette de réalisation.

La valeur nette de réalisation représente le prix de vente estimé dans le cours normal de l'activité, diminué des coûts attendus pour l'achèvement ou la réalisation de la vente.

## 2.12. Clients et autres débiteurs

Les créances commerciales à court terme et autres débiteurs sont comptabilisés à leur valeur nominale diminuée des dépréciations pour pertes de crédit attendues.

Les créances clients sont initialement comptabilisées à leur juste valeur. Une provision pour dépréciation des créances clients est constituée lorsqu'il existe un indicateur objectif de l'impossibilité du Groupe à recouvrer la totalité des montants

des dans les conditions initialement prévues. Les provisions sont valorisées sur la base de la perte de valeur attendue à maturité.

### 2.13. Trésorerie et équivalents de trésorerie

Conformément à la norme IAS 7 « *Tableau des flux de trésorerie* », la trésorerie comprend les liquidités ainsi que les placements à court terme liquides, principalement des comptes à terme, facilement convertibles en un montant connu de trésorerie et soumis à un risque négligeable de changement de valeur. Les équivalents de trésorerie sont détenus dans le but de faire face aux engagements de trésorerie à court terme plutôt que pour un placement ou d'autres finalités.

Les placements dans des actions cotées, les placements à plus de trois mois sans possibilité de sortie anticipée ainsi que les comptes bancaires faisant l'objet de restrictions (comptes bloqués) sont exclus de la trésorerie.

Les découverts bancaires figurent en passifs financiers courants.

### 2.14. Actifs financiers

Conformément à la norme IFRS 9 « *Instruments financiers* », les valeurs mobilières de placement sont évaluées à leur juste valeur.

Les variations de juste valeur sont comptabilisées directement en résultat (en charges et produits financiers relatifs aux disponibilités et aux valeurs mobilières de placement).

### 2.15. Actions auto-détenues

Lorsque le Groupe rachète ses propres actions, le montant payé et les coûts de transaction directement imputables sont comptabilisés comme une variation des capitaux propres.

Les résultats de cession de ces titres sont imputés directement dans les capitaux propres et ne contribuent pas au résultat de l'exercice.

### 2.16. Avantages accordés au personnel

Conformément à la norme IAS 19 R, les avantages postérieurs à l'emploi sont comptabilisés selon l'un des deux régimes suivants :

- Les régimes à cotisations définies ;
- Les régimes à prestations définies.

Pour les régimes de base et autres régimes à cotisations définies, le Groupe comptabilise en charges les cotisations à payer lorsqu'elles sont dues et aucune provision n'est comptabilisée, le Groupe n'étant pas engagé au-delà des cotisations versées.

Les régimes à prestations définies désignent les régimes d'avantages postérieurs à l'emploi qui garantissent à certaines catégories de salariés des ressources complémentaires contractuelles ou conventionnelles (conventions collectives).

Cette garantie de ressources complémentaires constitue pour le Groupe une prestation future pour laquelle un engagement est calculé. Le Groupe calcule l'engagement brut en multipliant les droits acquis par le personnel par la probabilité de devoir payer ces droits et un coefficient d'actualisation.

Les droits acquis par le personnel correspondent à la multiplication de la quantité de droits acquis à la date de clôture par le salaire estimé de fin de carrière (méthode dite « rétrospective avec salaire de fin de carrière »).

La probabilité que l'entreprise a de devoir verser ces droits est une combinaison de deux probabilités : probabilité de vie à la date de la retraite et probabilité d'être présent dans l'entreprise à l'âge de la retraite (rotation du personnel).

Pour le facteur d'actualisation, le Groupe retient le taux des obligations privées de première catégorie et de même maturité que celle des engagements évalués, soit le taux 15 ans Bloomberg taux ZC corporate AA.

La valeur actuelle de l'engagement est inscrite au bilan, déduction faite de la juste valeur des actifs du régime. Le calcul est effectué annuellement par un actuair pour les indemnités de départ.

Le Groupe comptabilise les écarts actuariels dans les autres éléments du résultat global.

Au sein du Groupe, les régimes à prestations définies concernent le régime d'indemnités de départ.

Les engagements sont tout ou partiellement couverts par des contrats d'assurance.

La charge représentative de l'évolution des engagements nets au titre des pensions et autres avantages postérieurs à l'emploi est comptabilisée dans le résultat opérationnel, pour le coût des services rendus, et, dans le résultat financier pour la part des intérêts nets sur le passif.

### **2.17. Paiements en actions ou assimilés**

Conformément à la norme IFRS 2 « *Paiements en actions* », le Groupe comptabilise dans ses états financiers l'impact de l'attribution aux salariés d'options de souscription ou d'achat d'actions et de l'attribution d'actions gratuites.

Les transactions de paiements en actions ou assimilés dénouées par remise d'instruments de capitaux propres sont évaluées à la juste valeur des instruments financiers attribués et sont comptabilisées en charge sur la période d'acquisition des droits d'exercice par les salariés. La contrepartie est comptabilisée en augmentation des capitaux propres. Cette comptabilisation n'est pas linéaire mais dépend des conditions d'acquisition des droits spécifiques à chaque plan.

Les options de souscription ou d'achat d'actions accordées aux salariés sont évaluées à leur juste valeur à la date d'octroi. La juste valeur des options a été déterminée en utilisant le modèle mathématique de valorisation Black, Scholes & Merton, sur la base d'hypothèses déterminées par la direction. Les évolutions de valeur postérieures à la date d'octroi sont sans incidence sur cette évaluation initiale.

La valeur des options est notamment fonction de leur durée de vie attendue, que le Groupe a estimée correspondre à leur période d'indisponibilité fiscale, soit 4 ans.

### **2.18. Provisions**

Une provision est inscrite au bilan du Groupe parce qu'elle résulte d'une obligation actuelle née d'un événement passé et qu'il est probable qu'il y aura un flux de sortie de ressources à l'avenir pour éteindre cette obligation.

Le montant de la provision correspond à la meilleure estimation actuelle de la dépense pour éteindre l'obligation existant à la date de clôture. Les risques et incertitudes sont pris en compte. Les provisions, toutes à moins d'un an, ne font pas l'objet d'actualisation.

### **2.19. Passifs Financiers**

Conformément à la norme IFRS 9 « Instruments financiers », un passif financier existe lorsqu'une entité est obligée, par contrat, de remettre de la trésorerie ou d'autres actifs, ou d'échanger des instruments financiers à des conditions défavorables pour elle, à une autre entité.

Les passifs financiers sont en principe comptabilisés au coût amorti, sauf exceptions pour la juste valeur par résultat.

Les passifs financiers comprennent notamment les engagements de rachat d'actions auprès des actionnaires minoritaires.

Les engagements de rachat d'actions sont déterminés à partir d'accords contractuels avec les actionnaires minoritaires ou majoritaires sur la base de formule de prix convenues. L'évaluation de ces engagements d'achat s'appuie sur des données budgétaires prévisionnelles actualisées et des hypothèses d'exercice de ces engagements applicables à chaque échéance prévue dans les accords contractuels. Les variations de la valeur des engagements sont comptabilisées en capitaux propres.

Ces accords concernent la plupart des filiales dans lesquelles le Groupe ne détient pas 100 % des titres.

### **2.20. Fournisseurs et autres créiteurs**

Les dettes commerciales et les autres dettes sont enregistrées à leur valeur faciale.

### **2.21. Impôt différé**

Les impôts différés sont calculés pour chaque entité, sur la base d'une analyse bilancielle, pour les différences temporelles entre la valeur comptable des actifs et passifs figurant au bilan et leur base fiscale correspondante.

Les actifs et passifs d'impôts différés sont évalués aux taux d'impôt dont l'application est attendue à la date où l'actif d'impôt différé sera récupéré ou à celle où le passif d'impôt différé sera soldé. La règle du report variable est appliquée et les effets des modifications des taux d'imposition sont inscrits dans les capitaux propres ou le résultat de l'exercice au cours duquel le changement de taux est décidé.

Les impôts différés actifs et passifs sont compensés, lorsqu'il existe un droit légal de le faire et que les impôts relèvent de la même autorité fiscale.

Conformément à la norme IAS 12, le Groupe comptabilise un impôt différé passif dans sa totalité. Un impôt différé actif peut résulter de déficits reportables, de crédits d'impôts et de différences temporelles entre valeurs comptables et valeurs fiscales des actifs et passifs. Les actifs d'impôts différés ne sont comptabilisés que lorsque les projections de résultats sont durablement positives.

Pour apprécier la capacité du Groupe à récupérer ces actifs, il est notamment tenu compte des éléments suivants :

- Prévisions de résultats fiscaux futurs ;
- Part des charges exceptionnelles ne devant pas se renouveler à l'avenir incluse dans les pertes passées ;
- Historique des résultats fiscaux des années précédentes.

Les impôts différés actifs et passifs ne sont pas actualisés.

## **2.22. 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'assurance,
- de prestations de services.

### **2.22.1. Vente d'abonnements**

ADLPartner intervient en tant que commissionnaire de presse suivant le statut français correspondant. Il prospecte, commercialise et gère des abonnements pour le compte d'éditeurs, qui sont donc les clients d'ADLPartner. ADLPartner joue un rôle d'agent entre les abonnés et les éditeurs suivant les dispositions d'IFRS 15.

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. Autrement dit, seule la commission à laquelle ADLPartner a droit est reconnue en chiffre d'affaires.

ADLPartner a donc une obligation de prestation en tant que commissionnaire vis-à-vis des éditeurs, basée, soit sur le nombre de revues vendues, soit sur le nombre d'abonnés recrutés. Le transfert du contrôle se fait à la date d'apport de l'affaire. Le chiffre d'affaires est comptabilisé à un instant t sur la base du nombre de revues connu vendu à cet instant, en distinguant deux cas :

- Le chiffre d'affaires relatif à la vente d'Abonnements à Durée Libre (ADL), avec ou sans offre « belle prime », est comptabilisé au rythme de la livraison des revues par les éditeurs, compte tenu de la capacité de l'abonné à résilier son contrat à tout moment (avec remboursement de la prime dans le cas d'une offre « belle prime »).
- Le chiffre d'affaires relatif à la vente d'Abonnements à Durée Déterminée (ADD) est comptabilisé intégralement lors de la transmission des avis de mise en service auprès des éditeurs en fonction du nombre de revues promis. En effet, à la date de souscription, l'éditeur acquiert le droit de prospecter le nouvel abonné. ADLPartner a, dès cette date, satisfait à son obligation de prestation en apportant également un nombre déterminé de revues à livrer par l'éditeur.

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.

Enfin, l'obligation de performance correspondant à la gestion administrative des abonnements représentant un impact non significatif, elle n'a donné lieu à aucune comptabilisation isolée de chiffre d'affaires.

### **2.22.2. Vente de livres et autres produits culturels**

Dans le cas des ventes de Livres, Objets, Audio Vidéo (LOAV), ADLPartner est principal au titre de son obligation de livraison. 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. En effet, ADLPartner a la responsabilité du produit vendu, et détermine le prix à l'article. ADLPartner est exposé au risque sur stock.

### **2.22.3. Vente de contrats d'assurance**

ADLPartner agit en tant qu'intermédiaire entre l'assureur et l'assuré, en proposant à des particuliers la souscription de contrats d'assurance. Il perçoit une commission des assureurs à ce titre. L'obligation de prestation d'ADLPartner est satisfaite à la date de mise en place du contrat.

Le chiffre d'affaires comptabilisé comprend les commissions émises et à émettre pour les contrats souscrits à la date de clôture des comptes, nettes d'annulation.

Par ailleurs, l'obligation de performance correspondant à la gestion administrative des contrats représentant un impact non significatif, elle n'a donné lieu à aucune comptabilisation isolée de chiffre d'affaires.

### **2.22.4. Vente de prestations de services**

Dans le cas des activités de services et de conseil en data marketing, les contrats basés sur des services incluent principalement les services délivrés aux entreprises. Les services récurrents correspondent à une seule et même obligation de prestation, composée de services fournis progressivement.

Le chiffre d'affaires des contrats basés sur des services est comptabilisé au fur et à mesure que le Groupe acquiert le droit de facturer au rythme du transfert du contrôle aux clients.

## **2.23. Coûts d'emprunts**

Tous les coûts d'emprunts sont comptabilisés en résultat sur l'exercice au cours duquel ils sont engagés.

## **2.24. Impôt sur les sociétés**

La charge d'impôt pour le Groupe correspond à la somme de l'impôt exigible et de l'impôt différé.

L'impôt exigible est constitué du montant d'impôt payable (ou récupérable) relatif au bénéfice (ou à la perte) taxable de l'exercice. L'impôt différé est relatif aux différences entre les montants comptabilisés au bilan pour les actifs et les passifs et les bases fiscales retenues pour ceux-ci.

La charge d'impôt des activités abandonnées figure au poste « résultat des activités arrêtées ou en cours de cession ».

## **2.25. Secteurs opérationnels et géographiques**

Un secteur est une composante distincte du Groupe, engagée dans la fourniture de biens ou de services (secteur d'activité) ou dans la fourniture de biens ou de services au sein d'un environnement économique particulier (secteur géographique), et exposée à des risques et dégageant une rentabilité, qui diffère des risques et de la rentabilité des autres secteurs. Les résultats opérationnels de ces secteurs sont examinés par la direction et utilisés pour prendre des décisions stratégiques.

Les informations concernant les secteurs opérationnels et géographiques se fondent sur les mêmes règles et principes comptables que ceux qui ont été utilisés pour la préparation des états financiers consolidés.

### 3. Notes relatives au bilan

#### 3.1. Goodwill

En cohérence avec notre présentation, le groupe présente ses goodwill en suivant les secteurs de l'information sectorielle sans que cela ait de conséquence sur la façon dont le groupe suit et teste ses goodwill annuellement conformément aux exigences d'IAS 36.

Les goodwill de 39 267 k€ au 31/12/2023 se décomposent comme suit :

En k€	Valeur brute au 31/12/2022	Augmentation	Diminution	Valeur brute au 31/12/2023
ADLPartner	170	0	0	170
ADLP Assurances	190	0	0	190
Dékuple Ingénierie Marketing	25 155	8 577	-466	33 266
Dékuple Conseil et Technologie	7 220	125	0	7 345
<b>TOTAL</b>	<b>32 735</b>	<b>8 702</b>	<b>-466</b>	<b>40 971</b>

En k€	Dépréciation au 31/12/2022	Augmentation	Diminution	Dépréciation au 31/12/2023
ADLPartner	170	0	0	170
ADLP Assurances	0	0	0	0
Dékuple Ingénierie Marketing	1 534	0	0	1 534
Dékuple Conseil et Technologie	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>1 704</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1 704</b>

En k€	Valeur nette au 31/12/2022	Augmentation	Diminution	Valeur nette au 31/12/2023
ADLPartner	0	0	0	0
ADLP Assurances	190	0	0	190
Dékuple Ingénierie Marketing	23 621	8 577	-466	31 732
Dékuple Conseil et Technologie	7 220	125	0	7 345
<b>TOTAL</b>	<b>31 031</b>	<b>8 702</b>	<b>-466</b>	<b>39 267</b>

L'évolution sur Dékuple Ingénierie Marketing est principalement liée à la prise de contrôle par Dékuple Ingénierie Marketing de la société Nextocom au 02/08/2023 et du passage à la méthode de l'intégration globale de la société Groupe Grand Mercredi au 31/07/2023.

Les goodwill sont testés annuellement dans le cadre des unités génératrices de trésorerie (UGT) auxquels ils sont alloués. Des tests de valeur ont été effectués au 31 décembre 2023 sur la base des prévisions actualisées de flux de trésorerie et des tests de sensibilité et selon plusieurs scénarios d'activité. La projection des flux de trésorerie a été établie à partir des prévisions les plus récentes approuvées par la direction pour les cinq prochaines années et d'une valeur actualisée à l'infini.

Les principales hypothèses retenues pour la détermination de la valeur d'utilité sont relatives :

- aux tendances d'évolutions des principaux marchés ;
- à l'évolution des taux d'actualisation

Le taux d'actualisation utilisé dépend du coût moyen pondéré des capitaux utilisés par le Groupe, il s'établit à 10,73% (10,71% en N-1). Le taux de croissance à long terme retenu s'établit quant à lui à 1,5%. Le Groupe a également effectué un test de sensibilité de la charge de dépréciation aux variations des principales hypothèses utilisées (c'est-à-dire le taux d'actualisation après impôts et le taux de croissance à long terme).

Pour l'ensemble des UGT, les principales hypothèses ont été modifiées comme suit :

- Taux d'actualisation après impôts : +/- 5%
- Taux de croissance à long terme : +/- 0,5%

### 3.2. Immobilisations incorporelles

Valeurs brutes (en k€)	Logiciels et en-cours	Autres	Total
<b>Au 1er janvier 2022</b>	<b>14 275</b>	<b>4 837</b>	<b>19 112</b>
Acquisitions	1 746	0	1 746
Variation de périmètre	4 151	0	4 151
Cessions	-3	0	-3
Mises au rebut	-1 216	0	-1 216
<b>Au 1er janvier 2023</b>	<b>18 953</b>	<b>4 837</b>	<b>23 790</b>
Acquisitions	2 161	0	2 161
Variation de périmètre	152	42	194
Cessions	-2	0	-2
Mises au rebut	-398	0	-398
<b>Au 31 décembre 2023</b>	<b>20 866</b>	<b>4 879</b>	<b>25 745</b>
Amortissements cumulés et dépréciations (en k€)	Logiciels et en-cours	Autres	Total
<b>Au 1er janvier 2022</b>	<b>11 773</b>	<b>4 444</b>	<b>16 217</b>
Variation de périmètre	2 267	0	2 267
Amortissements et provisions de l'exercice	1 378	370	1 748
Mises au rebut	-1 216	0	-1 216
<b>Au 1er janvier 2023</b>	<b>14 202</b>	<b>4 814</b>	<b>19 016</b>
Variation de périmètre	92	42	134
Amortissements et provisions de l'exercice	2 107	0	2 107
Mises au rebut	-398	0	-398
<b>Au 31 décembre 2023</b>	<b>16 003</b>	<b>4 856</b>	<b>20 859</b>
<b>Valeurs nettes :</b>			
<b>Au 31 décembre 2023</b>	<b>4 863</b>	<b>23</b>	<b>4 886</b>
<b>Au 31 décembre 2022</b>	<b>4 751</b>	<b>24</b>	<b>4 775</b>

La marque OFUP, acquise de son ancienne filiale OFUP, est complètement dépréciée au 31/12/2023. Cette marque est désormais intégrée aux stratégies de commercialisation de l'activité Solutions Abonnement qui représente la quasi-totalité de la société ADLPartner.

### 3.3. Immobilisations corporelles

En k€	Terrains & constructions	Agencements Installations	Matériels & équipements	Total
<b>Valeurs brutes :</b>				
<b>Au 1er janvier 2022</b>	<b>3 458</b>	<b>2 830</b>	<b>5 086</b>	<b>11 374</b>
Acquisitions	12	175	707	894
Variation de périmètre	0	752	1 346	2 098
Cessions	0	-2	-32	-34
Mises au rebut	-9	-1 124	-319	-1 452
<b>Au 1er janvier 2023</b>	<b>3 461</b>	<b>2 631</b>	<b>6 788</b>	<b>12 880</b>
Acquisitions	0	136	505	641
Variation de périmètre	0	80	216	296
Cessions	0	-23	-50	-73
Mises au rebut	0	-80	-73	-153
<b>Au 31 décembre 2023</b>	<b>3 461</b>	<b>2 744</b>	<b>7 386</b>	<b>13 591</b>
<b>Amortissements cumulés et dépréciations :</b>				
<b>Au 1er janvier 2022</b>	<b>1 141</b>	<b>2 236</b>	<b>3 894</b>	<b>7 271</b>
Charge d'amortissement de l'exercice	126	228	570	924
Variation de périmètre	0	362	1 140	1 502
Cessions	0	-1	-28	- 29
Mises au rebut	-9	-1 124	-319	-1 452
<b>Au 1er janvier 2023</b>	<b>1 258</b>	<b>1 701</b>	<b>5 257</b>	<b>8 216</b>
Charge d'amortissement de l'exercice	120	296	682	1 098
Variation de périmètre	0	25	151	176
Cessions	0	-10	-33	- 43
Mises au rebut	0	-80	-73	-153
<b>Au 31 décembre 2023</b>	<b>1 378</b>	<b>1 932</b>	<b>5 984</b>	<b>9 294</b>
<b>Valeurs nettes :</b>				
<b>Au 31 décembre 2023</b>	<b>2 083</b>	<b>812</b>	<b>1 402</b>	<b>4 297</b>
<b>Au 31 décembre 2022</b>	<b>2 203</b>	<b>930</b>	<b>1 531</b>	<b>4 664</b>

### 3.4. Autres actifs financiers non courants

En k€	Valeurs brutes	Dépréciations	Valeurs nettes
<b>Solde au 31/12/2022</b>	<b>2 074</b>	<b>0</b>	<b>2 074</b>
Augmentation	373	0	373
Remboursement	-56	0	-56
Variation de périmètre	-512	-5	-517
<b>Solde au 31/12/2023</b>	<b>1 879</b>	<b>-5</b>	<b>1 874</b>

En k€	2023	2022
Dépôts de garantie	1 438	1 211
Prêts	202	738
Autres titres immobilisés	234	125
<b>TOTAL</b>	<b>1 874</b>	<b>2 074</b>

### 3.5. Impôts différés actifs

Se référer à la note 4.6 « Impôt sur le résultat ».

### 3.6. Stocks

En k€	2023	2022
Matières premières	29	20
Primes (cadeaux clients)	2 111	4 177
Livres-audio-vidéo-objets et compléments alimentaires	45	80
Documents de traitements, emballages	45	42
En cours de production de services	0	570
Produits intermédiaires et finis	109	108
<b>Total général au coût historique</b>	<b>2 339</b>	<b>4 997</b>
Dépréciation primes (cadeaux clients)	-963	-625
Dépréciation livres-audio-vidéo-objets	-4	-37
Dépréciation documents de traitements, emballages	-5	-5
<b>Total dépréciation à la clôture</b>	<b>- 972</b>	<b>- 667</b>
<b>TOTAL NET à la valeur de réalisation</b>	<b>1 367</b>	<b>4 330</b>

### 3.7. Clients et autres débiteurs

En k€	2023	2022
Valeur brute des créances sur la vente de produits et services	49 252	45 398
Dépréciation sur créances clients	-1 647	-2 094
Avances et acomptes	660	875
Créances sur les États	6 573	5 884
Autres débiteurs	3 301	3 492
<b>TOTAL</b>	<b>58 139</b>	<b>53 555</b>

Le montant net comptabilisé pour les créances correspond à leur juste valeur.

### 3.8. Autres actifs

En k€	2023	2022
Charges constatées d'avance	2 746	2 489
Autres actifs	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>2 746</b>	<b>2 489</b>

Les charges constatées d'avance concernent principalement les charges exposées pour la conception, la fabrication, le routage, l'affranchissement des mailings et engagées sur l'exercice clos pour les opérations commerciales débutant après la clôture.

### 3.9. Trésorerie et équivalents de trésorerie

#### 3.9.1. Trésorerie

En k€	2023	2022
Parts de fonds monétaires	810	810
Liquidités en banque et en caisse	38 061	51 769
Dépôts bancaires à court et moyen terme	24 699	8 010
<b>TOTAL</b>	<b>63 570</b>	<b>60 589</b>

Les soldes bancaires et la trésorerie comprennent les actifs détenus sur les comptes de dépôts bancaires, dont la maturité est à moins de trois mois.

Les dépôts bancaires à court et moyen terme sont composés par des comptes à terme en euros à taux fixe et à taux progressif pour lesquels il existe des options de sortie exerçables à tout moment et prévues au contrat, sans risque de variation de valeur du montant de trésorerie reçu en remboursement.

#### 3.9.2. Risque de crédit et de taux

Les principaux actifs financiers du Groupe sont les comptes bancaires et la trésorerie, les créances clients et autres débiteurs.

Le risque de crédit et de taux sur les actifs de trésorerie est limité, du fait que les contreparties en sont des banques avec de hauts niveaux de notation de crédit attribuée par des agences internationales de notation.

Le risque de crédit et de taux du Groupe est essentiellement lié à ses créances clients. Les montants présentés au bilan sont nets de provisions pour dépréciation.

Le Groupe n'a pas de concentration significative de son risque de crédit et de taux, avec une exposition largement répartie sur de nombreux acteurs du marché.

### 3.10. Capitaux propres

#### 3.10.1. Capital social

En k€	2023	2022
<b>A l'ouverture de l'exercice</b>	<b>6 479</b>	<b>6 479</b>
Réduction par annulation d'actions propres	0	0
<b>A la clôture de l'exercice</b>	<b>6 479</b>	<b>6 479</b>

La société a une seule classe d'actions ordinaires donnant toutes droit aux mêmes dividendes. Les actions inscrites au nominatif depuis plus de 2 ans bénéficient d'un droit de vote double.

#### 3.10.2. Plans d'attribution d'actions gratuites

Quatre plans d'attribution d'actions gratuites ont été mis en place les 2 mars 2020, 10 novembre 2020 et 11 décembre 2020 pour certains salariés et mandataires sociaux. La valeur de l'action gratuite attribuée, pour la comptabilisation de la charge conformément à IFRS 2, est le cours spot à la date d'attribution soit respectivement 12,65€ ou 11,90€ ou 14,50€.

Trois plans d'attribution d'actions gratuites ont été mis en place le 17 décembre 2021 pour certains salariés et mandataires sociaux. La valeur de l'action gratuite attribuée, pour la comptabilisation de la charge conformément à IFRS 2, est le cours spot à la date d'attribution soit 22,20€.

Trois plans d'attribution d'actions gratuites ont été mis en place le 16 décembre 2022 pour certains salariés et mandataires sociaux. La valeur de l'action gratuite attribuée, pour la comptabilisation de la charge conformément à IFRS 2, est le cours spot à la date d'attribution soit 29,60€.

Trois plans d'attribution d'actions gratuites ont été mis en place le 15 décembre 2023 pour certains salariés et mandataires sociaux. La valeur de l'action gratuite attribuée, pour la comptabilisation de la charge conformément à IFRS 2, est le cours spot à la date d'attribution soit 29,00€.

Pour les plans A 2020 & 2021 & 2022 & 2023, l'acquisition définitive des actions est conditionnée à une condition de présence de 2 ans. Pour les plans B et C 2020 & 2021 & 2022 & 2023, l'acquisition définitive des actions est conditionnée à une condition de présence de 2 ans et 4 mois ou 3 ans et 4 mois ainsi qu'à une condition de performance interne.

Aux plans ci-dessus émis par la société mère ADLPartner, certaines filiales ont également émis des plans d'actions gratuites sur leurs propres actions. La valeur de l'action gratuite attribuée est basée sur une valeur d'entreprise à la date d'attribution. De plus, quand la liquidité est assurée cette valeur est revue à chaque clôture. L'acquisition définitive de ces actions est conditionnée à une condition de présence ou à une condition de présence ainsi que de performance interne.

Le volume d'actions attribuées par la société ADLPartner s'élève à la clôture à 43.156 et par ses filiales à 96.400 et a donné lieu à une charge de 1 237 k€ au 31/12/2023 contre 974 k€ au 31/12/2022.

### 3.10.3. Actions auto-détenues

	En nombres de titres	En k€
<b>Au 1er janvier 2022</b>	<b>185 785</b>	<b>2 768</b>
Acquisitions	41 389	1 194
Cessions	-27 172	-739
Levées d'options	-2 192	-33
Attributions gratuites	-34 320	-569
Annulations	0	0
<b>Au 1er janvier 2023</b>	<b>163 490</b>	<b>2 621</b>
Acquisitions	99 874	2 881
Cessions	-23 476	-683
Levées d'options	0	0
Attributions gratuites	-42 648	-722
Annulations	0	0
<b>Au 31 décembre 2023</b>	<b>197 240</b>	<b>4 097</b>

Les mouvements ci-dessus globalisent ceux de l'animation de marché, des actions destinées à permettre de couvrir des obligations liées à des stock-options, des actions destinées à être annulées et des actions destinées à être remises dans le cadre d'une opération de croissance externe.

### 3.10.4. 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.

### 3.10.5. Participations ne donnant pas le contrôle

Les participations ne donnant pas le contrôle concernent le sous-groupe Dékuple Ingénierie Marketing ainsi que la société Converteo.

## 3.11. Résultat par action

Le résultat par action avant dilution est obtenu en divisant le résultat net part du Groupe par le nombre moyen pondéré d'actions en circulation au cours de l'exercice, à l'exclusion du nombre moyen des actions ordinaires achetées et auto-détenues.

Lorsque les fonds sont recueillis lors de l'exercice des droits (cas des options), ils sont supposés être affectés en priorité au rachat d'actions au prix du marché et ce uniquement si celui-ci est supérieur au prix d'exercice du droit.

Dans les deux cas, les fonds sont pris en compte prorata temporis lors de l'année d'émission des instruments dilutifs et aux premiers jours les années suivantes.

Le calcul du résultat de base et dilué par action attribuable aux actionnaires ordinaires de la société mère est basé sur les données suivantes :

En k€	2023	2022
<b>Résultat net des activités poursuivies part du Groupe</b>	<b>12 442</b>	<b>10 891</b>
Effet dilutif des actions ordinaires potentielles	0	0
<b>Résultats pour les besoins du résultat dilué par action</b>	<b>12 442</b>	<b>10 891</b>
<b>Résultat net des activités arrêtées part du Groupe</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Effet dilutif des actions ordinaires potentielles	0	0
<b>Résultats pour les besoins du résultat dilué par action</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Nombre d'actions</b>	<b>2023</b>	<b>2022</b>
<b>Nombre moyen d'actions ordinaires pour le besoin du calcul du résultat de base par action</b>	<b>3 984 225</b>	<b>3 989 953</b>
Effet dilutif des actions ordinaires potentielles :		
. Options	0	1 518
. Actions gratuites attribuées aux salariés	84 300	134 158
. Obligations convertibles	0	0
<b>Nombre moyen d'actions ordinaires pour le besoin du calcul du résultat dilué par action</b>	<b>4 068 525</b>	<b>4 125 629</b>

	Résultat net (en k€)	Nombre d'actions	Résultat par action (en €)
Résultat net des activités poursuivies part du Groupe de base par action	12 442	3 984 225	3,12
Options	0	0	
Actions gratuites attribuées aux salariés	0	84 300	
Obligations convertibles en actions	0	0	
<b>Résultat net des activités poursuivies part du Groupe dilué par action</b>	<b>12 442</b>	<b>4 068 525</b>	<b>3,06</b>

Résultat net des activités arrêtées part du Groupe de base par action	0	3 984 225	0,00
Options	0	0	
Actions gratuites attribuées aux salariés	0	84 300	
Obligations convertibles en actions	0	0	
<b>Résultat net des activités arrêtées part du Groupe dilué par action</b>	<b>0</b>	<b>4 068 525</b>	<b>0,00</b>

Pour 2023, le résultat par action ressort à :

- 3,12 € pour le résultat net part du Groupe de base,
- 3,06 € pour le résultat net part du Groupe dilué.

### 3.12. Provisions à long terme

Elles sont uniquement constituées de provisions relatives à des avantages au personnel, comme le montre le tableau suivant :

	Indemnités fin de carrière	Retraites complémentaires	Total provisions à long terme
<b>Solde au 1er janvier 2023</b>	<b>1 967</b>	<b>0</b>	<b>1 967</b>
Variation de périmètre	152	0	152
Dotations de l'exercice	289	0	289
Reprises de l'exercice	-7	0	-7
Intérêts	110	0	110
Ecarts actuariels	543	0	543
Changement de méthode	37	0	37
Cotisations versées par ADLPartner à l'actif de couverture	0	0	0
Charges sociales sur les prestations payées	0	0	0
<b>Solde au 31 décembre 2023</b>	<b>3 091</b>	<b>0</b>	<b>3 091</b>

Selon les réglementations et usages en vigueur, des avantages complémentaires peuvent être accordés au personnel.

Lorsque les avantages complémentaires octroyés au personnel donnent lieu à une prestation future pour le Groupe, une provision est calculée selon une méthode d'évaluation actuarielle avec les hypothèses décrites ci-dessous.

Les provisions inscrites au bilan correspondent à l'engagement en matière d'indemnités de fin de carrière net des actifs de couverture.

A ce jour, les éléments décrits ci-dessous concernent les seules sociétés françaises, aucun engagement en matière d'indemnités de fin de carrière ou de retraite n'ayant été donné dans les filiales étrangères du Groupe.

Les principales hypothèses utilisées pour les évaluations actuarielles des plans au titre des engagements en matière d'indemnités de fin de carrière sont les suivantes :

	2023	2022
Taux d'actualisation (*)	3,20 %	3,20 %
Augmentation annuelle des salaires	1,50 % à 3,50 %	1,50 % à 3,50 %
Taux de charges sociales	39,28 % à 57,39 %	39,28 % à 57,39 %
Turnover	0 à 10 %	0 à 10 %
Age de départ à la retraite	65 ans	65 ans
Table de survie	INSEE F2016-2018	INSEE F2016-2018
Table des droits	0 à 15 mois de salaire	0 à 15 mois de salaire

(\*) Le taux d'actualisation utilisé est le taux 15 ans Bloomberg taux ZC corporate AA.

Les montants comptabilisés au titre des engagements de fin de carrière au bilan sont les suivants :

En k€	2023	2022
Valeur actuelle des obligations	3 699	2 611
Juste valeur des actifs des plans de retraite	-608	-644
<b>Dette nette comptabilisée au bilan</b>	<b>3 091</b>	<b>1 967</b>

La sensibilité de la valeur actuelle des obligations au taux d'actualisation est la suivante :

	Taux annuel d'actualisation		
	2,20 %	3,20 %	4,20 %
	(- 1 point)	(jeu de base)	(+ 1 point)
<b>Valeur actualisée de l'obligation (En k€)</b>	<b>4 158</b>	<b>3 699</b>	<b>2 973</b>

Les montants comptabilisés au titre des engagements de fin de carrière au compte de résultat sont les suivants :

En k€	2023	2022
Coût des services rendus au cours de l'exercice	450	338
Intérêts sur l'obligation	110	31
Rendement attendu des actifs du plan	-21	-6
Reprises liées aux départs de l'exercice	-145	-98
Prestations payées	-4	0
Coûts des services passés	0	0
<b>Charge nette comptabilisée en résultat</b>	<b>392</b>	<b>266</b>

La charge pour l'exercice est incluse dans le compte de résultat pour -392 k€ en 2023 contre -266 k€ en 2022 :

- Sur la ligne charges de personnel pour -282 k€ contre -235 k€ en 2022,
- Sur la ligne coût de l'endettement financier brut pour -110 k€ contre -31 k€ en 2022,

Les changements dans la valeur actuelle des obligations liées aux indemnités de fin de carrière peuvent se présenter comme suit :

En k€	2023	2022
<b>Obligations à l'ouverture de l'exercice</b>	<b>2 611</b>	<b>2 671</b>
Variation de périmètre	152	309
Impact du changement de méthode	37	0
Coût des services rendus	450	346
Intérêts	110	31
Gains/Pertes actuarielles	496	-648
<i>Dont hypothèses démographiques</i>	276	-2
<i>Dont hypothèses financières</i>		647
<i>Dont expérience</i>	219	3
Prestations payées	-12	0
Reprises liées aux départs non inclus dans le turnover	-145	-98
Coût des services passés	0	0
<b>Obligations à la clôture de l'exercice</b>	<b>3 699</b>	<b>2 611</b>

Les changements dans la juste valeur des actifs de couverture peuvent se présenter comme suit :

En k€	2023	2022
<b>Juste valeur des actifs à l'ouverture</b>	<b>644</b>	<b>632</b>
Rendement attendu	21	6
Gains et pertes actuarielles	-48	6
Contributions de l'employeur	0	0
Prestations payées	-9	0
<b>Juste valeur des actifs à la clôture</b>	<b>608</b>	<b>644</b>

La juste valeur des actifs des plans à la date de clôture s'analyse comme suit :

En %	2023	2022
Instruments de capitaux propres (actions)	7,2 %	7,2 %
Instruments de dettes (obligations)	85,8 %	85,8 %
Immobiliers	5,6 %	5,6 %
Autres actifs	1,4 %	1,4 %
<b>TOTAL</b>	<b>100,0 %</b>	<b>100,0 %</b>

Les actifs des plans de retraite ne comprennent ni les instruments financiers détenus en propre par le Groupe, ni les propriétés qu'il occupe ou aucun des actifs qu'il utilise.

L'échéancier des décaissements s'établit ainsi sur la base des flux non actualisés :

En K€	12 mois	1 à 2 ans	3 à 5 ans	au-delà de 5 ans
Indemnités de départ à la retraite	85	21	352	39 704
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>21</b>	<b>352</b>	<b>39 704</b>

### 3.13. Passifs financiers

En k€

Passifs financiers non-courants	2023	2022
Découverts bancaires	0	0
Emprunts bancaires	19 986	24 717
Emprunts et dettes financières diverses	18 841	20 099
<b>TOTAL</b>	<b>38 827</b>	<b>44 816</b>

Les « Emprunts et dettes financières diverses » sont constitués par le complément de prix Nextocom et 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, de E-Retail Development et de Nextocom (se reporter à la note 5.7.1).

Pour l'ensemble des UGT, les principales hypothèses ont été modifiées comme suit :

- Business plan des UGT en entrée de périmètre : +/- 20 %
- Business plan du management Dékuple : +/- 15 %

Leur variation est liée aux investissements dans Nextocom et à l'ajustement des anciens engagements de rachat.

En k€

Passifs financiers courants	2023	2022
Découverts bancaires	178	2 132
Emprunts bancaires	5 290	3 935
Emprunts et dettes financières diverses	80	37
<b>TOTAL</b>	<b>5 548</b>	<b>6 104</b>

### 3.14. Impôts différés passifs

Se référer à la note 4.6 Impôt sur le résultat.

### 3.15. Provisions à court terme

En k€	Pour litiges	Pour charges	Total court terme
<b>Solde à l'ouverture</b>	<b>247</b>	<b>27</b>	<b>274</b>
Variation de périmètre	0	0	0
Dotations de l'exercice	7	500	507
Utilisations de l'exercice	-30	0	-30
Autres reprises de l'exercice	-47	-27	-74
<b>Balance au 31 décembre 2022</b>	<b>177</b>	<b>500</b>	<b>677</b>

Elles sont constituées au 31/12/2023 par :

- 500 k€ de provision pour restructuration.
- 177 k€ de provision pour divers litiges.

### 3.16. Fournisseurs et autres créditeurs

En k€	2023	2022
Avances et acomptes reçus	677	739
Fournisseurs	44 764	44 420
Dettes sur immobilisations	112	186
Autres créditeurs	2 078	2 364
<b>TOTAL</b>	<b>47 631</b>	<b>47 709</b>

La totalité de ces dettes est à moins d'un an.

### 3.17. Autres passifs

Ce poste est constitué par les produits constatés d'avance. Ceux-ci concernent les produits des opérations commerciales de l'année suivante, qui ont été reçus sur l'exercice en cours.

## 4. Notes relatives au compte de résultat

### 4.1. Produits – Information Sectorielle

D'un point de vue opérationnel, le Groupe suit l'activité à la fois par géographie et par offre.

Le Groupe identifie deux zones géographiques, la France et l'international

Le Groupe distingue trois offres :

- La Presse
- L'Assurance
- Le marketing digital.

Le marketing digital regroupe les activités commerciales de Conseil, de Services marketing en France et en Espagne.

Le volume d'affaires brut représente la valeur des abonnements et autres produits commercialisés, alors que le chiffre d'affaires (dont la détermination repose sur le statut de commissionnaire de presse pour les ventes d'abonnements) ne tient compte que du montant de la rémunération versée par les éditeurs de presse ; dans le cas des ventes d'abonnements, le chiffre d'affaires correspond donc en réalité à une marge brute puisque le coût des magazines vendus est déduit du montant des ventes encaissées.

Le chiffre d'affaires de l'activité assurance comprend les commissions émises et à émettre pour les contrats souscrits à la date de clôture des comptes, nettes d'annulation. Ce chiffre d'affaires correspond à une marge brute.

Le chiffre d'affaires des activités digitales est constitué des services délivrés au fur et à mesure du transfert du contrôle aux clients.

Le chiffre d'affaires net hors taxes se présente comme suit :

Chiffres d'Affaires - Par zones géographiques (en M€) :	2023	2022	Variation
France	185,4	163,5	13,4 %
International	14,3	17,8	-19,7 %
<b>TOTAL</b>	<b>199,7</b>	<b>181,3</b>	<b>10,1 %</b>

Chiffres d'Affaires - Par offres (en M€) :	2023	2022	Variation
Magazines	71,5	77,6	-7,9 %
Marketing digital	119,9	95,3	25,8 %
Assurances	8,3	8,4	-1,2 %
<b>TOTAL</b>	<b>199,7</b>	<b>181,3</b>	<b>10,1 %</b>

Marge Brute - Par offres de Marketing Digital (en M€) :	2023	2022	Variation
Conseil – France	40,8	34,0	20,0 %
Services marketing – France	35,4	20,1	76,1 %
Services marketing – Iberia	5,1	4,6	10,9 %
<b>Total marketing digital</b>	<b>81,3</b>	<b>58,7</b>	<b>38,5 %</b>

## 4.2. Données sociales

Les charges de personnel et l'effectif moyen sont les suivants :

Charges de personnel (en k€)	2023	2022
Salaires et traitements	51 845	41 895
Charges sociales	23 649	18 706
Intéressement	1 184	1 396
Participation	2 039	2 020
Indemnités transactionnelles et prud'homales	368	632
Indemnités fin de carrière	282	235
Stock-options	0	0
Attribution d'actions gratuites	1 237	974
<b>TOTAL</b>	<b>80 604</b>	<b>65 858</b>

Effectif moyen des sociétés (hors sociétés mises en équivalence)	2023	2022
Cadres	744	606
Agents de maîtrise	50	46
Employés	199	171
<b>TOTAL</b>	<b>993</b>	<b>823</b>

## 4.3. Autres produits et charges d'exploitation

Les autres produits et charges d'exploitation qui s'élèvent à 1 009 k€ au 31/12/23 contre -1 284 K€ au 31/12/22. Ils sont essentiellement liés en 2023 aux crédits d'impôt recherche pour 1 454 k€ et au coût net des pertes clients.

## 4.4. Autres produits et charges

En k€	2023	2022
Dépréciation goodwill Activis (cf. 3.1)	0	600
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>600</b>

## 4.5. Résultat financier net

Le résultat financier se ventile comme suit :

En k€	2023	2022
Plus-values sur placements	0	0
Intérêts sur placements et produits assimilés	1 005	22
<b>Produits de trésorerie et d'équivalents de trésorerie</b>	<b>1 005</b>	<b>22</b>
Intérêts et charges assimilées	-550	-322
<b>Coût de l'endettement financier brut</b>	<b>-550</b>	<b>-322</b>
<b>Produits financiers nets</b>	<b>454</b>	<b>-300</b>
Autres produits financiers	19	16
Différences de change	-25	10
<b>Total autres produits et charges financiers</b>	<b>-6</b>	<b>-26</b>
<b>Résultat financier</b>	<b>449</b>	<b>-274</b>

## 4.6. Impôts sur le résultat

### 4.6.1. Analyse de la charge d'impôts

En k€	2023	2022
Charge d'impôts exigibles	4 518	3 748
Charge (ou produit) d'impôts différés	-212	-67
Charge (ou produit) d'impôts liés aux titres auto-détenus	189	139
<b>Total impôts sur le résultat</b>	<b>4 495</b>	<b>3 820</b>

#### 4.6.2. Impôts différés

En k€	2022	Résultat	OCI	Variation de périmètre et autres	2023
<b>Actifs d'impôts différés</b>					
C3S & effort construction	37	-1	0	7	43
Participation	523	-80	0	78	521
Indemnités fin de carrière	433	59	136	47	675
Provision dépréciation clients	10	3	0	0	13
Provision pour restructuration	0	129	0	0	129
Déficit fiscaux	692	116	0	1 101	1 909
Chiffre d'affaires anticipé (IFRS 15)	1 182	-32	0	0	1 150
Contrat de locations (IFRS 16)	81	27	0	7	115
Frais d'acquisition titres	139	-22	0	0	117
<b>Total Actifs d'impôts différés</b>	<b>3 099</b>	<b>199</b>	<b>136</b>	<b>1 240</b>	<b>4 674</b>
<b>Passifs d'impôts différés</b>					
Ecart d'évaluation sur les actifs	-268	14	0	0	-254
Amortissements dérogatoires	0	0	0	0	0
Incorporel Born	-1	0	0	0	-1
Incorporel relation clients	0	0	0	0	0
Incorporel plateformes	0	0	0	0	0
Incorporel accords market place	0	0	0	0	0
<b>Total Passifs d'impôts différés</b>	<b>-269</b>	<b>14</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-255</b>
<b>Actifs (Passifs) d'impôts différés net</b>	<b>2 830</b>	<b>213</b>	<b>136</b>	<b>1 240</b>	<b>4 419</b>
<b>Actifs d'impôts différés</b>	<b>3 098</b>	<b>199</b>	<b>136</b>	<b>1 240</b>	<b>4 673</b>
<b>Passifs d'impôts différés</b>	<b>-268</b>	<b>14</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-254</b>
<b>Impôt différé</b>	<b>2 830</b>				<b>4 419</b>

Au 31 décembre 2023, le Groupe dispose de surcroît de pertes fiscales reportables de 10 481 k€, disponibles pour compenser des profits taxables futurs, représentant une économie potentielle d'impôts de 2 646 k€. En l'absence de projections de résultats fiscaux positifs à ce niveau-là, les impôts différés correspondants n'ont pas été activés.

#### 4.6.3. Rapprochement entre la charge d'impôt théorique et la charge d'impôt réelle

En k€	2023	2022
Résultat avant impôts des activités poursuivies	17 375	15 217
Quote-part du résultat des sociétés mises en équivalence	558	955
Résultat avant impôts des activités poursuivies, avant quote-part du résultat des sociétés mises en équivalence	17 933	16 172
Taux théorique d'imposition	25,83 %	25,83 %
<b>Charge d'impôt théorique</b>	<b>4 632</b>	<b>4 177</b>
Rapprochement :		
Effet des différences temporaires et des déficits de l'exercice non activés	420	206
Effet de l'imputation des déficits antérieurs non activés	-352	-7
Effet du retraitement des activités arrêtées	0	0
Effet des différences permanentes	361	92
Effet des différences de taux	-65	-115
Effet des rappels d'impôts	0	0
Effet de l'imputation des crédits d'impôt	-125	-73
CIR-CII	-376	-460
<b>Sous Total</b>	<b>- 137</b>	<b>-357</b>
<b>Charge d'impôt</b>	<b>4 495</b>	<b>3 820</b>
<b>Taux effectif d'impôt</b>	<b>25,07 %</b>	<b>23,62 %</b>

## 5. Informations complémentaires

### 5.1. Tableau de flux de trésorerie

Le tableau de flux de trésorerie présente une variation de trésorerie nette de + 4 935 k€, qui s'explique de la façon suivante :

- + 26 445 k€ provenant de la capacité d'autofinancement avant produits financiers nets et impôt société,
- 2 954 k€ d'impôt société versé,
- + 680 k€ issus de la variation du BFR lié à l'activité : le BFR reste négatif à - 18 628 k€,
- 6 707 k€ d'investissements dont principalement les acquisitions d'immobilisations pour - 3 001 k€, et l'incidence des variations de périmètre pour - 3 508 k€ (dont acquisition des titres Nextocom compensée par la trésorerie récupérée et acquisition complémentaire de titres Groupe Grand Mercredi),
- 12 539 k€ liés aux opérations de financement dont principalement les remboursements d'emprunts bancaires, le versement du dividende, les rachats d'actions propres et le retraitement des contrats de location selon IFRS 16,
- + 9 k€ d'incidence des variations des cours des devises.

### 5.2. Acquisition de participations

#### Nextocom :

Le 2 août 2023, le Groupe a pris le contrôle de la société Nextocom à hauteur de 70 % du capital social.

Le chiffre d'affaires de la filiale Nextocom s'établit pour 5 mois à 2 101 k€ pour 2023, le résultat ressort à 232 k€.

### 5.3. Transactions avec les parties liées

L'entité de contrôle ultime du Groupe est le groupe familial VIGNERON avec la société SOGESPA sise 3 rue Henri Rol-Tanguy – 93100 Montreuil (France).

Les transactions entre la société et ses filiales, qui sont des parties liées au Groupe, sont éliminées en consolidation. Elles ne sont pas présentées dans les notes aux états financiers.

Les détails des transactions entre le Groupe et des parties liées au Groupe sont présentés ci-après.

En k€	Ventes de produits		Achats	
	2023	2022	2023	2022
Société mère ADLPartner vers les parties liées	74	13	0	0
SOGESPA vers le Groupe	0	0	74	13

Les ventes de produits sont réalisées aux prix habituels pratiqués par le Groupe avec des clients externes. Les achats sont réalisés au prix de marché.

En k€	Créances sur les parties liées		Dettes envers les parties liées	
	2023	2022	2023	2022
Société mère ADLPartner / SOGESPA	46	8	0	0

Aucune charge n'a été constatée pour créance irrécouvrable pour des montants dus par des parties liées.

### 5.4. Avantages aux dirigeants

Les charges enregistrées au titre des rémunérations et avantages assimilés accordées aux dirigeants (mandataires sociaux et conseil d'administration) s'établissent comme suit :

En k€	2023	2022
Avantages à court terme	570	666
Valorisation des options et droits à actions	355	207
Avantages postérieurs à l'emploi		0
Indemnités de fin de contrat de travail	0	0
Jetons de présence	170	170
<b>TOTAL</b>	<b>1 095</b>	<b>1 043</b>

## 5.5. Honoraires des commissaires aux comptes et membres de leurs réseaux pris en charge par le Groupe

Les honoraires des commissaires aux comptes et membres de leurs réseaux correspondant aux lettres de missions sont détaillés ci-dessous :

Montants HT en k€	GRANT THORNTON		RSM		SAMOTHRACE		DELOITTE		KARMEN		EXENTIS		HOICHE	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
AUDIT LEGAL														
ADLPartner	120,0	114,0	120,0	114,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Filiales	17,5	16,6	73,8	78,7	18,4	14,2	21,0	25,0	9,0	0,0	14,0	0,0	11,0	0,0
<b>Sous-total</b>	<b>137,5</b>	<b>130,6</b>	<b>193,8</b>	<b>192,7</b>	<b>18,4</b>	<b>14,2</b>	<b>21,0</b>	<b>25,0</b>	<b>9,0</b>	<b>0,0</b>	<b>14,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
AUTRES PRESTATIONS														
ADLPartner	0,0	2,5	15,0	22,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Filiales	0,0	0,0		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Sous-total</b>	<b>0,0</b>	<b>2,5</b>	<b>15,0</b>	<b>22,8</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>137,5</b>	<b>133,1</b>	<b>208,8</b>	<b>215,5</b>	<b>18,4</b>	<b>14,2</b>	<b>21,0</b>	<b>25,0</b>	<b>9,0</b>	<b>0,0</b>	<b>14,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
	<b>2023</b>							<b>2022</b>						
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>408,7</b>							<b>387,8</b>						

## 5.6. Transactions non réalisées en trésorerie

L'augmentation du capital de Groupe Grand Mercredi pour 400 k€ le 31/07/2023 a été réalisée par compensation de compte courant.

## 5.7. Engagements donnés et reçus

### 5.7.1. Engagements donnés

#### a. Locations locaux

L'application de la norme IFRS 16 a conduit à porter au passif du bilan, en dettes de loyer, les engagements futurs.

#### b. Cautions bancaires

En 2018, ADLPartner a mis en place une garantie autonome à première demande Société Générale de 456 k€ courant sur la période du 29 mars 2018 au 31 octobre 2027, en faveur de la société Imodan, bailleur des locaux de la filiale Converteo.

#### c. Engagement de rachat des actions Converteo (Se reporter au § 3.13)

Le Groupe a donné aux actionnaires de la société Converteo l'engagement de leur racheter leur participation. Cette promesse est exerçable sur la base d'une valorisation d'entreprise calculée en fonction de la marge brute, du résultat net et de l'endettement net.

**d. Engagement de rachat des actions Dékuple Ingénierie Marketing B2B (Se reporter au § 3.13)**

Le Groupe a donné aux actionnaires de la société Dékuple Ingénierie Marketing B2B l'engagement de leur racheter leur participation. Cette promesse est exerçable sur la base d'une valorisation d'entreprise calculée en fonction de la marge brute, du résultat net et de l'endettement net.

**e. Engagement de rachat des actions Rocket Marketing (Se reporter au § 3.13)**

Le Groupe a donné aux actionnaires de la société Rocket Marketing l'engagement de leur racheter leur participation. Cette promesse est exerçable sur la base d'une valorisation d'entreprise calculée en fonction du résultat d'exploitation et de l'endettement net de la société.

**f. Engagement de rachat des actions Groupe Grand Mercredi (Se reporter au § 3.13)**

Le Groupe a donné aux actionnaires de la société Groupe Grand Mercredi l'engagement de leur racheter leur participation. Cette promesse est exerçable sur la base d'une valorisation d'entreprise calculée en fonction du résultat d'exploitation et de l'endettement net de la société.

**g. Engagement de rachat des actions Brainsonic (Se reporter au § 3.13)**

Le Groupe a donné aux actionnaires de la société Brainsonic l'engagement de leur racheter leur participation. Cette promesse est exerçable sur la base d'une valorisation d'entreprise calculée en fonction du résultat d'exploitation et de l'endettement net de la société.

**h. Engagement de rachat des actions E-Retail Development (Se reporter au § 3.13)**

Le Groupe a donné aux actionnaires de la société E-Retail Development l'engagement de leur racheter leur participation. Cette promesse est exerçable sur la base d'une valorisation d'entreprise calculée en fonction du résultat d'exploitation et de l'endettement net de la société.

**i. Engagement de rachat des actions Nextocom (Se reporter au § 3.13)**

Le Groupe a donné aux actionnaires de la société Nextocom l'engagement de leur racheter leur participation. Cette promesse est exerçable sur la base d'une valorisation d'entreprise calculée en fonction du résultat d'exploitation et de l'endettement net de la société.

**j. Autres engagements donnés**

Aucun autre engagement ne présente de caractère significatif.

**5.7.2. Engagements reçus**

n/a

**5.8. Évènements postérieurs à la clôture**

n/a

**5.9. Dettes potentielles**

Voir paragraphe 5.8. ci-dessus.

## 6. Liste des sociétés consolidées

Sociétés consolidées	Forme	Siège	Pourcentage De contrôle	Pourcentage d'intérêt Groupe	Méthode
ADLPartner	SA	France	Mère	100,00%	Intégration globale
ADLPartner Hispania	SL	Espagne	100,00%	100,00%	Intégration globale
Dékuple Ingénierie Marketing	SARL	France	100,00%	100,00%	Intégration globale
SCI rue de Chartres	SCI	France	100,00%	100,00%	Intégration globale
Dékuple Conseil et Technologie	SAS	France	100,00%	100,00%	Intégration globale
Activis	SAS	France	100,00%	100,00%	Intégration globale
ADLP Assurances	SAS	France	100,00%	100,00%	Intégration globale
Converteo	SAS	France	74,02%	74,02%	Intégration globale
Leo	SAS	France	100,00%	100,00%	Intégration globale
ADLPerformance Unipessoal	Lda	Portugal	100,00%	100,00%	Intégration globale
Ividence	SAS	France	92,50%	92,50%	Intégration globale
Dékuple Ingénierie Marketing B2B	SAS	France	60,40%	60,40%	Intégration globale
ADLP Télésurveillance	SAS	France	100,00%	100,00%	Intégration globale
Groupe Grand Mercredi	SAS	France	67,38%	67,38%	Intégration globale
Rocket Marketing	SAS	France	59,64%	59,64%	Intégration globale
AWE Hong Kong	Ltd	Chine	56,00%	33,82%	Intégration globale
AWE Shanghai	Ltd	Chine	100,00%	33,82%	Intégration globale
Brainsonic	SAS	France	72,64%	72,64%	Intégration globale
E-Retail Development	SAS	France	50,93%	50,93%	Intégration globale
Nextocom	SAS	France	70,00%	70,00%	Intégration globale

Les sociétés sont consolidées sur la base de leurs comptes annuels au 31 décembre 2023.

La contribution au résultat consolidé de la société Nextocom est déterminée à partir de la date d'acquisition arrêtée au 01/07/2023.

## 7. Secteurs géographiques

En k€	France		International		Interzone		Consolidé	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Chiffre d'affaires net HT	185 485	163 439	14 514	17 968	-337	-157	199 662	181 250
Résultat opérationnel	17 216	16 984	269	-538	0	0	17 485	16 446
Résultat net des activités poursuivies	12 722	11 827	158	-429	0	0	12 880	11 398
Résultat net	12 722	11 827	158	-429	0	0	12 880	11 398

Les actifs et passifs par zones géographiques pour l'exercice 2023 se présentent comme suit :

En k€	France		International		Interzone		Consolidé	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
<b>Actifs non-courants</b>								
Goodwill	39 267	31 031	0	0	0	0	39 267	31 031
Droits d'utilisation contrats de location	16 626	15 199	113	157	0	0	16 739	15 356
Immobilisations incorporelles	4 886	4 775	0	0	0	0	4 886	4 775
Immobilisations corporelles	4 254	4 603	43	61	0	0	4 297	4 664
Participations entreprises associés	0	1 500	0	0	0	0	0	1 500
Titres non consolidés	0	109	0	0	0	0	0	109
Autres actifs financiers	2 856	3 104	268	220	-1 250	-1 250	1 874	2 074
Actifs d'impôts différés	196	2 954	4 477	144	0	0	4 673	3 098
<b>Sous-total Actifs non-courants</b>	<b>68 085</b>	<b>63 275</b>	<b>4 901</b>	<b>582</b>	<b>-1 250</b>	<b>-1 250</b>	<b>71 737</b>	<b>62 607</b>
<b>Actifs courants</b>								
Stocks	583	3 650	784	680	0	0	1 367	4 330
Clients et autres débiteurs	54 446	49 651	4 555	4 517	-862	-613	58 139	53 555
Autres actifs	2 474	2 281	272	208	0	0	2 746	2 489
Trésorerie et équivalents de trésorerie	2 131	59 056	61 439	1 533	0	0	63 570	60 589
<b>Sous-total Actifs courants</b>	<b>59 634</b>	<b>114 638</b>	<b>67 050</b>	<b>6 938</b>	<b>-862</b>	<b>-613</b>	<b>125 822</b>	<b>120 962</b>
Actifs destinés à être cédés	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL ACTIFS</b>	<b>127 719</b>	<b>177 913</b>	<b>71 951</b>	<b>7 520</b>	<b>-2 112</b>	<b>-1 863</b>	<b>197 559</b>	<b>183 569</b>

COMPTES CONSOLIDÉS  
annexe aux comptes consolidés

En k€	France		International		Interzone		Consolidé	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Capital							6 479	6 479
Réserves consolidées							31 746	19 460
Résultat consolidé							12 880	11 398
<b>Capitaux Propres</b>							<b>51 105</b>	<b>37 337</b>
<b>Passifs non-courants</b>								
Provisions à long terme	3 091	1 967	0	0	0	0	3 091	1 967
Passifs financiers	38 827	44 816	0	0	0	0	38 827	44 816
Dette de loyers	13 299	12 334	61	86	0	0	13 360	12 420
Passifs d'impôts différés	254	268	0	0	0	0	254	268
<b>Sous-total Passif non-courants</b>	<b>55 471</b>	<b>59 384</b>	<b>61</b>	<b>86</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>55 532</b>	<b>59 470</b>
<b>Passifs courants</b>								
Provisions à court terme	673	274	4	0	0	0	677	274
Dettes fiscales et sociales	23 012	21 408	714	389	0	0	23 726	21 797
Fournisseurs et autres créditeurs	46 425	46 464	1 618	1 497	-412	-252	47 631	47 709
Passifs financiers	5 548	6 104	1 700	1 611	-1 700	-1 611	5 548	6 104
Dette de loyers	3 778	3 181	54	74	0	0	3 832	3 255
Autres passifs	9 220	7 313	288	309	0	0	9 508	7 622
<b>Sous-total Passif courants</b>	<b>88 656</b>	<b>84 744</b>	<b>4 378</b>	<b>3 880</b>	<b>-2 112</b>	<b>-1 863</b>	<b>90 922</b>	<b>86 762</b>
Passifs destinés à être cédés	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS</b>							<b>197 559</b>	<b>183 569</b>

Les autres informations par zones géographiques pour l'exercice 2023 sont détaillées ci-après :

Effectif moyen	France	International	Total
Cadres	742	2	744
Agents de maîtrise	50	0	50
Employés	120	79	199
<b>TOTAL</b>	<b>912</b>	<b>81</b>	<b>993</b>

## 7.2. COMPTES ANNUELS DE ADLPARTNER SA

### 7.2.1. Bilan

#### 1. ACTIF

En k€	Montants Bruts	Amortissements / Provisions	31/12/2023	31/12/2022
<b>IMMOBILISATIONS INCORPORELLES</b>				
Concessions, brevets et droits similaires	10 922	9 973	949	643
Fonds commercial	4 363	94	4 269	4 269
Autres immobilisations incorporelles	87	50	37	327
Avances, acomptes sur immo. incorporelles				
<b>IMMOBILISATIONS CORPORELLES</b>				
Installations techniques, matériel, outillage	1 625	1 562	63	72
Autres immobilisations corporelles	3 180	2 447	733	902
Immobilisations en cours				
<b>IMMOBILISATIONS FINANCIERES</b>				
Autres participations	51 436	16 514	34 923	39 022
Créances rattachées à des participations	42 497	493	42 004	33 490
Autres titres immobilisés	234		234	125
Autres immobilisations financières	401		401	320
<b>ACTIF IMMOBILISE</b>	<b>114 744</b>	<b>31 132</b>	<b>83 612</b>	<b>79 169</b>
<b>STOCKS ET EN-COURS</b>				
Matières premières, approvisionnements	42	5	37	32
Marchandises	1 506	947	559	2 850
Avances et acomptes versés sur commandes				24
<b>CREANCES</b>				
Créances clients et comptes rattachés	22 522	606	21 916	24 106
Autres créances	3 267		3 267	2 859
<b>DIVERS</b>				
Valeurs mobilières de placement (dont actions propres : 4 097)	20 325		20 325	7 643
Disponibilités	17 362		17 362	29 369
<b>COMPTES DE REGULARISATION</b>				
Charges constatées d'avance	1 191		1 191	1 082
<b>ACTIF CIRCULANT</b>	<b>66 215</b>	<b>1 558</b>	<b>64 657</b>	<b>67 966</b>
Ecarts de conversion actif				
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>180 959</b>	<b>32 690</b>	<b>148 269</b>	<b>147 135</b>

## 2. PASSIF

En k€	31/12/2023	31/12/2022
Capital social ou individuel (dont versé : 6 479)	6 479	6 479
Primes d'émission, de fusion, d'apport		
Réserve légale	700	700
Réserves statutaires ou contractuelles		
Réserves réglementées		
Autres réserves	19 000	18 000
Report à nouveau	51 269	47 182
<b>RESULTAT DE L'EXERCICE (bénéfice ou perte)</b>	<b>8 546</b>	<b>8 586</b>
Subventions d'investissement		
Provisions réglementées		
<b>CAPITAUX PROPRES</b>	<b>85 994</b>	<b>80 947</b>
Provisions pour risques	645	808
Provisions pour charges	500	27
<b>PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES</b>	<b>1 145</b>	<b>835</b>
<b>DETTES FINANCIERES</b>		
Emprunts obligataires convertibles		
Autres emprunts obligataires		
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit	20 295	22 189
Emprunts et dettes financières divers		
Avances et acomptes reçus sur commandes en cours	465	528
<b>DETTES D'EXPLOITATION</b>		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	31 780	33 011
Dettes fiscales et sociales	7 711	8 421
<b>DETTES DIVERSES</b>		
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	87	186
Autres dettes	740	1 018
<b>COMPTES DE REGULARISATION</b>		
Produits constatés d'avance	53	
<b>DETTES</b>	<b>61 130</b>	<b>65 353</b>
Ecart de conversion passif		
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>148 269</b>	<b>147 135</b>

## 7.2.2. Compte de résultat

En k€	France	Exportation	2023	2022
Ventes de marchandises	19		19	205
Production vendue de biens				
Production vendue de services	77 841	8	77 849	83 111
<b>CHIFFRES D'AFFAIRES NETS</b>	<b>77 860</b>	<b>8</b>	<b>77 868</b>	<b>83 316</b>
Subventions d'exploitation			79	108
Reprises sur amortissements et provisions, transferts de charges			1 619	2 020
Autres produits			263	191
<b>PRODUITS D'EXPLOITATION</b>			<b>79 829</b>	<b>85 636</b>
Achats de marchandises (y compris droits de douane)			7 529	5 554
Variation de stock (marchandises)			1 966	5 380
Achats de matières premières et autres approvisionnements (y compris droits de douane)			3 817	5 412
Variation de stock (matières premières et approvisionnements)			(5)	(2)
Autres achats et charges externes			24 662	25 666
Impôts, taxes et versements assimilés			1 326	1 588
Salaires et traitements			12 462	12 538
Charges sociales			5 847	5 858
<b>DOTATIONS D'EXPLOITATION</b>				
Sur immobilisations : dotations aux amortissements			712	851
Sur immobilisations : dotations aux provisions				383
Sur actif circulant : dotations aux provisions			1 488	1 182
Pour risques et charges : dotations aux provisions			3	7
Autres charges			2 757	2 582
<b>CHARGES D'EXPLOITATION</b>			<b>62 563</b>	<b>66 999</b>
<b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>			<b>17 266</b>	<b>18 637</b>
Produits financiers de participations			276	647
Produits des autres valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé				5
Autres intérêts et produits assimilés			663	15
Reprises sur provisions et transferts de charges			2 983	
Différences positives de change				
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement			22	43
<b>PRODUITS FINANCIERS</b>			<b>3 943</b>	<b>711</b>
Dotations financières aux amortissements et provisions			2 988	5 757
Intérêts et charges assimilées			462	59
Différences négatives de change			1	1
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement			34	6
<b>CHARGES FINANCIERES</b>			<b>3 486</b>	<b>5 823</b>
<b>RESULTAT FINANCIER</b>			<b>458</b>	<b>(5 111)</b>
<b>RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS</b>			<b>17 723</b>	<b>13 525</b>
Produits exceptionnels sur opérations de gestion				
Produits exceptionnels sur opérations en capital			1 937	108
Reprises sur provisions et transferts de charges			577	406
<b>PRODUITS EXCEPTIONNELS</b>			<b>2 514</b>	<b>514</b>
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion			360	637
Charges exceptionnelles sur opérations en capital			5 665	573
Dotations exceptionnelles aux amortissements et provisions			1 026	537
<b>CHARGES EXCEPTIONNELLES</b>			<b>7 051</b>	<b>1 747</b>
<b>RESULTAT EXCEPTIONNEL</b>			<b>(4 536)</b>	<b>(1 232)</b>
Participation des salariés aux résultats de l'entreprise			1 318	1 491
Impôts sur les bénéfices			3 323	2 216
<b>TOTAL DES PRODUITS</b>			<b>86 286</b>	<b>86 861</b>
<b>TOTAL DES CHARGES</b>			<b>77 740</b>	<b>78 276</b>
<b>BENEFICE OU PERTE</b>			<b>8 546</b>	<b>8 586</b>

### 7.2.3. Tableau des flux de trésorerie nette

En k€	2023	2022
<b>Résultat net</b>	<b>8 546</b>	<b>8 586</b>
+ / - Dotations nettes aux amortissements et provisions (à l'exclusion de celles liées à l'actif circulant)	1 159	7 078
- / + Gains et pertes latents liés aux variations de juste valeur		
+ / - Charges et produits calculés liés aux stock-options et assimilés	722	573
- / + Autres produits et charges calculés		
- / + Plus et moins-values de cession	3 086	
- / + Profits et pertes de dilution		
- Dividendes		(500)
<b>Capacité d'autofinancement après produits financiers nets et impôt société</b>	<b>13 514</b>	<b>15 736</b>
- Produits financiers nets	(188)	6
+ / - Charge d'impôt société	3 323	2 216
<b>Capacité d'autofinancement avant produits financiers nets et impôt société (A)</b>	<b>16 649</b>	<b>17 958</b>
- Impôt société versé (B)	(3 353)	(2 143)
+ / - Variation du B.F.R. lié à l'activité (y compris dette liée aux avantages au personnel) (C)	1 807	(1 891)
<b>= FLUX NET DE TRESORERIE GENERALE PAR L'ACTIVITE (D) = (A + B + C)</b>	<b>15 103</b>	<b>13 925</b>
- Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(651)	(860)
+ Encaissements liés aux cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles	4	3
- Décaissements liés aux acquisitions d'immobilisations financières (titres)	(105)	(1 102)
+ Encaissements liés aux cessions d'immobilisations financières (titres)	0	
+ Dividendes reçus		500
- Prêts et avances versés	(8 510)	(17 279)
+ Remboursements prêts et avances	500	
+ Subventions d'investissement reçues		
+ / - Autres flux liés aux opérations d'investissement	(71)	197
<b>= FLUX NET DE TRESORERIE LIE AUX OPERATIONS D'INVESTISSEMENT (E)</b>	<b>(8 832)</b>	<b>(18 541)</b>
+ Sommes reçues des actionnaires lors d'augmentations de capital		
+ Sommes reçues lors de l'exercice des stock-options		30
- / + Rachats et reventes d'actions propres	(2 214)	(414)
- Dividendes mis en paiement au cours de l'exercice	(3 499)	(3 510)
+ Encaissements liés aux nouveaux emprunts		23 000
- Remboursements d'emprunts (y compris contrats de location financement)	(1 919)	(825)
- / + Produits financiers nets reçus	558	(44)
+ / - Autres flux liés aux opérations de financement		
<b>= FLUX NET DE TRESORERIE LIE AUX OPERATIONS DE FINANCEMENT (F)</b>	<b>(7 075)</b>	<b>18 237</b>
+ / - Incidence des variations des cours des devises (G)		
<b>= VARIATION DE LA TRESORERIE NETTE (D + E + F + G)</b>	<b>(805)</b>	<b>13 621</b>
<b>Trésorerie d'ouverture</b>	<b>34 395</b>	<b>20 774</b>
<b>Trésorerie de clôture</b>	<b>33 590</b>	<b>34 395</b>

## 7.2.4. Annexe aux comptes annuels

### Table des matières de l'annexe aux comptes annuels

<b>1. Informations générales .....</b>	<b>214</b>	<b>7. Autres informations .....</b>	<b>228</b>
<b>2. Faits caractéristiques de l'exercice .....</b>	<b>214</b>	7.1. Etat des échéances des créances et des dettes .....	228
2.1. Actionnariat .....	214	7.2. Produits à recevoir .....	229
2.2. Filiales .....	214	7.3. Charges à payer .....	230
<b>3. Evènements postérieurs à la clôture .....</b>	<b>214</b>	7.4. Accroissement et allègement de la dette future d'impôt .....	230
<b>4. Principes, règles et méthodes comptables .....</b>	<b>215</b>	7.5. Engagements donnés .....	230
4.1. Actif immobilisé .....	215	7.6. Engagements reçus .....	231
4.2. Stocks .....	216	7.7. Rémunération des dirigeants .....	231
4.3. Créances clients et dettes fournisseurs .....	216	7.8. Tableau des filiales et participations .....	232
4.4. Charges et produits constatés d'avance .....	216		
4.5. Provisions pour risques et charges .....	217		
4.6. Chiffres d'affaires .....	217		
<b>5. Informations relatives au bilan .....</b>	<b>218</b>		
5.1. Immobilisations incorporelles .....	218		
5.2. Immobilisations corporelles .....	218		
5.3. Immobilisations financières .....	219		
5.4. Stocks .....	221		
5.5. Clients .....	221		
5.6. Autres créances et comptes de régularisation .....	221		
5.7. Valeurs mobilières de placement .....	221		
5.8. Trésorerie et emprunts .....	221		
5.9. Capitaux Propres .....	222		
5.10. Provisions pour risques et charges .....	222		
5.11. Autres dettes et comptes de régularisation .....	222		
5.12. Opérations avec les entreprises liées .....	223		
<b>6. Informations relatives au compte de résultat .....</b>	<b>224</b>		
6.1. Chiffre d'affaires .....	224		
6.2. Personnel .....	224		
6.3. Autres achats et charges externes .....	224		
6.4. Opérations avec les entreprises liées .....	225		
6.5. Autres charges .....	226		
6.6. Dotations aux amortissements et aux provisions .....	226		
6.7. Reprises amortissements, provisions, transfert de charges .....	226		
6.8. Résultat financier .....	227		
6.9. Résultat exceptionnel .....	227		
6.10. Intégration fiscale et impôt société .....	227		

## 1. Informations générales

Ces comptes annuels ont été arrêtés par le conseil d'administration le 29 mars 2024.

Ils comprennent :

- le bilan,
- le compte de résultat,
- l'annexe au bilan avant affectation du résultat de l'exercice clos le 31 décembre 2023 dont le total est de 148 268 883 € et au compte de résultat présenté sous forme de liste dont le total des produits est de 86 286 071 € et dégagant un bénéfice de 8 546 460 €.

L'exercice a une durée de douze mois recouvrant la période du 1er janvier 2023 au 31 décembre 2023.

Tous les montants sont exprimés en milliers d'euros, sauf précision contraire.

## 2. Faits caractéristiques de l'exercice

La société Laboratoires Yssena a fait l'objet d'une Transmission Universelle de Patrimoine dans la société ADLPartner au 30 avril 2023.

En Juillet 2023, la société a augmenté sa participation dans la filiale Groupe Grand Mercredi par rachat de l'ensemble des actions d'un associé minoritaire et par le biais d'une incorporation de créance au capital. Il en résulte une participation majoritaire et un passage des comptes de la filiale d'une mise en équivalence à l'intégration globale.

En Décembre 2023, la société a cédé les titres de la société Groupe Grand Mercredi à sa filiale Dékuple Ingénierie Marketing pour maintenir la cohérence de l'organigramme au regard de l'activité de cette filiale qui appartient au pôle Ingénierie Marketing.

### 2.1. Actionnariat

Le programme de rachat d'actions, autorisé par l'assemblée générale mixte du 16 juin 2023, arrivera à terme le 15 décembre 2024.

En juin 2023, une distribution de dividendes a été réalisée à hauteur de 3,5 M€.

### 2.2. Filiales

#### 2.2.1. ADLP TELESURVEILLANCE

En décembre 2023, une augmentation de capital par incorporation de prêt a été réalisée, à hauteur de 2,7 M€, immédiatement suivie d'une réduction de capital à hauteur de 2,7 M€.

#### 2.2.2. DEKUPLE INGENIERIE MARKETING

En juin 2023, une livraison d'actions attribuées gratuitement a eu lieu dans la filiale Ividence réduisant le pourcentage de détention à 92,5 %.

En août 2023, une prise de participation a été concrétisée dans la société Nextocom, Dékuple Ingénierie Marketing détient 70,00 % de la filiale Nextocom.

En novembre 2023, une augmentation de capital par incorporation de prêt a été réalisée dans la filiale LEOO, à hauteur de 3,5 M€, immédiatement suivie d'une réduction de capital à hauteur de 3,5 M€.

En Décembre 2023, la société a acquis la propriété des titres de la société Groupe Grand Mercredi précédemment détenus par ADLPARTNER

## 3. Evènements postérieurs à la clôture

n/a

## 4. Principes, règles et méthodes comptables

Les comptes annuels de l'exercice ont été préparés conformément aux règles définies par le Règlement ANC 2014-03 du 5 juin 2014, à jour des différents règlements complémentaires à la date d'établissement des comptes annuels, aux dispositions de la législation française, et aux principes comptables généralement admis en France, dans le respect du principe de prudence conformément aux hypothèses de base :

- continuité d'exploitation,
- indépendance des exercices,
- permanence des méthodes comptables.

Les règles générales appliquées résultent des dispositions du plan comptable général d'établissement et de présentation des comptes annuels. La méthode de base retenue pour l'évaluation des éléments inscrits en comptabilité est la méthode des coûts historiques.

### 4.1. Actif immobilisé

Une immobilisation corporelle ou incorporelle est comptabilisée à l'actif, lorsque les conditions suivantes sont simultanément réunies :

- il est probable que l'entité bénéficiera des avantages économiques futurs correspondants,
- son coût ou sa valeur peut être évalué avec une fiabilité suffisante.

#### 4.1.1. Immobilisations incorporelles

La valeur brute des éléments de l'actif immobilisé correspond à la valeur d'entrée de ces biens dans le patrimoine.

Les immobilisations en cours correspondent aux coûts réels des biens non encore achevés à la date de clôture de l'exercice.

Les amortissements pour dépréciation sont calculés suivant le mode linéaire considéré comme économiquement justifié, en fonction de la nature de l'investissement et selon les durées d'utilisation suivantes :

- logiciel bureautique : 3 ans
- logiciel applicatif : 3 à 5 ans

Le fonds commercial de l'activité France Abonnements Entreprises, ainsi que la base de données clients et la marque OFUP, ne font pas l'objet d'amortissement, mais pourraient, le cas échéant, faire l'objet d'une provision pour dépréciation si la rentabilité de ces activités ne justifiait pas la valeur inscrite à l'actif.

#### 4.1.2. Immobilisations corporelles

La valeur brute des éléments de l'actif immobilisé correspond à la valeur d'entrée de ces biens dans le patrimoine.

Les amortissements pour dépréciation sont calculés suivant le mode linéaire considéré comme économiquement justifié, en fonction de la nature de l'investissement et selon des durées d'utilisation suivantes :

- |  |            |
|--|------------|
| • agencements et aménagements                                | 3 à 10 ans |
| • installations techniques, matériel et outillage industriel | 3 à 10 ans |
| • matériel de restaurant d'entreprise                        | 3 à 10 ans |
| • mobilier du bureau   | 3 à 10 ans |
| • matériel de transport                                      | 3 à 4 ans  |
| • matériel de bureau   | 3 à 10 ans |
| • matériel informatique                                      | 3 à 5 ans  |

### 4.1.3. Immobilisations financières

La détermination de la valeur nette comptable des investissements dans les filiales (titres de participation et prêts d'actionnaires) est fondée sur l'appréciation de leur valeur d'actif net réévaluée de la seule valeur de leur portefeuille d'abonnements à durée libre ou de contrats d'assurance, pour les filiales en détenant un. Pour les filiales n'ayant pas une activité liée à un portefeuille d'abonnement ou de contrat, la valeur d'utilité est déterminée par référence à la quote-part des capitaux propres.

Au cours de l'exercice 2021, la société a procédé à un changement d'estimation relatif à l'évaluation des titres de participations et des créances rattachées : si la société filiale détient elle-même des filiales, la valeur d'utilité est déterminée par référence à la quote-part des capitaux propres consolidés tels qu'ils résultent des comptes consolidés de la filiale (sous-groupe).

La valeur des portefeuilles est calculée en actualisant les revenus nets futurs que vont générer les abonnements ou les contrats 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 ou contrats en France et dans ses filiales.

La courbe de vie des abonnements ou contrats recrutés par une opération promotionnelle permet de déterminer à tout moment l'espérance de vie résiduelle des abonnements ou contrats restants. En appliquant au nombre des abonnements ou contrats 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 ou contrats 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 ces portefeuilles. Celle-ci est ensuite corrigée de l'impôt latent.

Une dépréciation est constatée lorsque la valeur d'actif net ainsi réévaluée de la valeur de leur portefeuille est inférieure à la valeur nette comptable.

Cette procédure est appliquée aux filiales au terme de 3 années pleines suivant leur entrée à l'actif. Les deux premières années pleines ne donnent pas lieu à constitution de provisions, dans la mesure où il n'est pas anormal qu'une société dégage des pertes lors de son démarrage, ou suite à son acquisition. La dotation aux provisions est ensuite comptabilisée sur trois exercices pour arriver à une application complète de la méthode à la fin du cinquième exercice plein ; toutefois, en cas de dérive des résultats observés par rapport aux business plans initiaux, le provisionnement peut être accéléré.

## 4.2. Stocks

Les stocks sont valorisés selon la méthode FIFO. Une provision pour dépréciation est constituée lorsque la valeur probable de réalisation est inférieure à la valeur déterminée.

## 4.3. Créances clients et dettes fournisseurs

Les créances sont enregistrées à leur valeur nominale. Les créances et dettes libellées en monnaies étrangères sont enregistrées à leur contre-valeur en euros à la date de l'opération. Les écarts éventuels avec le cours de clôture donnent lieu à la constatation d'écarts de conversion.

Pour les créances relatives à l'offre d'Abonnements à Durée Libre, une provision pour dépréciation des créances est constituée lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur comptable. Les provisions pour créances douteuses sont déterminées en fonction du risque encouru selon l'état des dossiers. En raison des modes de règlement clients et des actions menées par le service clientèle, le risque d'impayés s'est révélé négligeable et ne s'est traduit au cours des dernières années qu'en montants de créances provisionnées non significatifs.

Pour les créances relatives aux offres d'Abonnements à Durée Déterminée et Livres-Objets-Audio-Vidéo, les provisions pour dépréciation des créances sont, pour l'essentiel, établies sur des bases statistiques issues des données des trois années antérieures. Un complément de dépréciation est éventuellement constaté, lorsque les tendances des deux dernières campagnes de l'année se sont dégradées comparativement aux campagnes antérieures.

## 4.4. Charges et produits constatés d'avance

Les charges constatées d'avance concernent les charges exposées pour la conception, la fabrication, le routage, l'affranchissement des mailings et engagées sur l'exercice clos pour les opérations commerciales débutant après la clôture pour ce qui concerne l'activité du pôle abonnements.

Concernant l'activité d'agences B2C, les charges constatées d'avance regroupent les charges relatives aux prestations de services nécessaires à la réalisation et à l'avancement des projets et engagées sur l'exercice clos pour une mise en œuvre après la clôture.

Les produits constatés d'avance concernent les produits des opérations commerciales ou des prestations de services afférentes à l'année suivante, qui sont enregistrés sur l'exercice en cours ainsi que les produits facturés pour lesquels la livraison est intervenue sur l'exercice suivant.

#### 4.5. Provisions pour risques et charges

Les provisions pour risques et charges sont constituées en conformité avec le règlement sur les passifs (CRC n° 2000-06). Ce règlement définit un passif comme un élément du patrimoine ayant une valeur économique négative pour l'entité, c'est à dire une obligation (légale, réglementaire ou contractuelle) de l'entité à l'égard d'un tiers dont il est probable ou certain qu'elle provoquera une sortie de ressources au bénéfice de ce tiers, sans en attendre une contrepartie au moins équivalente.

#### 4.6. Chiffres d'affaires

Le volume d'affaires brut du Groupe est constitué par les ventes d'abonnements, de livres et d'autres produits culturels.

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.

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.

Un nouveau mix marketing de l'offre ADL a été proposé dans des volumes significatifs aux clients de nos partenaires à compter du premier semestre 2014.

Ce mix marketing combine plusieurs éléments :

- l'abonnement à un ou plusieurs magazines, payable mensuellement à terme échu, par prélèvement automatique, au tarif ADL ;
- l'attribution pour toute commande d'une tablette numérique ou d'un Smartphone ;
- une durée contractuelle minimale de 12 mois.

Le chiffre d'affaires de la période de 12 mois de l'engagement ferme, ainsi que les coûts restant à encourir, sont reconnus au moment de la mise en service de l'abonnement auprès des 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 activités de prestations de services, le chiffre d'affaires est reconnu au fur et à mesure de l'avancement réel des prestations et de l'achèvement des projets ou une fois la prestation de service complètement délivrée suivant les modalités propres à chaque contrat de prestation.

## 5. Informations relatives au bilan

### 5.1. Immobilisations incorporelles

Les mouvements, ayant affecté les immobilisations incorporelles, se présentent comme suit (en k€) :

Valeur brute	Début d'exercice	Augmentations	Diminutions	Fin d'exercice
Marques, fichiers, logiciels	10 233	693	5	10 921
Fonds commercial	4 363	0	0	4 363
Autres immobilisations incorporelles	50	0	0	50
Immobilisations incorporelles en cours	327	37	327	37
<b>TOTAL</b>	<b>14 973</b>	<b>730</b>	<b>332</b>	<b>15 371</b>

Amortissements et Provisions	Début d'exercice	Dotations	Diminutions	Fin d'exercice
Marques, fichiers, logiciels	9 590	387	5	9 972
Fonds commercial	94	0	0	94
Immobilisations incorporelles	50	0	0	50
<b>TOTAL</b>	<b>9 734</b>	<b>387</b>	<b>5</b>	<b>10 116</b>
<b>TOTAL VALEURS NETTES</b>	<b>5 238</b>			<b>5 254</b>

La marque OFUP, acquise de son ancienne filiale OFUP, est portée à l'actif pour une valeur brute de 1 406 k€. Le fonds commercial de l'activité France Abonnements Entreprises est inscrit à l'actif pour 4 269 k€, ainsi que la base de données clients BORN pour une valeur brute de 94 k€. L'intégration de l'exploitation de ces fonds de commerce dans les autres activités a conduit à ne plus pouvoir individualiser les flux de trésorerie générés par ces marques et fonds de commerce. C'est cette raison qui a conduit à déprécier totalement la marque OFUP et la base de données clients BORN.

### 5.2. Immobilisations corporelles

Les mouvements, ayant affecté les immobilisations corporelles, se présentent comme suit (en k€) :

Valeur brute	Début d'exercice	Augmentations	Diminutions	Fin d'exercice
Installations techniques	1 622	2	0	1 624
Autres immobilisations	3 044	144	8	3 180
Immobilisations en cours	0	0	0	0
Avances et acomptes	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>4 666</b>	<b>146</b>	<b>8</b>	<b>4 804</b>

Amortissements	Début d'exercice	Dotations	Diminutions	Fin d'exercice
Installations techniques	1 550	11	0	1 561
Autres immobilisations	2 142	313	8	2 447
<b>TOTAL</b>	<b>3 692</b>	<b>324</b>	<b>8</b>	<b>4 008</b>
<b>TOTAL VALEURS NETTES</b>	<b>974</b>			<b>796</b>

### 5.3. Immobilisations financières

Les mouvements, ayant affecté les immobilisations financières, se présentent comme suit (en k€) :

Valeur brute	Début d'exercice	Augmentations	Diminutions	Fin d'exercice
Participations	52 800	3 205	4 569	51 436
Créances rattachées à participations	36 580	10 257	4 340	42 497
Autres titres immobilisés	125	109	0	234
Autres immobilisations financières	320	81	0	401
<b>TOTAL</b>	<b>89 825</b>	<b>13 652</b>	<b>8 909</b>	<b>94 568</b>

Provisions	Début d'exercice	Dotations	Reprises	Fin d'exercice
Participations	13 779	2 890	155	16 514
Créances rattachées à participations	3 090	98	2 696	492
Autres titres immobilisés	0	0	0	0
Autres immobilisations financières	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>16 869</b>	<b>2 988</b>	<b>2 851</b>	<b>17 006</b>
<b>TOTAL VALEURS NETTES</b>	<b>72 957</b>			<b>77 562</b>

#### 5.3.1. Titres de participations et créances rattachées

Les titres de participation et créances rattachées se décomposent comme suit (en k€) :

Valeur brute des titres de participation	Début d'exercice	Augmentations	Diminutions	Fin d'exercice
ADLPartner Hispania	6 750	0	0	6 750
ADL Servicos de Fidelização	134	0	0	134
Dékuple Ingénierie Marketing	5 726	0	0	5 726
SCI Rue de Chartres	1 406	0	0	1 406
Dékuple Conseil et Technologie	1 100	0	0	1 100
ADLP Assurances	33 460	0	0	33 460
Groupe Grand Mercredi	3 809	505	4 314	0
Laboratoires Yssena	155	0	155	0
ADLPerformance Unipessoal Lda	10	0	0	10
ADLP Télésurveillance	20	2 700	0	2 720
ZenWeShare	100	0	100	0
Chine Abonnements	130	0	0	130
<b>TOTAL</b>	<b>52 800</b>	<b>3 205</b>	<b>4 569</b>	<b>51 436</b>

Valeur brute des créances rattachées	Début d'exercice	Augmentations	Diminutions	Fin d'exercice
ADLPartner Hispania	1 250	0	0	1 250
Dékuple Conseil et Technologie	8 000	100	0	8 100
ADLP Assurances	1 400	1 100	500	2 000
Groupe Grand Mercredi	580	350	930	0
Laboratoires Yssena	200	10	210	0
Dékuple Ingénierie Marketing	22 650	8 497	0	31 147
ADLP Télésurveillance	2 500	200	2700	0
Dékuple Ingénierie Marketing B2B	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>36 580</b>	<b>10 257</b>	<b>4 340</b>	<b>42 497</b>
<b>TOTAL TITRES ET CREANCES</b>	<b>89 380</b>			<b>93 933</b>

En novembre 2023, le capital de la filiale ADLP Télésurveillance a fait l'objet d'une augmentation de 2 700 k€ par compensation avec le prêt d'actionnaire puis d'une réduction par apurement des pertes pour 2 700 k€.

La société Laboratoires Yssena a fait l'objet d'une Transmission Universelle de Patrimoine dans la société ADLPartner au 30 avril 2023.

En juillet 2023, ADLPartner a souscrit à une augmentation de capital de Groupe Grand Mercredi par compensation avec le prêt d'actionnaire et a pris une participation complémentaire, portant son taux de participation à 67,38%. Cette filiale a ensuite été cédée à Dékuple Ingénierie Marketing en décembre 2023 ainsi que le solde de son prêt d'actionnaire.

Les prêts d'actionnaires consentis aux filiales afin de financer leurs activités ont été augmentés de 10 257 k€.

### 5.3.2. Provisions sur titres de participations et créances rattachées

Les provisions constituées sur les titres de participation et créances, en application de la procédure consistant à les valoriser par comparaison avec la valeur d'actif net réévalué (actif net comptable éventuellement additionné de la valeur des portefeuilles d'abonnements à durée libre, pour les filiales en détenant) ont enregistré un complément de dotations de 2 988 k€ et un complément de reprises de 2 851 k€.

Les provisions se décomposent comme suit (en k€) :

Provisions des titres de participation	Début d'exercice	Dotations	Reprises	Fin d'exercice
ADLP Assurances	4 626	38	0	4 664
Dékuple Ingénierie Marketing	5 726	0	0	5 726
ADLPartner Hispania	2 987	273	0	3 260
ADL Servicos de Fidelização	134	0	0	134
ADLP Télésurveillance	20	2 579	0	2 599
Chine Abonnements	130	0	0	130
Laboratoires Yssena	155	0	155	0
<b>TOTAL</b>	<b>13 779</b>	<b>2 890</b>	<b>155</b>	<b>16 514</b>

Provisions des créances rattachées	Début d'exercice	Dotations	Reprises	Fin d'exercice
ADLP Télésurveillance	2 500	0	2 500	0
Dékuple Ingénierie Marketing	394	98	0	492
Laboratoires Yssena	196	0	196	0
<b>TOTAL</b>	<b>3 090</b>	<b>98</b>	<b>2 696</b>	<b>492</b>
<b>TOTAL TITRES ET CREANCES</b>	<b>16 869</b>			<b>17 006</b>

#### 5.4. Stocks

Les stocks se décomposent comme suit (en k€) :

	Brut	Provision	Net
Primes (cadeaux clients) – Livres-objets-audio-vidéo	1 506	947	559
Documents de traitement, emballages	42	5	37
<b>TOTAL</b>	<b>1 548</b>	<b>952</b>	<b>596</b>

#### 5.5. Clients

Le poste clients se présente comme suit (en k€) :

	Brut	Provision	Net
<b>Clients (échéance - 1 an)</b>	<b>22 522</b>	<b>606</b>	<b>21 916</b>

#### 5.6. Autres créances et comptes de régularisation

Le poste autres créances (total de 3 267 k€, dont taxes sur la valeur ajoutée : 2 601 k€, avoirs à recevoir : 307 k€, organismes sociaux : 84 k€, autres débiteurs : 275 k€) est composé de montants à échéance de moins d'un an.

Les charges constatées d'avance s'élèvent à 1 191 k€.

#### 5.7. Valeurs mobilières de placement

Les valeurs mobilières de placement sont constituées :

- d'une part par des actions propres auto détenues :
  - à hauteur de 3 993 k€ (193 246 actions), elles sont destinées à l'octroi d'options d'achat et à la distribution d'actions gratuites ;
  - à hauteur de 105 k€ (3 994 actions), il s'agit d'actions achetées dans le cadre de l'animation de marché ; la moyenne des cours de bourse du dernier mois de clôture étant supérieure à leur prix d'acquisition, une reprise de provision pour dépréciation de 4 k€ a été constatée.
- d'autre part par des comptes à terme pour 16 227 k€ ; les comptes à terme présentent une maturité de 1 mois.

#### 5.8. Trésorerie et emprunts

Les disponibilités proviennent de la cession à la date de clôture des valeurs mobilières de placement.

Les comptes courants bancaires nets ressortent en excédent à hauteur de 17 362 k€.

Des conventions de prêt ont été signées auprès d'établissements bancaires pour un montant total de 23 M€, la dette restante au 31/12/2023 est de 20 295 k€.

## 5.9. Capitaux Propres

Au 31 décembre 2023, le capital de 6 478 836 euros est divisé en 4 164 590 actions.

La variation des capitaux propres est la suivante (en k€) :

	Nombre d'actions	Capital	Primes d'émission, de fusion d'apport	(*) Autres réserves et provisions réglementées	Résultat exercice	Capitaux propres
<b>Situation au 31/12/21</b>	<b>4 164 590</b>	<b>6 479</b>	<b>0</b>	<b>56 088</b>	<b>13 304</b>	<b>75 871</b>
Affectation du résultat				9 794	-9 794	0
Dividendes versés					-3 510	-3 510
Résultat de l'exercice					8 586	8 586
Amortissements dérogatoires						0
<b>Situation au 31/12/22</b>	<b>4 164 590</b>	<b>6 479</b>	<b>0</b>	<b>65 882</b>	<b>8 586</b>	<b>80 947</b>
Affectation du résultat				5 087	-5 087	0
Dividendes versés					-3 499	-3 499
Résultat de l'exercice					8 546	8 546
Amortissements dérogatoires						0
<b>Situation au 31/12/23</b>	<b>4 164 590</b>	<b>6 479</b>	<b>0</b>	<b>70 969</b>	<b>8 546</b>	<b>85 994</b>

(\*) Correspond aux postes : Réserve légale + Autres réserves + Report à nouveau + Provisions réglementées, dont part des réserves affectées aux actions auto détenues : 4 097 k€.

4 164 590 actions composent le capital au 31 décembre 2023. 3 199 269 actions bénéficient d'un droit de vote double, acquis après une inscription nominative depuis deux ans au moins, le total des droits de vote exerçables est de 7 207 848.

## 5.10. Provisions pour risques et charges

En k€	Valeur brute
<b>Situation au 31 décembre 2022</b>	<b>835</b>
Augmentations	1 028
Diminutions utilisées	-684
Diminutions non utilisées	-34
Total des diminutions	-718
<b>Situation au 31 décembre 2023</b>	<b>1 145</b>

Elles sont constituées par :

- 500 k€ de provision pour restructuration,
- 81 k€ de provision pour divers litiges,
- 564 k€ de provision pour attribution d'actions gratuites au personnel,

## 5.11. Autres dettes et comptes de régularisation

Le poste « autres dettes » pour 740 k€ est composé de lots à payer relatifs à divers tirages pour 26 k€, de 43 k€ d'avoirs à établir, de 35 k€ de fonds partenaires, de 182 k€ de dette d'intégration fiscale, de 391 k€ d'assurance indemnités fin de carrière, de 63 k€ de créiteurs divers.

Les produits constatés d'avance correspondent à des opérations commerciales engagées sur l'exercice 2023 au titre de l'exercice 2024, ainsi qu'à des produits facturés pour lesquels la livraison est intervenue sur l'exercice suivant. Leur montant ressort à 53 k€ au 31 décembre 2023.

## 5.12. Opérations avec les entreprises liées

Les entreprises liées sont celles détenues directement ou indirectement par la société ADLPartner à 50 % et plus.

En k€	TOTAL	Dékuple Conseil et Technologie	E-Retail Development	Converteo	Leoo	Dékuple Ing. Marketing	SCI Chartres	ADLP Assurances	Brainsonic	Ividence	ADLP Télésurveillance	Dékuple Ingénierie Marketing B2B	Rocket Marketing	Groupe Grand Mercredi	ADLP Hispania	ADL Performance Unipessoal Lda
Titres de participation	51 173	1 100	0	0	0	5 726	1 406	33 460	0	0	2 720	0	0	0	6 751	10
Provision pour dépréciation des titres	16 250	0	0	0	0	5 726	0	4 664	0	0	2 599	0	0	0	3 261	0
Créances sur participation	42 497	8 100	0	0	0	31 147	0	2 000	0	0	0	0	0	0	1 250	0
Provision pour dépréciation prêt	493	0	0	0	0	493	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Autres titres immobilisés	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Provision autres titres immobilisés	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Clients et débiteurs divers	2 332	-108	4	62	90	700	3	1 207	0	120	-37	0	128	107	56	0
Fournisseurs et créditeurs	819	0	0	179	67	138	0	74	9	186	0	138	10	0	18	0

## 6. Informations relatives au compte de résultat

### 6.1. Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires par zones géographiques se présente comme suit (en k€) :

En k€	2023	2022
France	77 860	83 311
International	8	5
<b>TOTAL</b>	<b>77 868</b>	<b>83 316</b>

Au 31 décembre 2023, le chiffre d'affaires de la société est principalement composé des commissions perçues sur les ventes d'abonnements pour 72,5 M€.

### 6.2. Personnel

Les charges de personnel et l'effectif moyen sont les suivants :

Charges de Personnel (en k€)	2023	2022
Salaires et traitements	11 503	11 423
Intéressement	959	1 115
<b>SOUS-TOTAL</b>	<b>12 462</b>	<b>12 538</b>
Charges sociales	5 847	5 858
Participation	1 318	1 491
<b>TOTAL</b>	<b>19 627</b>	<b>19 887</b>

Effectif moyen	2023	2022
Cadres	120	121
Agents de maîtrise	29	32
Employés	37	39
<b>TOTAL</b>	<b>186</b>	<b>192</b>

### 6.3. Autres achats et charges externes

En k€	2023	2022
<b>TOTAL</b>	<b>24 662</b>	<b>25 666</b>
Dont :		
Frais de conception, d'exécution, de routage, d'affranchissements	10 131	11 599
Frais de sous-traitance	2 614	2 535
Commissions, courtages sur ventes et honoraires	4 904	4 856
Dépenses de publicité et de relations extérieures	1 504	1 428

#### 6.4. Opérations avec les entreprises liées

Les entreprises liées sont celles détenues directement ou indirectement par la société ADLPartner à 50 % et plus.

En k€	TOTAL	Dékuple Conseil et Technologie	E-Retail Development	Converteo	Leoo	Dékuple Ing. Marketing	SCI Chartres	ADLP Assurances	Brainsonic	Ividence	ADLP Télesurveillance	Dékuple Ingénierie Marketing DOD	Rocket Marketing	Groupe Grand Mercredi	ADLP Hispania	ADL Performance Unipessoal Lda
Prestations de services et ventes	4 667	5	3	51	215	1 815	5	2 118	0	188	0	0	184	75	8	0
Produits de location	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Redevances, honoraires	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sous-traitance, loyers et achats	1 393	0	0	171	60	465	86	0	10	112	0	438	17	-1	35	0
Jetons de présence	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Charges financières	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Produits financiers	259	40	0	0	0	130	0	12	0	0	12	0	0	17	48	0
Dotations provisions financières	2 988	0	0	0	0	98	0	38	0	0	2 579	0	0	0	273	0
Reprises provisions financières	2 629	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2 629	0	0	0	0	0

### 6.5. Autres charges

En k€	2023	2022
Charges diverses de gestion courante (pertes commerciales clients, faux nouveaux abonnés, annulations d'abonnements non répercutées aux éditeurs)	959	1 004
Pertes sur créances irrécouvrables clients	1 627	1 408
Jetons de présence	171	170
<b>TOTAL</b>	<b>2 757</b>	<b>2 582</b>

### 6.6. Dotations aux amortissements et aux provisions

En k€	2023	2022
Dotations aux amortissements des immobilisations	712	851
Dotations aux provisions des immobilisations incorporelles	0	383
Dotations aux provisions pour dépréciation des stocks	952	626
Dotations aux provisions pour dépréciation des créances	536	555
Dotations aux provisions pour risques et charges	2	7
<b>TOTAL</b>	<b>2 202</b>	<b>2 422</b>

### 6.7. Reprises amortissements, provisions, transfert de charges

En k€	2023	2022
<b>Transfert de charges</b>	<b>67</b>	<b>32</b>
Reprises provisions pour dépréciation des stocks	626	1 305
Reprises provisions pour dépréciation des créances	913	635
Reprises provisions pour risques et charges	12	48
<b>Sous-total reprises provisions</b>	<b>1 552</b>	<b>1 988</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1 619</b>	<b>2 020</b>

## 6.8. Résultat financier

En k€	2023	2022
<b>Résultat financier</b>	<b>458</b>	<b>-5 111</b>

Il se ventile comme suit :

Produits réalisés sur les placements	684	64
Produits financiers de participation et des créances de l'actif immobilisés	276	647
Reprises sur provisions	2 983	0
Différences positives de change	0	0
<b>Total des produits financiers</b>	<b>3 943</b>	<b>711</b>

Dotations aux amortissements et provisions	-2 988	-5 757
Différences négatives de change	-1	-1
Charges nettes sur cessions VMP	-34	-6
Intérêts et charges financières	-462	-59
<b>Total des charges financières</b>	<b>-3 485</b>	<b>-5 822</b>

Les dotations aux provisions concernent la filiale ADLPartner Hispania pour 273 k€, la filiale Dékuple Ingénierie Marketing pour 98 k€, la filiale ADLP Télésurveillance pour 2 579 k€, la filiale ADLP Assurances pour 38 k€. Les reprises de provisions concernent essentiellement la filiale ADLP Télésurveillance pour 2 629 k€ et la filiale Laboratoires Yssena pour 351 k€.

## 6.9. Résultat exceptionnel

En k€	2023	2022
<b>Résultat exceptionnel</b>	<b>-4 536</b>	<b>-1 232</b>

Il se ventile comme suit :

Produits sur opérations de gestion	0	0
Produits sur opérations en capital	1 937	108
Reprises sur provisions et transferts de charges	577	406
Reprises sur amortissements dérogatoires	0	0
<b>Total des produits exceptionnels</b>	<b>2 514</b>	<b>514</b>

Charges sur opérations de gestion	-360	-637
Charges sur opérations en capital	-5 665	-572
Dotations aux amortissements et provisions	-1 025	-537
Dotations aux amortissements dérogatoires	0	0
<b>Total des charges exceptionnelles</b>	<b>-7 050</b>	<b>-1 746</b>

Les charges exceptionnelles sur opérations de gestion de -360 k€ sont constituées d'indemnités de licenciements.

Les charges et produits exceptionnels sur opérations en capital sont constitués pour l'essentiel de bonis et malis liés à l'attribution d'actions gratuites pour -644 k€ et de la moins-value de cession des titres de participation GGM à Dékuple Ingénierie Marketing pour -3 097 k€.

## 6.10. Intégration fiscale et impôt société

Le groupe fiscal est constitué depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2011 avec la filiale Dékuple Ingénierie Marketing. Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2014, la filiale Dékuple Conseil et Technologie et la filiale ADLP Assurances sont entrées dans le périmètre du groupe fiscal. Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2019, la filiale Activis est entrée dans le périmètre du groupe fiscal. Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2020, les filiales Leo et Ividence sont entrées dans le périmètre du groupe fiscal. Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2021, la filiale ADLP Télésurveillance est entrée dans le périmètre du groupe fiscal et depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2022 la filiale Laboratoires Yssena est entrée dans le périmètre du groupe fiscal et elle est sortie le 1<sup>er</sup> janvier 2023 suite à la Transmission Universelle de Patrimoine dans la société ADLPartner.

La convention d'intégration fiscale prévoit la comptabilisation dans les comptes de la société, tête de groupe, de l'intégralité de la charge d'impôt.

Au 31 décembre 2023, la charge d'impôt totale ressort à 3 323 k€.

L'impôt de la société, en l'absence de la convention d'intégration fiscale, se serait élevé à 4 421 k€.

## 7. Autres informations

### 7.1. Etat des échéances des créances et des dettes

Etat des créances (en k€)	Montant Brut	A moins d'un an	A plus d'un an
Créances rattachées à des participations	42 497		42 497
Autres immobilisations financières	401		401
Clients douteux ou litigieux	86	86	
Autres créances clients	22 435	22 435	
Personnel et comptes rattachés			
Sécurité sociale et autres organismes sociaux	84	84	
Etat et autres collectivités			
. impôts sur les bénéfices			
. taxe sur la valeur ajoutée	2 601	2 601	
. autres impôts et taxes			
. divers			
Débiteurs divers	582	582	
Charges constatées d'avance	1 191	1 191	
<b>TOTAL</b>	<b>69 877</b>	<b>26 979</b>	<b>42 898</b>

Etat des dettes (en k€)	Montant Brut	A moins d'un an	A plus d'un an
Emprunts, dettes à + 1 an (1)	20 295	3 525	16 770
Emprunts, dettes financières divers (1)(2)			
Fournisseurs et comptes rattachés	31 780	31 780	
Personnel et comptes rattachés	4 659	4 659	
Sécurité sociale et autres organismes sociaux	2 530	2 530	
Etat et autres collectivités			
. impôts sur les bénéfices	161	161	
. taxe sur la valeur ajoutée	139	139	
. autres impôts et taxes	221	221	
Dettes sur immobilisations	87	87	
Groupe et associés	182	182	
Autres dettes (dont pension titres)	558	558	
Produits constatés d'avance	53	53	
<b>TOTAL</b>	<b>60 665</b>	<b>43 895</b>	<b>16 770</b>

(1) Emprunts souscrits dans l'exercice

(1) Emprunts remboursés dans l'exercice

(2) Emprunts souscrits auprès des personnes physiques

1 919

## 7.2. Produits à recevoir

En k€	2023	2022
<b>Clients - Produits non facturés</b>		
Clients divers - factures à établir	5 971	6 141
Clients divers - factures à établir filiales	91	0
Mise en service d'abonnements à facturer	0	0
<b>Sous-total Clients - Produits non facturés</b>	<b>6 062</b>	<b>6 141</b>
<b>Fournisseurs débiteurs</b>		
Avoirs à recevoir	307	371
<b>Sous-total Fournisseurs débiteurs</b>	<b>307</b>	<b>371</b>
<b>Débiteurs divers</b>		
Divers	0	0
<b>Sous-total Débiteurs divers</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Personnel et organismes sociaux</b>		
Indemnités journalières à recevoir	0	1
Charges sociales à recevoir	9	0
<b>Sous-total Personnel et organismes sociaux</b>	<b>9</b>	<b>1</b>
<b>Trésorerie</b>		
Intérêts courus sur comptes à terme et comptes bancaires rémunérés	88	5
<b>Sous-total Trésorerie</b>	<b>88</b>	<b>5</b>
<b>TOTAL</b>	<b>6 466</b>	<b>6 518</b>

### 7.3. Charges à payer

En k€	2023	2022
<b>Emprunts divers et dettes établissements de crédit</b>		
Intérêts courus à payer	39	15
<b>Sous-total Emprunts divers et dettes établissements de crédit</b>	<b>39</b>	<b>15</b>
<b>Dettes fournisseurs &amp; comptes rattachés</b>		
Factures non parvenues	9 037	9 092
<b>Sous-total Dettes fournisseurs &amp; comptes rattachés</b>	<b>9 037</b>	<b>9 092</b>
<b>Dettes fiscales &amp; sociales</b>		
Personnel	4 659	5 352
Organismes sociaux	1 631	1 698
Etat	88	115
<b>Sous-total Dettes fiscales et sociales</b>	<b>6 378</b>	<b>7 165</b>
<b>Autres dettes</b>		
Avoirs à établir	43	88
Divers à payer	391	245
<b>Sous-total Autres dettes</b>	<b>434</b>	<b>333</b>
<b>TOTAL</b>	<b>15 888</b>	<b>16 605</b>

### 7.4. Accroissement et allègement de la dette future d'impôt

En k€	Situation au début de l'exercice			Situation à la fin de l'exercice			Mouvements de l'exercice		
	Valeur du poste	Fiscalité différée		Valeur du poste	Fiscalité différée		Valeur du poste	Fiscalité différée	
		Créance	Dettes		Créance	Dettes		Créance	Dettes
Taux d'imposition :	25,83%			25,83%					
Contribution de solidarité C3S	105	27		94	24		-11	-3	
Participation des salariés	1 491	385		1 318	340		-173	-45	
Amortissements dérogatoires	0		0	0		0	0		0
Provisions non déductibles l'année de comptabilisation									
provision dépréciation des clients	20	5		43	11		23	6	
provision risques et charges	0	0		500	129		500	129	
Déficit filiale étrangère									
<b>TOTAL</b>		<b>417</b>	<b>0</b>		<b>504</b>	<b>0</b>		<b>87</b>	<b>0</b>
<b>NET</b>		<b>417</b>			<b>504</b>			<b>87</b>	

### 7.5. Engagements donnés

#### 7.5.1. Locations locaux

ADLPartner a signé en 2021, un nouveau bail pour ses locaux de Montreuil (rue Henri Rol-Tanguy), dont les caractéristiques sont les suivantes :

- loyer annuel de base HT : 1 235 k€, soit 1 482 k€ TTC avec l'obtention d'une franchise de loyer la 1<sup>ère</sup> année,
- durée : 9 ans à compter du 1/04/2021 – terme 31/03/2030,

- possibilité de notification d'un congé à l'expiration de chaque période triennale, la société ayant expressément renoncé à la faculté de notifier le congé au 31/03/2024

En conséquence, l'engagement ferme de la société, au 31/12/2023, est de 39 mois, soit 4 280 k€ TTC (hors indexation et en tenant compte de l'étalement de la franchise de loyer).

ADLPartner a signé en 2018, un bail pour ses locaux de Chantilly (rue de Chartres), dont les caractéristiques sont les suivantes :

- loyer annuel de base HT : 86 k€ (il n'y a pas de TVA).
- durée : 9 ans à compter du 30/11/2017 – terme 29/11/2026,
- possibilité de notification d'un congé à l'expiration de chaque période triennale, la société ayant expressément renoncé à la faculté de notifier le congé au 29/11/2023.

En conséquence, l'engagement ferme de la société, au 31/12/2023, est de 35 mois, soit 251 k€ HT (hors indexation).

### 7.5.2. Retraite

Un contrat a été souscrit chez ADLPartner pour assurer la couverture des engagements en matière de retraite. Les primes d'assurance correspondantes sont donc enregistrées dans les comptes annuels.

Selon la compagnie d'assurance, la valeur actualisée de l'obligation nette au 31/12/2023 s'élève à 1 959 k€ dans le cadre du départ à l'initiative de l'employeur.

Les principales hypothèses actuarielles utilisées sont les suivantes :

- taux d'actualisation : 3,20 %
- revalorisation des salaires : 1,50 % à 3,50 %
- taux de charges sociales : 39,28 % à 57,39 %
- turnover : 0 à 10 %

### 7.5.3. Cautions bancaires

En 2018, ADLPartner a mis en place une garantie autonome à première demande Société Générale de 456 k€ courant sur la période du 29 mars 2018 au 31 octobre 2027, en faveur de la société Imodan, bailleur des locaux de la filiale Converteo.

## 7.6. Engagements reçus

En 2019, un protocole de conciliation a été mis en œuvre. Ces opérations ont conduit à un abandon de créance au bénéfice de Leoo, à hauteur de 3,4 M€, assorti d'une clause de retour à meilleure fortune courant jusqu'à l'approbation des comptes 2026.

## 7.7. Rémunération des dirigeants

La rémunération des dirigeants du Groupe est communiquée en annexe au rapport de gestion.

## COMPTES ANNUELS DE ADLPARTNER SA

annexe aux comptes annuels

### 7.8. Tableau des filiales et participations

En Informations financières Filiales et participations	Capital	Réserves et report à nouveau	Primes d'émission, de fusion, d'apport	Quote-part du capital détenue (en %)	Valeur comptable des titres détenus		Prêts et avances consenties par la société et non encore remboursés	Montant des cautions et avals donnés par la société	Chiffre d'affaires hors taxe du dernier exercice écoulé	Résultats (bénéfice ou perte du dernier exercice clos)	Dividendes encaissés par la société au cours de l'exercice
					Brute	Nette					
<b>A. Renseignements détaillés concernant les filiales et les participations ci-dessous :</b>											
<b>1. Filiales (+ de 50% du capital détenu par la société)</b>											
<b>ADLPARTNER HISPANIA SLU</b> Plaza de Castilla, 3 Planta 17, E1 28046 MADRID / (Espagne)	100 000	3 192 764	0	100,00%	6 750 505	3 489 353	1 250 000	0	13 116 915	-210 568	0
<b>ADLPERFORMANCE, UNIPESSOAL LDA</b> Crowe Horwath, R. Aleixo, 53 – 3A 4150-043 PORTO / (Portugal)	10 000	341 502	0	100,00%	10 000	10 000	0	0	616 111	282 692	0
<b>SCI RUE DE CHARTRES</b> 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (France)	1 600	1 240 283	0	100,00%	1 406 339	1 406 339	0	0	86 400	11 072	0
<b>DEKUPLE INGENIERIE MARKETING</b> 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (France)	3 505 250	-5 466 168	0	100,00%	5 725 877	0	31 146 839	0	5 179 610	-3 548 389	0
<b>DEKUPLE CONSEIL ET TECHNOLOGIE</b> 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (France)	1 100 000	-2 928 534	0	100,00%	1 100 000	1 100 000	8 100 000	0	0	-53 442	0
<b>ADLP ASSURANCES</b> 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (France)	2 064 484	-668 125	0	100,00%	33 460 000	28 795 874	2 000 000	0	8 523 604	-54 485	0
<b>ADLP TELESURVEILLANCE</b> 3 avenue de Chartres 60500 CHANTILLY / (France)	20 000	0	50 799	100,00%	2 720 000	121 185	0	0	123 955	50 386	0
<b>2. Participations (10 à 50% du capital détenu par la société)</b>											
<b>CHINE ABONNEMENTS</b> 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (France)	650 000	-2 896 048	120 000	12,50%	130 000	0	0	0	0	-107 259	0

En € Informations financières Sous Filiales contrôlées	Capital	Réserves et report à nouveau	Primes d'émission, de fusion, d'apport	Quote-part du capital détenue (en %)	Valeur comptable des titres détenus		Prêts et avances consenties par la société et non encore remboursés	Montant des cautions et avals donnés par la société	Chiffre d'affaires hors taxe du dernier exercice écoulé	Résultats (bénéfice ou perte du dernier exercice clos)	Dividendes encaissés par la société au cours de l'exercice
					Brute	Nette					
<b>Renseignements détaillés concernant les sous-filiales contrôlées :</b>											
<b>1. Filiales (+ de 50% du capital détenu par la société) via Dékuple Conseil et Technologie</b>											
<b>CONVERTEO SAS</b> 117 quai de Valmy 75010 PARIS / (France)	91 560	9 766 466	761 737	74,02 %	6 103 166	6 103 166	0	0	50 306 118	1 689 054	0
<b>2. Filiales (+ de 50% du capital détenu par la société) via Dékuple Ingénierie Marketing</b>											
<b>DEKUPLE INGENIERIE MARKETING B2B</b> 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (France)	56 990	-1 492 134	703	60,40 %	1 811 559	0	1 975 000	0	3 925 197	-521 158	0
<b>LEOO</b> 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (France)	224 000	-109 569	838 800	100,00 %	1 409 558	0	0	0	2 181 960	-188 202	0
<b>ACTIVIS</b> 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (France)	913 820	-1 762 352	0	100,00 %	933 968	0	900 000	0	0	-17 010	0
<b>IVIDENCE</b> 3 rue Henri Rol-Tanguy 93100 MONTREUIL / (France)	50 000	-325 627	0	92,50 %	46 250	2 685	1 300 000	0	4 101 582	191 181	0
<b>ROCKET MARKETING</b> 46 place Jules Ferry 92120 MONTROUGE / (France)	305 641	2 737 794	151 147	59,64 %	7 240 659	7 240 659	0	0	15 318 870	364 304	0
<b>BRAINSONIC</b> 45 rue Sedaine 75011 PARIS / (France)	181 073	2 372 840	0	72,64 %	7 250 447	7 250 447	0	0	20 240 751	1 474 624	0
<b>E-RETAIL DEVELOPMENT</b> 6 cours André Philip 69100 VILLEURBANNE / (France)	72 200	-2 015 149	2 022 917	50,93 %	624 917	624 917	1 640 000	0	2 799 159	-421 106	0
<b>GROUPE GRAND MERCREDI</b> 58 avenue Charles de Gaulle 92200 NEUILLY-SUR-SEINE / (France)	1 203 951	-3 317 865	2 368 568	67,38%	1 216 839	1 216 839	530 000	0	2 000 749	-599 197	0
<b>NEXTOCOM</b> 52 avenue Charles de Gaulle 92200 NEUILLY-SUR-SEINE / (France)	58 666	778 345	0	70,00%	5 376 000	5 376 000	0	0	4 476 697	490 484	0
<b>B. Renseignements globaux concernant :</b>											
<b>1. Participations non reprises au § A.</b>											
	N/S										

## 7.2.5. Résultats financiers des cinq derniers exercices

Date d'arrêté	31/12/2023	31/12/2022	31/12/2021	31/12/2020	31/12/2019
Durée de l'exercice (mois)	12	12	12	12	12
<b>CAPITAL EN FIN D'EXERCICE</b>					
Capital social	6 478 836 €	6 478 836 €	6 478 836 €	6 478 836 €	6 478 836 €
Nombre d'actions					
- ordinaires	4 164 590	4 164 590	4 164 590	4 164 590	4 164 590
- à dividende prioritaire					
Nombre maximum d'actions à créer					
- par conversion d'obligations					
- par droit de souscription					
<b>OPERATIONS ET RESULTATS</b>					
Chiffre d'affaires hors taxes	77 868 097 €	83 316 176 €	85 944 097 €	91 928 672 €	101 387 893 €
Résultat avant impôt, participation, et dotations nettes aux amortissements et provisions	14 290 629 €	18 615 388 €	14 439 381 €	11 373 025 €	12 775 370 €
Impôts sur les bénéfices	3 322 852 €	2 216 110 €	1 907 924 €	1 671 467 €	2 134 315 €
Participation des salariés	1 317 715 €	1 491 207 €	1 162 575 €	1 253 701 €	1 247 060 €
Dotations nettes aux amortissements et provisions	1 103 602 €	6 322 238 €	-1 935 022 €	371 956 €	3 871 267 €
Résultat net	8 546 460 €	8 585 834 €	13 303 905 €	8 075 902 €	5 522 727 €
Résultat distribué *		3 498 892 €	3 509 840 €	3 200 385 €	1 771 252 €
<b>RESULTAT PAR ACTION</b>					
Résultat après impôt, participation, avant dotations nettes aux amortissements et provisions	2,32 €	3,58 €	2,73 €	2,03 €	2,26 €
Résultat après impôt, participation, et dotations nettes aux amortissements et provisions	2,05 €	2,06 €	3,19 €	1,94 €	1,33 €
Dividende attribué *	1,04 €	0,88 €	0,88 €	0,81 €	0,45 €
<b>PERSONNEL</b>					
Effectif moyen des salariés	186	192	196	196	204
Masse salariale	12 462 097 €	12 538 186 €	13 481 945 €	13 008 774 €	13 136 400 €
Sommes versées en avantages sociaux (sécurité sociale, œuvres sociales...)	5 847 462 €	5 858 418 €	5 965 046 €	6 003 462 €	6 039 232 €

Note \* : il s'agit de la distribution du dividende, qui sera proposé au titre de l'exercice 2023 à l'Assemblée générale du 14 juin 2024.



## 8. RAPPORTS DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

<b>8.1. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES ANNUELS.....</b>	<b>236</b>
<b>8.2. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS.....</b>	<b>240</b>

## 8.1. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES ANNUELS

### **Société ADLPartner Exercice clos le 31 décembre 2023**

Aux actionnaires de la société ADLPartner,

#### ***Opinion***

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale, nous avons effectué l'audit des comptes annuels de la société ADLPartner relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2023, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

L'opinion formulée ci-dessus est cohérente avec le contenu de notre rapport au comité d'audit.

#### ***Fondement de l'opinion***

##### ***Référentiel d'audit***

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont indiquées dans la partie « Responsabilités des commissaires aux comptes relatives à l'audit des comptes annuels » du présent rapport.

##### ***Indépendance***

Nous avons réalisé notre mission d'audit dans le respect des règles d'indépendance prévues par le Code de commerce et par le Code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes sur la période du 1<sup>er</sup> janvier 2023 à la date d'émission de notre rapport, et notamment nous n'avons pas fourni de services interdits par l'article 5, paragraphe 1, du règlement (UE) n° 537/2014.

##### ***Justification des appréciations – Points clés de l'audit***

En application des dispositions des articles L. 821-53 et R. 821-180 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les points clés de l'audit relatifs aux risques d'anomalies significatives qui, selon notre jugement professionnel, ont été les plus importants pour l'audit des comptes annuels de l'exercice, ainsi que les réponses que nous avons apportées face à ces risques.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le contexte de l'audit des comptes annuels pris dans leur ensemble et de la formation de notre opinion exprimée ci-avant. Nous n'exprimons pas d'opinion sur des éléments de ces comptes annuels pris isolément.

##### ***Évaluation des titres de participation et des créances rattachées***

###### Présentation du point clé de l'audit

Au 31 décembre 2023, les titres de participation et les créances rattachées sont inscrits au bilan pour une valeur nette comptable respectivement de 35 M€ et de 42 M€. Ils sont comptabilisés à leur date d'entrée au coût d'acquisition et dépréciés sur la base de leur valeur d'utilité représentant ce que la société accepterait de décaisser pour les obtenir si elle avait à les acquérir.

Lorsque la valeur d'utilité des titres de participation et des créances rattachées est inférieure à leur valeur nette comptable, une provision pour dépréciation est constituée du montant de la différence.

Comme indiqué dans la note 4.1.3 de l'annexe aux comptes sociaux :

- Pour les filiales qui détiennent un portefeuille d'abonnements à durée libre ou de contrats d'assurance, la valeur d'utilité est déterminée sur la base de l'appréciation de la valeur d'actif net réévalué de la seule valeur de ce portefeuille.
- Si la société filiale détient elles-mêmes des filiales, la valeur d'utilité est déterminée par référence à la quote-part des capitaux propres consolidés tels qu'ils résultent des comptes consolidés de la filiale (sous-groupe).
- Pour les autres filiales, la valeur d'utilité est appréciée sur la base de la quote-part des capitaux propres.

L'estimation de la valeur d'utilité de ces titres de participation et des créances rattachées requiert l'exercice du jugement de la direction dans son choix des éléments à considérer selon les participations concernées car elle s'appuie sur des éléments prévisionnels (perspectives de rentabilité et conjoncture économique dans les pays considérés).

Dans ce contexte et du fait des incertitudes inhérentes à certains éléments et notamment à la probabilité de réalisation des prévisions, nous avons considéré que la correcte évaluation des titres de participation et des créances rattachées constituait un point clé de l'audit.

#### Réponses apportées lors de notre audit

Pour apprécier le caractère raisonnable de l'estimation des valeurs d'utilité des titres de participation et des créances rattachées, sur la base des informations qui nous ont été communiquées, nos travaux ont consisté principalement à vérifier que l'estimation de ces valeurs, déterminée par la direction, soit fondée sur une justification appropriée des méthodes d'évaluation et des éléments chiffrés utilisés et, selon les filiales concernées, à :

- Pour les évaluations reposant sur des éléments historiques, vérifier que les capitaux propres retenus concordent avec les comptes des entités concernées ;
- Pour les filiales qui détiennent un portefeuille d'abonnements à durée libre ou de contrats d'assurance et dont l'évaluation repose sur des éléments prévisionnels :
  - Obtenir les modèles de valorisation des portefeuilles d'abonnements à durée libre ou de contrats d'assurance basés sur la projection de données historiques ;
  - Réaliser avec la direction des entretiens pour identifier les principales estimations, jugements et hypothèses utilisées dans les modèles de valorisation et obtenir des explications les supportant ;
  - Comparer les prévisions retenues pour des périodes précédentes avec les réalisations correspondantes afin d'apprécier la réalisation des objectifs passés.
- Pour les sociétés détenant elles-mêmes des filiales, nos travaux ont consisté à vérifier le montant des capitaux propres consolidés du sous-groupe.

Au-delà de l'appréciation des valeurs d'utilité des titres de participation, nos travaux ont consisté également à :

- Apprécier le caractère recouvrable des créances rattachées au regard des analyses effectuées sur les titres de participation ;
- Vérifier la comptabilisation d'une provision pour risques dans les cas où la société est engagée à supporter les pertes d'une filiale présentant des capitaux propres négatifs.

#### ***Vérifications spécifiques***

Nous avons également procédé, conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par les textes légaux et réglementaires.

#### ***Informations données dans le rapport de gestion et dans les autres documents sur la situation financière et les comptes annuels adressés aux actionnaires***

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du Conseil d'administration et dans les autres documents sur la situation financière et les comptes annuels adressés aux actionnaires.

Nous attestons de la sincérité et de la concordance avec les comptes annuels des informations relatives aux délais de paiement mentionnées à l'article D.441-6 du Code de commerce.

#### ***Rapport sur le gouvernement d'entreprise***

Nous attestons de l'existence, dans le rapport du Conseil d'administration sur le gouvernement d'entreprise, des informations requises par les articles L.225-37-4, L.22-10-10 et L.22-10-9 du Code de commerce.

## **RAPPORTS DES COMMISSAIRES AUX COMPTES**

Concernant les informations fournies en application des dispositions de l'article L. 22-10-9 du Code de commerce sur les rémunérations et avantages versés aux mandataires sociaux ainsi que sur les engagements consentis en leur faveur, nous avons vérifié leur concordance avec les comptes ou avec les données ayant servi à l'établissement de ces comptes et, le cas échéant, avec les éléments recueillis par votre société auprès des sociétés contrôlant votre société ou contrôlées par elle. Sur la base de ces travaux, nous attestons l'exactitude et la sincérité de ces informations.

Concernant les informations relatives aux éléments que votre société a considéré susceptibles d'avoir une incidence en cas d'offre publique d'achat ou d'échange, fournies en application des dispositions de l'article L.22-10-11 du Code de commerce, nous avons vérifié leur conformité avec les documents dont elles sont issues et qui nous ont été communiqués. Sur la base de ces travaux, nous n'avons pas d'observation à formuler sur ces informations.

### ***Autres informations***

En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives aux prises de participation et de contrôle et à l'identité des détenteurs du capital ou des droits de vote vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

### ***Autres vérifications ou informations prévues par les textes légaux et réglementaires***

#### ***Format de présentation des comptes annuels destinés à être inclus dans le rapport financier annuel***

Nous avons également procédé, conformément à la norme d'exercice professionnel sur les diligences du commissaire aux comptes relatives aux comptes annuels et consolidés présentés selon le format d'information électronique unique européen, à la vérification du respect de ce format défini par le règlement européen délégué n° 2019/815 du 17 décembre 2018 dans la présentation des comptes annuels destinés à être inclus dans le rapport financier annuel mentionné au I de l'article L. 451-1-2 du code monétaire et financier, établis sous la responsabilité du Président Directeur Général.

Sur la base de nos travaux, nous concluons que la présentation des comptes annuels destinés à être inclus dans le rapport financier annuel respecte, dans tous ses aspects significatifs, le format d'information électronique unique européen.

#### ***Désignation des commissaires aux comptes***

Le cabinet Grant Thornton a été nommé commissaire aux comptes de la société ADLPartner par votre Assemblée Générale du 17 avril 1998. Le cabinet RSM Paris a été nommé commissaire aux comptes suppléant par votre Assemblée Générale du 12 juin 2015 et est devenu commissaire aux comptes titulaire le 1<sup>er</sup> juillet 2015.

Au 31 décembre 2023, le cabinet Grant Thornton était dans la vingt-sixième année de sa mission sans interruption et le cabinet RSM Paris dans la neuvième année.

#### ***Responsabilités de la direction et des personnes constituant le gouvernement d'entreprise relatives aux comptes annuels***

Il appartient à la direction d'établir des comptes annuels présentant une image fidèle conformément aux règles et principes comptables français ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement de comptes annuels ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

Lors de l'établissement des comptes annuels, il incombe à la direction d'évaluer la capacité de la société à poursuivre son exploitation, de présenter dans ces comptes, le cas échéant, les informations nécessaires relatives à la continuité d'exploitation et d'appliquer la convention comptable de continuité d'exploitation, sauf s'il est prévu de liquider la société ou de cesser son activité.

Il incombe au comité d'audit de suivre le processus d'élaboration de l'information financière et de suivre l'efficacité des systèmes de contrôle interne et de gestion des risques, ainsi que le cas échéant de l'audit interne, en ce qui concerne les procédures relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le Conseil d'administration.

#### ***Responsabilités des commissaires aux comptes relatives à l'audit des comptes annuels***

##### ***Objectif et démarche d'audit***

Il nous appartient d'établir un rapport sur les comptes annuels. Notre objectif est d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels pris dans leur ensemble ne comportent pas d'anomalies significatives. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, sans toutefois garantir qu'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel permet de systématiquement détecter toute anomalie significative. Les anomalies peuvent provenir de

fraudes ou résulter d'erreurs et sont considérées comme significatives lorsque l'on peut raisonnablement s'attendre à ce qu'elles puissent, prises individuellement ou en cumulé, influencer les décisions économiques que les utilisateurs des comptes prennent en se fondant sur ceux-ci.

Comme précisé par l'article L.821-55 du Code de commerce, notre mission de certification des comptes ne consiste pas à garantir la viabilité ou la qualité de la gestion de votre société.

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, le commissaire aux comptes exerce son jugement professionnel tout au long de cet audit. En outre :

- il identifie et évalue les risques que les comptes annuels comportent des anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs, définit et met en œuvre des procédures d'audit face à ces risques, et recueille des éléments qu'il estime suffisants et appropriés pour fonder son opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative provenant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne ;
- il prend connaissance du contrôle interne pertinent pour l'audit afin de définir des procédures d'audit appropriées en la circonstance, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne ;
- il apprécie le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, ainsi que les informations les concernant fournies dans les comptes annuels ;
- il apprécie le caractère approprié de l'application par la direction de la convention comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments collectés, l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou à des circonstances susceptibles de mettre en cause la capacité de la société à poursuivre son exploitation. Cette appréciation s'appuie sur les éléments collectés jusqu'à la date de son rapport, étant toutefois rappelé que des circonstances ou événements ultérieurs pourraient mettre en cause la continuité d'exploitation. S'il conclut à l'existence d'une incertitude significative, il attire l'attention des lecteurs de son rapport sur les informations fournies dans les comptes annuels au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas fournies ou ne sont pas pertinentes, il formule une certification avec réserve ou un refus de certifier ;
- il apprécie la présentation d'ensemble des comptes annuels et évalue si les comptes annuels reflètent les opérations et événements sous-jacents de manière à en donner une image fidèle.

**Rapport au comité d'audit**

Nous remettons un rapport au comité d'audit qui présente notamment l'étendue des travaux d'audit et le programme de travail mis en œuvre, ainsi que les conclusions découlant de nos travaux. Nous portons également à sa connaissance, le cas échéant, les faiblesses significatives du contrôle interne que nous avons identifiées pour ce qui concerne les procédures relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Parmi les éléments communiqués dans le rapport au comité d'audit figurent les risques d'anomalies significatives, que nous jugeons avoir été les plus importants pour l'audit des comptes annuels de l'exercice et qui constituent de ce fait les points clés de l'audit, qu'il nous appartient de décrire dans le présent rapport.

Nous fournissons également au comité d'audit la déclaration prévue par l'article 6 du règlement (UE) n° 537-2014 confirmant notre indépendance, au sens des règles applicables en France telles qu'elles sont fixées notamment par les articles L. 821-27 à L. 821-34 du Code de commerce et dans le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes. Le cas échéant, nous nous entretenons avec le comité d'audit des risques pesant sur notre indépendance et des mesures de sauvegarde appliquées.

Fait à Neuilly-sur-Seine et Paris, le 18 avril 2024

Les commissaires aux comptes

**Grant Thornton**  
**Membre français de Grant Thornton International**

Christophe BONTE  
Associé

**RSM Paris**  
**Membre de RSM International**

Adrien FRICOT  
Associé

## 8.2. RAPPORT DES COMMISSAIRES AUX COMPTES SUR LES COMPTES CONSOLIDÉS

### **Société ADLPartner**

### **Exercice clos le 31 décembre 2023**

Aux actionnaires de la société ADLPartner,

#### ***Opinion***

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée Générale, nous avons effectué l'audit des comptes consolidés de la société ADLPartner relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2023, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Nous certifions que les comptes consolidés sont, au regard du référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine, à la fin de l'exercice, de l'ensemble constitué par les personnes et entités comprises dans la consolidation.

L'opinion formulée ci-dessus est cohérente avec le contenu de notre rapport au comité d'audit.

#### ***Fondement de l'opinion***

##### ***Référentiel d'audit***

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont indiquées dans la partie « Responsabilités des commissaires aux comptes relatives à l'audit des comptes consolidés » du présent rapport.

##### ***Indépendance***

Nous avons réalisé notre mission d'audit dans le respect des règles d'indépendance prévues par le Code de commerce et par le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes, sur la période du 1<sup>er</sup> janvier 2023 à la date d'émission de notre rapport, et notamment nous n'avons pas fourni de services interdits par l'article 5, paragraphe 1, du règlement (UE) n° 537/2014.

##### ***Justification des appréciations – Points clés de l'audit***

En application des dispositions des articles L. 821-53 et R. 821-80 du Code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous portons à votre connaissance les points clés de l'audit relatifs aux risques d'anomalies significatives qui, selon notre jugement professionnel, ont été les plus importants pour l'audit des comptes consolidés de l'exercice, ainsi que les réponses que nous avons apportées face à ces risques.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le contexte de l'audit des comptes consolidés pris dans leur ensemble et de la formation de notre opinion exprimée ci-avant. Nous n'exprimons pas d'opinion sur des éléments de ces comptes consolidés pris isolément.

##### ***Évaluation des Goodwill***

###### Présentation du point clé de l'audit

Au 31 décembre 2023, les goodwill sont inscrits au bilan pour un montant de 39,2 M€ et représentent 21% de l'actif net consolidé.

Comme indiqué dans les notes 2.4.1, 2.10. et 3.1. de l'annexe aux comptes consolidés, les Goodwill font l'objet d'un test de dépréciation en cas d'indice de perte de valeur et au moins une fois par an. Pour les besoins du test de dépréciation, ces actifs sont alloués aux unités génératrices de trésorerie correspondant aux filiales du groupe.

Une dépréciation est constatée lorsque la valeur recouvrable des goodwill s'avère inférieure à leur valeur nette comptable.

La valeur recouvrable correspond au montant le plus élevé entre la juste valeur et la valeur d'utilité. La valeur d'utilité étant déterminée par actualisation des cash-flows futurs.

La détermination de la valeur recouvrable repose sur des jugements de la direction, s'agissant notamment des prévisions de flux de trésorerie et du taux d'actualisation qui leur est appliqué. Dans ce contexte et au regard de leur poids significatif dans les comptes consolidés, nous considérons l'évaluation des Goodwill comme un point clé de l'audit.

#### Réponses apportées lors de notre audit

Afin d'apprécier la détermination des valeurs recouvrables, nos travaux ont consisté, avec l'appui de nos experts en évaluation, à :

- Prendre connaissance du modèle de test de dépréciation utilisé ainsi que du processus mis en place par la Direction pour la réalisation de ces tests ;
- Apprécier l'intégrité du modèle de test de dépréciation utilisé et analyser la pertinence des modifications apportées, le cas échéant, par rapport au modèle de l'année précédente ;
- Réaliser avec la Direction des entretiens pour identifier les principaux jugements, estimations et hypothèses utilisés dans le modèle de test de dépréciation et obtenir des explications les supportant ;
- Corroborer les données clés du modèle de test de dépréciation avec les données historiques et les données validées par le conseil d'administration ;
- Analyser les méthodologies de détermination et la documentation supportant les paramètres utilisés (taux d'actualisation), comparer ces paramètres avec des données de marché ou des sources externes et recalculer ces taux avec nos propres sources de données
- Prendre connaissance et vérifier les analyses de sensibilité présentées ;
- Apprécier le caractère approprié des informations qui sont présentées dans l'annexe aux comptes consolidés.

#### **Évaluation des puts sur minoritaires**

##### Présentation du point clé de l'audit

Au 31 décembre 2023, les puts sur minoritaires sont inscrits au bilan pour un montant de 17,8 M€ et représentent 9% du bilan consolidé.

Comme indiqué dans la note 2.19. de l'annexe aux comptes consolidés, les puts sur minoritaires sont déterminés à partir d'accords contractuels avec les actionnaires minoritaires ou majoritaires sur la base de formules de prix convenues. L'évaluation de ces engagements d'achat s'appuie sur des données budgétaires prévisionnelles actualisées et des hypothèses d'exercice de ces engagements applicables à chaque échéance prévue dans les accords contractuelles.

L'évaluation des puts sur minoritaires repose sur des jugements de la direction, s'agissant notamment des prévisions budgétaires, du taux d'actualisation qui leur est appliqué et des probabilités d'exercice applicable à chaque échéance. Dans ce contexte et au regard de leur poids significatif dans les comptes consolidés, nous considérons l'évaluation des puts sur minoritaires comme un point clé de l'audit.

##### Réponses apportées lors de notre audit

Notre approche d'audit a consisté à :

- Prendre connaissance des accords contractuels conclus avec les actionnaires (notamment les formules de prix);
- Apprécier la conformité des calculs utilisées avec les accords suscités ;
- Réaliser avec la Direction des entretiens pour identifier les principaux jugements, estimations et hypothèses utilisés dans les formules de prix retenues et obtenir des explications les supportant ;
- Analyser les méthodologies de détermination et la documentation supportant les paramètres utilisés (taux d'actualisation), comparer ces paramètres avec des données de marché ou des sources externes et recalculer ces taux avec nos propres sources de données
- Apprécier le caractère approprié des informations qui sont présentées dans l'annexe aux comptes consolidés.

#### **Vérifications spécifiques**

Nous avons également procédé, conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par les textes légaux et réglementaires, des informations relatives au groupe, données dans le rapport de gestion du Conseil d'administration.

## **RAPPORTS DES COMMISSAIRES AUX COMPTES**

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

Nous attestons que la déclaration consolidée de performance extra-financière prévue par l'article L. 225-102-1 du code de commerce figure dans le rapport sur la gestion du groupe, étant précisé que, conformément aux dispositions de l'article L. 823-10 de ce code, les informations contenues dans cette déclaration n'ont pas fait l'objet de notre part de vérifications de sincérité ou de concordance avec les comptes consolidés et doivent faire l'objet d'un rapport par un organisme tiers indépendant.

### ***Autres vérifications ou informations prévus par les textes légaux et réglementaires***

#### ***Format de présentation des comptes consolidés destinés à être inclus dans le rapport financier annuel***

Nous avons également procédé, conformément à la norme d'exercice professionnel sur les diligences du commissaire aux comptes relatives aux comptes annuels et consolidés présentés selon le format d'information électronique unique européen, à la vérification du respect de ce format défini par le règlement européen délégué n° 2019/815 du 17 décembre 2018 dans la présentation des comptes consolidés destinés à être inclus dans le rapport financier annuel mentionné au I de l'article L. 451-1-2 du code monétaire et financier, établis sous la responsabilité du Président Directeur Général. S'agissant de comptes consolidés, nos diligences comprennent la vérification de la conformité du balisage de ces comptes au format défini par le règlement précité.

Sur la base de nos travaux, nous concluons que la présentation des comptes consolidés destinés à être inclus dans le rapport financier annuel respecte, dans tous ses aspects significatifs, le format d'information électronique unique européen.

En raison des limites techniques inhérentes au macro-balisage des comptes consolidés selon le format d'information électronique unique européen, il est possible que le contenu de certaines balises des notes annexes ne soit pas restitué de manière identique aux comptes consolidés joints au présent rapport.

Par ailleurs, il ne nous appartient pas de vérifier que les comptes consolidés qui seront effectivement inclus par votre société dans le rapport financier annuel déposé auprès de l'AMF correspondent à ceux sur lesquels nous avons réalisé nos travaux.

### ***Informations résultant d'autres obligations légales et réglementaires***

#### ***Désignation des commissaires aux comptes***

Le cabinet Grant Thornton a été nommé commissaire aux comptes de la société ADLPartner par votre Assemblée Générale du 17 avril 1998. Le cabinet RSM Paris a été nommé commissaire aux comptes suppléant par votre Assemblée Générale du 12 juin 2015 et est devenu commissaire aux comptes titulaire le 1<sup>er</sup> juillet 2015.

Au 31 décembre 2023, le cabinet Grant Thornton était dans la vingt-sixième année de sa mission sans interruption et le cabinet RSM Paris dans la neuvième année.

#### ***Responsabilités de la direction et des personnes constituant le gouvernement d'entreprise relatives aux comptes consolidés***

Il appartient à la direction d'établir des comptes consolidés présentant une image fidèle conformément au référentiel IFRS tel qu'adopté dans l'Union européenne ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement de comptes consolidés ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

Lors de l'établissement des comptes consolidés, il incombe à la direction d'évaluer la capacité de la société à poursuivre son exploitation, de présenter dans ces comptes, le cas échéant, les informations nécessaires relatives à la continuité d'exploitation et d'appliquer la convention comptable de continuité d'exploitation, sauf s'il est prévu de liquider la société ou de cesser son activité.

Il incombe au comité d'audit de suivre le processus d'élaboration de l'information financière et de suivre l'efficacité des systèmes de contrôle interne et de gestion des risques, ainsi que le cas échéant de l'audit interne, en ce qui concerne les procédures relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le Conseil d'administration.

**Responsabilités des commissaires aux comptes relatives à l'audit des comptes consolidés****Objectif et démarche d'audit**

Il nous appartient d'établir un rapport sur les comptes consolidés. Notre objectif est d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés pris dans leur ensemble ne comportent pas d'anomalies significatives. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, sans toutefois garantir qu'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel permet de systématiquement détecter toute anomalie significative. Les anomalies peuvent provenir de fraudes ou résulter d'erreurs et sont considérées comme significatives lorsque l'on peut raisonnablement s'attendre à ce qu'elles puissent, prises individuellement ou en cumulé, influencer les décisions économiques que les utilisateurs des comptes prennent en se fondant sur ceux-ci.

Comme précisé par l'article L. 821-55 du Code de commerce, notre mission de certification des comptes ne consiste pas à garantir la viabilité ou la qualité de la gestion de votre société.

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, le commissaire aux comptes exerce son jugement professionnel tout au long de cet audit. En outre :

- il identifie et évalue les risques que les comptes consolidés comportent des anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs, définit et met en œuvre des procédures d'audit face à ces risques, et recueille des éléments qu'il estime suffisants et appropriés pour fonder son opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative provenant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne ;
- il prend connaissance du contrôle interne pertinent pour l'audit afin de définir des procédures d'audit appropriées en la circonstance, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne ;
- il apprécie le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, ainsi que les informations les concernant fournies dans les comptes consolidés ;
- il apprécie le caractère approprié de l'application par la direction de la convention comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments collectés, l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou à des circonstances susceptibles de mettre en cause la capacité de la société à poursuivre son exploitation. Cette appréciation s'appuie sur les éléments collectés jusqu'à la date de son rapport, étant toutefois rappelé que des circonstances ou événements ultérieurs pourraient mettre en cause la continuité d'exploitation. S'il conclut à l'existence d'une incertitude significative, il attire l'attention des lecteurs de son rapport sur les informations fournies dans les comptes consolidés au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas fournies ou ne sont pas pertinentes, il formule une certification avec réserve ou un refus de certifier ;
- il apprécie la présentation d'ensemble des comptes consolidés et évalue si les comptes consolidés reflètent les opérations et événements sous-jacents de manière à en donner une image fidèle ;
- concernant l'information financière des personnes ou entités comprises dans le périmètre de consolidation, il collecte des éléments qu'il estime suffisants et appropriés pour exprimer une opinion sur les comptes consolidés. Il est responsable de la direction, de la supervision et de la réalisation de l'audit des comptes consolidés ainsi que de l'opinion exprimée sur ces comptes.

**Rapport au comité d'audit**

Nous remettons un rapport au comité d'audit qui présente notamment l'étendue des travaux d'audit et le programme de travail mis en œuvre, ainsi que les conclusions découlant de nos travaux. Nous portons également à sa connaissance, le cas échéant, les faiblesses significatives du contrôle interne que nous avons identifiées pour ce qui concerne les procédures relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Parmi les éléments communiqués dans le rapport au comité d'audit figurent les risques d'anomalies significatives, que nous jugeons avoir été les plus importants pour l'audit des comptes consolidés de l'exercice et qui constituent de ce fait les points clés de l'audit, qu'il nous appartient de décrire dans le présent rapport.

Nous fournissons également au comité d'audit la déclaration prévue par l'article 6 du règlement (UE) n° 537-2014 confirmant notre indépendance, au sens des règles applicables en France telles qu'elles sont fixées notamment par les articles L. 821-27 à L. 821-34 du Code de commerce et dans le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes. Le cas échéant, nous nous entretenons avec le comité d'audit des risques pesant sur notre indépendance et des mesures de sauvegarde appliquées.

Fait à Neuilly-sur-Seine et Paris, le 18 avril 2024,

Les commissaires aux comptes

**Grant Thornton**  
**Membre français de Grant Thornton International**

Christophe BONTE  
Associé

**RSM Paris**  
**Membre de RSM International**

Adrien FRICOT  
Associé



## 9. ATTESTATION DU RESPONSABLE DU RAPPORT FINANCIER ANNUEL 2023

Je soussigné, Bertrand Laurioz, Président Directeur Général, atteste, à ma connaissance, que les comptes 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 de gestion ci-joint présente un tableau fidèle de l'évolution des affaires, des résultats et de la situation financière de la société et de l'ensemble des entreprises comprises dans la consolidation et qu'il décrit les principaux risques et incertitudes auxquels elles sont confrontées.

Bertrand Laurioz

## DÉKUPLE

Marque commerciale d'ADLPartner  
(Raison sociale)

Société Anonyme à conseil d'administration  
au capital de 6 478 836 euros  
RCS Compiègne B 393 376 801

## Crédits photos

©Alexandre Wallon = Couverture

©Sacha Balti = Portraits collaborateurs page  
5-35-44-45-56

© Frédéric Bayle = Photos portraits page 15

© Damien Grenon = Portraits collaborateurs  
page 34-36

© 20kmParis = Page 63

© Marin Le Roux - polaRYSE = Page sponsoring  
voile Page 70-71

## Direction artistique & création

Vanessa Vansteelandt & Gabriel Pommier

## Communication financière

CALYPTUS

Imprimé par l'entreprise adaptée Handiprint,  
en avril 2024, sur du papier 100% recyclé issus  
de forêts gérées durablement.

© DÉKUPLE - ADLPartner avril 2024  
Tous droits réservés

